

برازش معادله رگرسیونی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

فروغ محمدی^۱، حمید قاسمی^۲، نریمان رحمانی تبار^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه های ورزشی، دانشگاه مازندران*

۲. دانشیار دانشگاه پیام نور شهریار، تهران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۲۵

چکیده

تحولات گسترده امروزی و پویایی رقابت باعث شده است که سازمان های هوشمند به دنبال شرایطی باشند تا بتوانند افراد خلاق و کارآفرین را هرچه سریع تر به کار گیرند و از مزایای کارآفرینی سازمانی بیشتر بهره مند شوند. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر برازش معادله رگرسیونی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان به منظور تعیین تأثیر فرایندهای مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی بود. جامعه آماری را کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان با سطح تحصیلات لیسانس به بالا تشکیل دادند. حجم نمونه نیز براساس فرمول کوکران معادل ۱۶۳ نفر بود که توسط نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. علاوه بر این، ابزار پژوهش دو پرسش نامه مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی بود که روایی محتوایی و صوری آن ها با مطالعه مبانی نظری پژوهش و با استفاده از نظر اساتید و متخصصان مدیریت لحاظ شد و پایایی آن از طریق آزمون آماری ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش نامه مدیریت دانش (۰/۹۴) و کارآفرینی سازمانی (۰/۹۲) محاسبه گردید. نتایج نشان می دهد که بین مدیریت دانش و فرایندهای آن با کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج رگرسیون چندمتغیره نیز حاکی از آن است که ۴۶ درصد از نمرات کارآفرینی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تحت تأثیر نمرات مدیریت دانش قرار دارد و ۵۵ درصد از تغییرات نمرات آن ها نیز تحت تأثیر ابعاد مدیریت دانش (اکتساب دانش، ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش) می باشد؛ بنابراین، مدیریت دانش و ابعاد آن می تواند به طور مناسبی کارآفرینی سازمانی را پیش بینی کند.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، کارآفرینی سازمانی، وزارت ورزش و جوانان

مقدمه

نرخ فزاینده تغییر و تحولات در حوزه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی از عمده‌ترین ویژگی‌های عصر حاضر می‌باشد؛ امری که امروزه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و رقابت همه‌جانبه از اهمیت بیشتری برخوردار شده است. در جهان پرفراز و نشیب امروز، اعمال تفکر نوآورانه و استفاده از آن در صنایع و سازمان امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. در این عرصه، ورزش به‌عنوان ششمین صنعت درآمدزا در کشورهای توسعه‌یافته توجه بسیاری از مدیران را به‌خود معطوف داشته است؛ مدیرانی که رشد یا افول سازمان‌ها به بینش، بصیرت، توانایی و خلاقیت آن‌ها بستگی دارد. بداهت این موضوع نزد صاحب‌نظران نیز آشکار است و آن‌ها بر این باور هستند که اگر مدیران سازمان‌ها خلاقیت، نوآوری و ریسک‌پذیری را سرلوحه امور کاری خود قرار دهند، فرصت‌های اقتصادی را بهتر درک می‌کنند و بیشتر می‌توانند از منابع موجود به‌منظور تولید و بهره‌وری استفاده نمایند. بسیاری از صاحب‌نظران پژوهشگران از دنیای امروزی به‌عنوان عصر عدم تداوم یاد می‌کنند؛ بدین‌معناکه دیگر تجارب و راه‌حل‌های گذشته برای مسائل جاری و آینده سازمان‌ها راه‌گشا نبوده و می‌بایست به شیوه‌های دیگری اندیشید و به‌دنبال راه‌کارهای جدید سازمانی با ساختارهای نوین بود. در این ارتباط، یکی از راه‌هایی که باعث می‌شود مدیران و بازاریابان ورزشی همچنان در عرصه رقابتی باقی بمانند، این است که کارآفرین باشند. کارآفرینی مسیری را به صاحبان مشاغلی که قصد دارند عملکرد کلی خود را افزایش دهند، ارائه می‌دهد (ولکات و لپیپتز^۱، ۲۰۰۷، ۷۸).

درحقیقت، کارآفرینی شیوه تفکر و عمل مبتنی بر فرصت است که منجر به خلق، ارتقا و بازآفرینی ارزش برای مالکان و ذی‌نفعان می‌شود و تشخیص فرصت، قلب این فرایند می‌باشد؛ بنابراین، فرصت‌ها به‌عنوان قلب و نقطه آغازین فرایند کارآفرینی بسیار بااهمیت است (تیمونس و اسپینلی^۲، ۲۰۰۷، ۲۳۳).

پردو و کریسمن^۳ (۲۰۰۶) با تعریف کارآفرینی به‌عنوان نیاز به شناسایی فرصت‌هایی که منجر به پیامدهای بهتری می‌شود، به‌طور مشابهی بر فرصت‌ها تمرکز کرده‌اند.

باید عنوان نمود که کارآفرینی، فرایند پویایی از چشم‌انداز تغییر و تکوین است که نیاز به استفاده از انرژی و اشتیاق درجهت ایجاد و اجرای عقاید جدید و راه‌حل‌های خلاق دارد و اجزای ضروری آن شامل: رضایت به انجام خطرات محاسبه‌شده، تشکیل تیم سازمانی مؤثر، آماده‌کردن منابع موردنیاز،

-
1. Wolcott & lippitz
 2. Timons & Spinelli
 3. Peredo & Chrisman

ایجاد طرح کسب و کار یکپارچه و ایجاد نقشه راه و چشم اندازی برای شناختن فرصت می باشد که صاحب نظران آن را بی نظمی، تناقض و اغتشاش می بینند (کوراتکو و اودرستیچ^۱، ۲۰۰۹، ۴). کارآفرینی سازمانی یا درون سازمانی شامل پرورش رفتار کارآفرینانه در سازمانی می باشد که قبلاً تأسیس شده است و فرایندی می باشد که توسط آن محصولات، خدمات و یا فرایندهای نوآورانه با خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان ایجاد می شود. در واقع، کارآفرینی سازمانی در حیطه سازمان عمل نموده و ساختارها، رویکردها، هنجارها، تکنولوژیها، خدمات و محصولات فعلی سازمان را گسترش داده و یا در مسیرهای جدید قرار می دهد (آنتونیک و هیسریچ^۲، ۲۰۰۳، ۱۱). از جمله عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی، مدیریت دانش می باشد که امروزه به یکی از نیروهای محرک اساسی برای موفقیت در کسب و کار تبدیل شده است. علاوه بر این، باید گفت که سازمانها دانش محورتر شده اند و به جای نیروهای یدی برای ذهنها هزینه می کنند. همچنین، نیاز به ارتقای دانش نیز در حال افزایش می باشد؛ لذا، با دانش (مانند دیگر منابع ملموس) به طور سیستماتیک رفتار شده و از کاوش در حوزه مدیریت دانش به منظور پیشرفت و تقویت رقابت پذیری استفاده می شود (وونگ^۳، ۲۰۰۵، ۲۶۳؛ ترسا، چیاینگ و تین شیاگلی^۴، ۲۰۰۶، ۸۶۲؛ کینگ، چانگ و هانی^۵، ۲۰۰۸، ۱۳۶).

مدیریت دانش به عنوان یک فرایند ساختارمند برای خلق، سبک و تفهیم، انتقال و به کارگیری دانش ضمنی و عینی بوده و به عنوان یکی از دارایی های سازمانی برای تشویق نوآوری تعریف شده است. در این زمینه، عظمی (۲۰۱۰) بیان می کند که مدیریت دانش، چهارچوب یا نظامی می باشد که برای کمک به سازمانها طراحی شده است تا سازمانها بتوانند از طریق کسب، تجزیه و تحلیل، به کارگیری و استفاده مجدد از دانش، تصمیم گیری بهتر و سریع تری را در دنیای پیچیده امروزی داشته باشند. به اعتقاد چن^۶ (۲۰۱۱)، مدیریت دانش مهم ترین دارایی یک سازمان برای خلق ارزش و مزیت رقابتی پایدار بوده و یک فرایند یکپارچه و سیستماتیک در سطح سازمان است که شامل: فعالیت اکتساب، خلق، ذخیره و توزیع و به کارگیری دانش در افراد و گروهها برای رسیدن به اهداف سازمان می باشد.

-
1. Kuratko & Audrestsch
 2. Antonic & Hisrich
 3. Wong
 4. Teresa, Chia-Ying & Tein-Shiagle
 5. King, Chung & Honey
 6. Chen

همچنین، کاردوسو و گمز^۱ (۲۰۱۱) معتقد هستند که مدیریت دانش سازمان از طریق فرایندی که دانش فردی را در اختیار دانش سازمانی قرار می‌دهد، مورد توجه می‌باشد و به‌عنوان یک استراتژی و دارایی سازمانی محسوب می‌شود که از فرایندهای ایجاد و اکتساب، ذخیره، اشتراک و انتشار، بازیابی و استفاده از دانش نهان و آشکار بهره‌برداری می‌کند.

مطالعات حاکی از آن است که مدیریت دانش سهم چشمگیری در بهبود کیفیت کار، افزایش و کارایی اثربخشی، فعالیت‌های کسب‌وکار، رضایت‌مندی مشتری و بهبود تصمیم‌گیری دارد و منافع حاصل از به‌کارگیری مدیریت دانش سبب شده است تا اغلب سازمان‌ها تلاش‌هایی برای پیاده‌سازی این فرایند انجام دهند (حبیبی، ۱۳۸۷، ۴۰).

مراحل فرایندهای مدیریت دانش عبارت هستند از:

* جستجو و کسب دانش جدید: در این مرحله از مدیریت دانش، سازمان باید در حوزه‌های مختلف به دنبال دانش‌های نو و جدید بگردد. شایان ذکر است که این حوزه‌ها می‌تواند درون سازمان و یا بیرون از آن باشد.

* تولید و ایجاد دانش و یادگیری: مرحله ایجاد دانش سازمانی جدیدی است که به‌وسیله کسب دانش و اطلاعات و ارزیابی آن انجام می‌گیرد؛ این فرایند مترادف با یادگیری سازمانی است. در واقع، یکی از استراتژی‌های مهم برای تولید دانش، فرایند یادگیری است که یکی از تأکیدات اصلی برای دستیابی به سازمانی یادگیرنده می‌باشد؛ زیرا، سازمان یادگیرنده به‌عنوان یکی از ابعاد اصلی مدیریت دانش حائز اهمیت است (صالحی و احمدی، ۱۳۹۱، ۱۲۵).

* ذخیره: مرحله ذخیره دانش عبارت است از معرفی حافظه یکی‌شده در مخزن دانش با انواع الگوهای آن. دانش خلق‌شده و یا کسب‌شده می‌بایست با نیازهای سازمان تطبیق داده شود و به‌صورت مناسب ذخیره گردد تا در زمان، مکان و شرایط مورد نیاز مورد استفاده قرار گیرد.

* توزیع: در این مرحله، همکاران دانش‌های خود را به دیگران انتقال می‌دهند و این امر موجب گسترش پایه‌های دانش سازمانی می‌گردد. توزیع موفق دانش در سازمان تا حدود زیادی به فرهنگ آن بستگی دارد؛ اگر توزیع دانش در یک فرهنگ مورد تأکید قرار نگرفته باشد، تلاش‌های مدیریت دانش با شکست مواجه خواهد شد (صالحی و احمدی، ۱۳۹۱، ۱۲۸).

* نگهداری دانش: حفظ و نگهداری از دانش کارکنان یک چالش عمده برای سازمان است. دانش ضمنی افراد به دنبال بازنشستگی آن‌ها، پیدا کردن شغل بهتر و یا ترک شغل به هر دلیلی، از دسترس خارج می‌شود؛ لذا، در چنین شرایطی حفظ کارکنان امری مهم تلقی می‌شود. این یک واقعیت است

که امروزه، افراد سازمان را ترک می‌کنند؛ بنابراین، برای کاهش عوارض این امر، حفظ و نگهداری دانش کارکنان سازمان امری مهم می‌باشد (یاری‌گر روش، ۱۳۸۷).

دانش سازمانی و کارآفرینی در دنیای پرشتاب معاصر فرصت مناسبی است برای سازمان‌هایی که آن را به خوبی می‌شناسند و به کار می‌گیرند. درعین حال، تهدیدی جدی برای سازمان‌هایی می‌باشد که به تحولات محیطی کم‌توجه بوده و آن را نمی‌شناسند (خانبانی و لاجوردی، ۱۳۸۶).

در این قسمت به مرور مطالعات قبلی انجام شده در این حوزه می‌پردازیم.

محمدزاده و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "رابطه مدیریت دانش با کارآفرینی اساتید دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت" به این نتیجه دست یافتند که مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن (خلق دانش، تسهیم دانش و استقرار دانش) با کارآفرینی رابطه معناداری دارند. همچنین، عنوان نمودند که ابعاد خلق دانش، تسهیم دانش و استقرار دانش می‌تواند کارآفرینی را پیش‌بینی کند.

عبدلی و ابزری (۱۳۹۱) نیز در پژوهشی با عنوان "تعیین تأثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی در شرکت آلفا سام اصفهان" دریافتند که بین مدیریت دانش و ابعاد آن (کسب دانش، کاربرد دانش، تبدیل دانش و حفظ و نگهداری آن) با کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، ابعاد مدیریت دانش قادر به پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

علاوه‌براین، دامنی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در آموزش و پرورش از دیدگاه دبیران مراکز فنی و حرفه‌ای و کاردانش شهرستان داراب پرداختند و گزارش کردند که بین مدیریت دانش، کارآفرینی سازمانی و ابعاد گردآوری دانش، تسهیم دانش و به‌کارگیری دانش با کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری مشاهده می‌شود؛ بنابراین، تغییرات کارآفرینی سازمانی تحت تأثیر مؤلفه‌های مدیریت دانش می‌باشد.

ایمانی و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی رابطه مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی را در آموزش و پرورش مورد بررسی قرار دادند و عنوان نمودند که بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد و از میان مؤلفه‌های مدیریت دانش، تنها مؤلفه به‌کارگیری دانش قادر به پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی است.

همچنین، مدهوشی و ساداتی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی اثرگذاری فرایند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی کسب و کارهای کوچک و متوسط شرق مازندران) پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی و تسهیم دانش به صورت مستقیم و غیرمستقیم اثرگذاری معناداری وجود دارد. همچنین، به‌کارگیری دانش به صورت مستقیم و معنادار بر فرایند کارآفرینی سازمانی تأثیر می‌گذارد. ازسوی دیگر، در این پژوهش اثرگذاری

غیرمستقیم گردآوری (ذخیره دانش، ایجاد دانش و کسب آن) بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم و به‌کارگیری دانش تأیید گردید.

در این راستا، عسگری پور گلوپیک و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "بررسی ارتباط مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های کارآفرین" دریافتند که مدیریت دانش و چهار شاخص آن (اشتراک و تسهیم دانش، ظرفیت سازمانی، یادگیری سازمانی و مدیریت منابع انسانی) بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبتی دارند.

گلد و همکاران^۱ (۲۰۰۱) نیز در پژوهشی با عنوان "مدیریت دانش، یک رویکرد ظرفیت‌های سازمانی"، مدیریت دانش را رویکردی دانستند که دانش و مهارت سازمانی را به‌منظور ایجاد ارزش و ارتقای اثربخشی سازمانی تقویت می‌کند. آن‌ها معتقد هستند که ایجاد و کسب دانش جدید یا دانش موجود می‌تواند ذخیره دانش سازمانی را تغییر دهد.

علاوه بر این، اسکاربروک^۲ (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان "مدیریت دانش، مدیریت منابع انسانی و فرایند نوآوری" عنوان نمود شرکت‌هایی که سطوح بالاتری از مدیریت دانش دارند، می‌توانند توانایی خود را در پاسخ به تغییرات سریع و توسعه ایده‌های نوآورانه و نوآوری در محصول و خدمت ارتقا بخشند.

لین^۳ (۲۰۰۵) نیز در پژوهشی با عنوان "تأثیر یادگیری سازمانی و فاکتورهای مدیریت دانش در پذیرش کسب‌وکار الکترونیکی" به این مهم دست یافتند که تسهیم دانش نشان‌دهنده ترکیب جدیدی از دانش است که می‌تواند با ایجاد فرصت‌های مناسب، توانایی سازمان را برای شناسایی نیازها و خواسته‌های مشتریان و کارکنان به‌منظور بهبود فرایند و ارائه محصولات جدید افزایش دهد. همچنین، اریلی و کلایت^۴ (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان "مدیریت دانش، بهترین شیوه برای سازمان‌های ملی ورزش" دریافتند که سازمان‌های ملی ورزشی اغلب هدف سودآوری ندارند؛ بلکه این سازمان‌ها مسئول رشد و توسعه ورزش در کشور خویش هستند و ابزار کار و ساختاری که موجب تسهیل کارآمدی در ایجاد رشد دانش برای بقا و رشد در این سازمان می‌شود، اهمیت بسیاری دارد و می‌تواند عملکرد آن‌ها را متحول سازد. همچنین، مدیریت دانش دامنه‌ای وسیع از ابزارها، تکنولوژی و تمرینات مدیریتی را شامل می‌شود که با استفاده بهتر از ظرفیت هوشمند یک سازمان، منافع‌های پایه‌ای را ایجاد می‌کند.

-
1. Gold
 2. Scarbrough
 3. Lin
 4. O'Reilly & Klight

کینگ و همکاران (۲۰۰۸) نیز در پژوهشی با عنوان "مدیریت دانش و یادگیری سازمانی" عنوان نمودند هنگامی که افراد دانش را در سازمان میان خود تسهیم می‌کنند، می‌توانند یادگیری جمعی و مزایای هم‌افزایی را افزایش دهند تا از این طریق فرصت‌های محیطی را شناسایی کرده و برای ارائه محصولات و فرصت‌های جدید ایده‌پردازی کنند.

همچنین، موریس و همکاران^۱ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "کارآفرینی سازمانی و نوآوری" بر این نکته تأکید کردند که کارآفرینی سازمانی شامل: پرورش رفتاری کارآفرین در سازمان می‌باشد و سازمان‌ها می‌توانند خلاقیت و نوآوری را از طریق تشویق کارکنان برای فکر کردن توسعه دهند.

ادوارد^۲ (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی با عنوان "یک دیدگاه فرایندی از مدیریت دانش" دریافت که با استفاده از روش‌های مختلف، یک فرایند در عمل و پژوهش در مدیریت دانش به‌صراحت و یا به‌طور ضمنی نمایش داده می‌شود. همچنین، منعکس‌کننده آن است که چگونگی تفکر درباره فرایند ممکن است در آینده مدیریت دانش را بهبود بخشد.

بررسی مطالعات انجام‌شده در کشور حاکی از آن است که در سازمان‌ها از جمله وزارت ورزش و جوانان شرایط لازم و کافی برای کارآفرینی سازمانی آن‌چنان که باید مهیا نبوده است؛ بنابراین، با توجه به معضلات موجود، راه‌کارهای قابل‌اجرا در راستای افزایش کارآفرینی سازمانی ضروری به‌نظر می‌رسد. از سوی دیگر، مهم‌ترین گام در جهت برنامه‌ریزی صحیح کارآفرینی به شناخت عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی می‌باشد که باید مطالعات و پژوهش‌های وسیع‌تری در این زمینه صورت پذیرد تا براساس آن مسئولان و مدیران این سازمان بتوانند الگویی مدون و راه‌کاری اساسی برای کارآفرینی سازمانی طراحی نمایند؛ بنابراین، پژوهش حاضر به‌دنبال یافتن پاسخ برای این پرسش است که مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن (کسب دانش، ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش) تا چه اندازه قادر به تأثیرگذاری و پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان می‌باشند؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به‌لحاظ هدف، کاربردی بوده و از نظر روش، توصیفی - پیمایشی می‌باشد. به‌لحاظ ارتباط بین متغیرها نیز از نوع مطالعات هم‌بستگی بوده و از نظر زمانی، مقطعی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان با سطح تحصیلات لیسانس به بالا در سال (۱۳۹۲) تشکیل دادند (حدود ۴۰۰ نفر). به‌منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد

1. Morris, Kuratko & Covin

2. Edvard

که براین اساس، حداقل ۱۶۰ نفر نمونه مورد نیاز بود. در این راستا، برای رفع اثرات پرسشنامه‌های گمشده و ناقص و یا موارد پاسخ داده نشده توسط پاسخ‌گویان بر نتایج پژوهش، حجم نمونه آماری پژوهش از ۱۶۰ نفر به ۱۹۰ نفر افزایش داده شد (که با شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند) و در نهایت، ۱۶۳ پاسخنامه مورد تأیید قرار گرفت. علاوه بر این، ابزار مورد استفاده در پژوهش شامل دو پرسشنامه "فرایندهای مدیریت دانش" و "کارآفرینی سازمانی" بود. پرسشنامه فرایندهای مدیریت دانش از مجموعه کتاب پژوهشنامه مقیمی (۱۳۸۴) اقتباس شد. این پرسشنامه که توسط پاتریک و سونیا^۱ تهیه شده است (به نقل از فانگ و چویی^۲، ۲۰۰۹، ۱۱۵)، دارای پنج بعد فرایندهای مدیریت دانش شامل: اکتساب دانش، ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش است که شامل ۳۸ گویه می‌باشد. شایان ذکر است که سؤالات این پرسشنامه در جهت مثبت تنظیم شده است و نمره‌گذاری آن بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نه موافقم و نه مخالفم، مخالفم و کاملاً مخالفم) می‌باشد. علاوه بر این، پرسشنامه کارآفرینی سازمانی که توسط آشنا (۱۳۸۴) تهیه شده است، شامل ۲۰ گویه می‌باشد (آشنا، ۱۳۸۴، به نقل از محرم‌زاده، کاشف و بهنوش، ۱۳۸۹، ۱۲۵). سؤالات این پرسشنامه در جهت مثبت و بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم) تنظیم شده است که نمره‌گذاری آن به ترتیب از پنج به یک می‌باشد. جهت تعیین اعتبار صوری، پرسشنامه‌ها به اساتید و سه نفر از متخصصان علم مدیریت ارائه گردید و آن‌ها پس از بررسی و مطابقت سؤالات با متغیرهای اندازه‌گیری شده، به تنظیم پرسشنامه نهایی اقدام کردند. باید عنوان نمود که پایایی درونی این پرسشنامه‌ها بر اساس ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای پرسشنامه مدیریت دانش (۰/۹۴) و برای کارآفرینی سازمانی (۰/۹۲) به دست آمد. همچنین، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، واریانس و محاسبه درصدها) و استنباطی (کلموگروف - اسمیرنوف، ضریب هم‌بستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندمتغیره) استفاده شد.

-
1. Patric & Sonia
 2. Fong & Choi

نتایج

مشخصات جمعیت‌شناختی جامعه مورد مطالعه در جدول شماره یک ارائه شده است.

جدول ۱- توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه مورد بررسی

متغیرها	گویه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
جنس	زن	۵۵	۳۳/۳
	مرد	۱۰۸	۶۶/۷
وضعیت تأهل	متأهل	۱۲۶	۷۷/۸
	مجرد	۳۷	۲۲/۲
سطح تحصیلات	دکتر	۵	۳۳/۱
	کارشناسی ارشد	۶۸	۳۲/۲
	کارشناسی	۸۶	۵۲/۸
سابقه خدمت	>۲۱	۳۵	۲۱/۷
	۱۱-۲۱	۷۳	۴۴/۷
	۱-۱۰	۵۵	۳۳/۵

داده‌های توصیفی مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن در وزارت ورزش و جوانان (میانگین، انحراف معیار و حداکثر نمره) در جدول شماره دو ارائه شده است. لازم به ذکر است که جهت تبدیل داده‌ها به مقیاس پنج ارزی و مقایسه بیشتر، مجموع هر مؤلفه بر تعداد سؤالات تقسیم گردید و میانگین آن محاسبه گشت. نتایج نشان می‌دهد که میزان مدیریت دانش معادل (۲/۸۹) بوده و مقدار مؤلفه‌های آن به ترتیب عبارت است از: کسب دانش (۲/۸۹)، ایجاد دانش (۲/۷۷)، ذخیره دانش (۳/۱۸۶)، توزیع دانش (۲/۷۶)، نگهداری دانش (۲/۷۸) و میزان کارآفرینی سازمانی (۲/۵۲) که تمامی مقادیر فوق در حد متوسط می‌باشند.

جدول ۲- میانگین مدیریت دانش و فرایندهای آن و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

عناوین فرایندها	میانگین	انحراف استاندارد	حداکثر نمره
کسب دانش	۲/۸۹	۰/۷۱	۵
ایجاد دانش	۲/۷۷	۰/۸۶	۵
ذخیره دانش	۳/۱۸	۰/۵۰	۴/۸
توزیع دانش	۲/۷۶	۰/۷۰	۵
نگهداری دانش	۲/۷۸	۰/۷۹	۵
مدیریت دانش	۲/۸۹	۰/۵۸	۴/۸۹
کارآفرینی سازمانی	۲/۵۲	۰/۶۸	۵

در بخش آمار استنباطی برای بررسی توزیع نرمال بودن متغیرهای کمی از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده شد که براساس آن مشاهده می‌شود که متغیرها از توزیع نرمال پیروی می‌کنند ($P \geq 0/05$).

همچنین، نتایج آزمون‌های ضریب هم‌بستگی پیرسون نشان می‌دهد که مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن با کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان رابطه معناداری وجود دارد. ضریب هم‌بستگی و جهت رابطه متغیرها نیز مثبت و مستقیم است ($P \leq 0/001$)؛ بنابراین، با افزایش هر یک از متغیرهای پیش‌بین، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد (جدول شماره سه).

جدول ۳- آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون برای ارتباط بین مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن با کارآفرینی

سازمانی

فرضیات	نوع هم‌بستگی	متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	سطح معناداری	ضریب هم‌بستگی	نتیجه
فرضیه اصلی	پیرسون	مدیریت دانش	کارآفرینی سازمانی	$< 0/001$	۰/۶۵	وجود رابطه
فرضیه فرعی یک	پیرسون	کسب دانش	کارآفرینی سازمانی	$< 0/001$	۰/۵۳	وجود رابطه
فرضیه فرعی دو	پیرسون	ایجاد دانش	کارآفرینی سازمانی	$< 0/001$	۰/۶۶	وجود رابطه
فرضیه فرعی سه	پیرسون	ذخیره دانش	کارآفرینی سازمانی	$< 0/001$	۰/۴۴	وجود رابطه
فرضیه فرعی چهار	پیرسون	توزیع دانش	کارآفرینی سازمانی	$< 0/001$	۰/۵۸	وجود رابطه
فرضیه فرعی پنج	پیرسون	نگهداری دانش	کارآفرینی سازمانی	$< 0/001$	۰/۵۱	وجود رابطه

$P < 0/001$

برای تعیین قدرت تأثیر و پیش‌بینی، از تحلیل رگرسیون چندمتغیره میان مدیریت دانش و فرایندهای آن به‌عنوان متغیرهای مستقل (پیش‌بین) و کارآفرینی سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته (ملاک) به روش ورود استفاده شد.

علاوه‌براین، به‌منظور تأمین اعتبار رگرسیون از آزمون دوربین واتسون استفاده شد. باید عنوان نمود که یکی از فرضیات رگرسیون، مستقل بودن خطاها از یکدیگر است (خطاها همان تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده توسط رگرسیون هستند)؛ در صورتی که خطاها با یکدیگر هم‌بستگی داشته باشند، امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد و چنانچه این آماره در بازه $(1/5)$ تا $(2/5)$ قرار گیرد، نشانه استقلال خطاها از یکدیگر (عدم هم‌بستگی خطاها) خواهد بود. همچنین، جهت اجرای آزمون دوربین واتسون از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس^۱ استفاده شد و با شناسایی و حذف داده ۵۹ که از

داده‌های دورافتاده از خط رگرسیون بود، مدل رگرسیون دوباره اجرا گردید (جدول شماره چهار) و نتایج زیر به دست آمد:

جدول ۴- آزمون دوربین واتسون و تعیین داده دورافتاده از خط رگرسیون براساس متغیر مدیریت دانش

۱/۸۲۶	آزمون دوربین واتسون
۹/۵۷۹	اشتباه معیار
۰/۵۱۲	ضریب تعیین تصحیح شده
۰/۵۱۵	ضریب تعیین
۰/۷۱۷	ضریب هم‌بستگی چندگانه
۵۹	شماره مورد
-۴/۷۶۲	مقدار خطا
۳۲	کارآفرینی کل
۸۱/۴۷	پیش‌بینی مقدار
-۴۹/۴۷۱	باقی مانده

نتایج آزمون رگرسیون (جدول شماره پنج) نشان می‌دهد که مدیریت دانش می‌تواند با اطمینانی معادل (۰/۹۹) تغییرات مربوط به کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کند. ضریب تعیین متغیر پیش‌بین نیز حاکی از آن است که ۴۶ درصد از نمرات کارآفرینی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تحت تأثیر نمرات مدیریت دانش قرار دارد. علاوه بر این، مقدار آماره f نشان می‌دهد که کل رگرسیون از اعتبار آماری برخوردار می‌باشد.

جدول ۵- خلاصه مدل رگرسیون و تحلیل واریانس کارآفرینی سازمانی براساس متغیر مدیریت دانش

متغیر	عرض از مبدأ	B	درجه آزادی	F تحلیل و واریانس	سطح معناداری	ضریب تعیین
مدیریت دانش	۰/۱۰۹	۰/۷۱۷	۱۵۸ ۱۵۹	۴۹۴/۱۶۷	۰/۰۰۱	۰/۴۶۱

$P < ۰/۰۰۱$

براساس جدول شماره پنج می‌توان معادله خط رگرسیون را به صورت زیر نوشت:

$$Y = 0.109 + 0.46 X$$

Y- کارآفرینی سازمانی

X- مدیریت دانش

نتایج آزمون دوربین واتسون برای اعتبار تحلیل رگرسیون بین ابعاد مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی حاکی از آن است که با حذف داده ۵۹ که داده دورافتاده از خط رگرسیون می‌باشد، اجرای مجدد آزمون اعتبار آن را افزایش می‌دهد (جدول شماره شش).

علاوه بر این، نتایج تحلیل رگرسیون ابعاد مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (جدول شماره هفت) مشاهده می‌شود که ابعاد مدیریت دانش می‌توانند با اطمینان (۰/۹۹) تغییرات مربوط به کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کنند. همچنین، ضریب تعیین متغیرهای پیش‌بینی اکتساب دانش، ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش بیانگر آن است که ۵۵ درصد از تغییرات نمرات کارآفرینی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تحت تأثیر ابعاد مدیریت دانش قرار داشته است. مقدار آماره f نیز نشان می‌دهد که رگرسیون از اعتبار آماری برخوردار می‌باشد.

جدول ۶- آزمون دوربین واتسون و تعیین داده دورافتاده از خط رگرسیون براساس متغیرهای مؤلفه‌های

مدیریت دانش

آزمون دوربین واتسون	۱/۸۵۸
اشتباه معیار	۱۰/۱۴۹
ضریب تعیین تصحیح شده	۰/۴۵۴
ضریب تعیین	۰/۴۷۲
ضریب هم‌بستگی چندگانه	۰/۶۷۸
شماره مورد	۵۹
مقدار خطا	-۴/۶۴۰
کارآفرینی کل	۳۲
پیش‌بینی مقدار	۷۹/۰۹
باقی مانده	-۴۷/۰۵۹

جدول ۷- خلاصه مدل رگرسیون و تحلیل واریانس کارآفرینی سازمانی براساس متغیرهای اکتساب دانش و

ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش

متغیر پیش‌بین	ضریب رگرسیونی استاندارد نشده	عرض از مبدأ	آماره t آزمون	درجه آزادی	آماره F آزمون	سطح معناداری	ضریب تعیین
اکتساب دانش	۰/۳۱۷		۱/۲۳۶				
ایجاد دانش	۱/۱۹۹		۴/۶۷۵	۵			
ذخیره دانش	۰/۱۸۴	۶/۶۹۰	۰/۹۵۰	۱۵۴	۳۷/۱۸۰	۰/۰۰۱	۰/۵۴۷
توزیع دانش	۰/۳۹۵		۲/۳۵۸	۱۵۹			
نگهداری دانش	۰/۰۶۴		۰/۲۱۰				

* P < ۰/۰۰۱

برمبنای نتایج جدول می‌توان معادله خط رگرسیون را به صورت زیر نوشت:

$$Y = 6/690 + 0/31 X_1 + 1/199 X_2 + 0/184 X_3 + 0/395 X_4 + 0/064 X_5$$

بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای رقابت جهانی، سازمان‌ها می‌خواهند به‌طور موفقیت‌آمیزی با یکدیگر رقابت کنند، تولیدات و خدمات جدید به‌وجود آورند و خود را با فناوری روز وفق دهند. درواقع، دانش به یک منبع اقتصادی کلیدی در سازمان‌ها تبدیل شده است. این رویکرد نوین در سازمان‌های دانش‌محور به‌روشنی قابل‌تخصیص می‌باشد (عرصه و سیدعامری، ۱۳۹۱، ۱۷).

یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین، فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌شود؛ بدین‌معناکه اگر مدیریت دانش در کارکنان وزارت ورزش و جوانان افزایش یابد، میزان کارآفرینی سازمانی نیز در آن‌ها افزایش پیدا می‌کند.

در ادامه بررسی فرضیه اصلی، به‌منظور تبیین سهم مدیریت دانش و ابعاد آن (اکتساب دانش، ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش) در پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی در مدیران و کارشناسان، تحلیل رگرسیون انجام گرفت و نتایج نشان داد که ۴۶ درصد از نمرات کارآفرینی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تحت‌تأثیر نمرات مدیریت دانش کل قرار دارد و ۵۵ درصد از تغییرات آن تحت‌تأثیر ابعاد مدیریت دانش (اکتساب دانش، ایجاد دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و نگهداری دانش) می‌باشد.

در تبیین یافته فوق می‌توان گفت که یکی از دغدغه‌های عمده و اصلی مدیران ارشد سازمان‌ها این است که از طریق کاربرد مؤثر دارایی‌های دانش به ایجاد تحکیم و توسعه نوآوری و بهبود کارآفرینی سازمانی بپردازند. امروزه، افزایش رقابت بین سازمان‌ها در مقیاس جهانی باعث شده است که تفکیک یا عدم تفکیک حوزه‌های مدیریت دانش یا نوآوری، موضوع چندان مهم و استراتژیکی به‌شمار نیاید؛ درمقابل، کاربرد مدیریت دانش در فرایندهای مدیریت نوآوری موضوعی مهم و استراتژیک در سازمان‌ها محسوب می‌گردد که موجب می‌شود آن‌ها عملکرد خود را ارتقا بخشند (مقدماتی، ۱۳۸۴، ۲۲). در عرصه اقتصاد، سازمان‌هایی می‌توانند براساس دانش به‌شکل موفق عمل کنند که بر فرصت‌های حاصل از دارایی‌های دانش سرمایه‌گذاری نمایند؛ این سازمان‌ها فاتحان صنعت خواهند بود. درحال حاضر، سازمان‌ها سخت تلاش می‌کنند که به‌عنوان پیشگامان مهارت‌های مدیریت دانش شناخته شوند و از این طریق، افراد تلاش و کوشش خود را به‌سمت کارآفرینی به‌کار گیرند.

درواقع، هدف عمده مدیریت دانش ایجاد و سازماندهی محیطی است که در آن افراد دانش خود را توسعه بخشند، با یکدیگر به مبادله دانش بپردازند، دانش خود را با دانش دیگران ترکیب نمایند و در نهایت، آن را به کار بندند؛ از این رو، مدیریت دانش به نوبه خود باعث کارآفرینی می شود (علم‌بیگی، ملک‌محمدی و مقیمی، ۱۳۸۸، ۴). این یافته با نتایج مطالعات عبدلی و ابزری (۱۳۹۱)، ایمانی و همکاران (۱۳۹۲)، مدهوشی و ساداتی (۱۳۹۰)، محمدزاده و همکاران (۱۳۹۱)، دامنی و همکاران (۱۳۹۲) و عسگری پور گلوپیک و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد.

یافته‌های پژوهش عبدلی و ابزری در ارتباط با شرکت *الف/ا* سام اصفهان نشان داد که این شرکت با قالب صنعتی از طریق نوآوری در فعالیت‌ها و ارتقای فناوری، توسعه و ترویج دانش فنی در سطح کشور به دنبال اجرای فرایندهای مدیریت دانش جهت تحقق کارآفرینی سازمانی است. به نظر می‌رسد که وزارت ورزش و جوانان نیز برای رسیدن به آرمان‌های خود با متنوع ساختن و به‌روز کردن زمینه‌های اصلی فعالیت‌های سازمان، کسب منابع ذی‌نفعان، انعطاف‌پذیری و نوآوری در تولید خدمات و محصولات، بهبود مستمر و بیشتر فعالیت‌های منطبق با استانداردهای قابل قبول و ارتقای توان رقابتی، نیازمند مدیریت دانش هوشمند می‌باشد.

نتایج پژوهش دامنی و همکاران در ارتباط با مراکز فنی‌وحرفه‌ای و کارودانش شهرستان داراب نیز حاکی از آن بود که این مراکز به منظور توسعه آموزش هنرجویان، مربیان و مدرسان مراکز فنی‌وحرفه‌ای و کارودانش در رشته‌های مربوط به تکنولوژی جدید و کارآفرینی نیازمند مدیریت دانش می‌باشند. به نظر می‌رسد که ورزش، نهاد و فرایندی فرهنگی و تربیتی است؛ لذا، وزارت ورزش و جوانان برای تربیت، شناسایی و سازماندهی استعدادها و توانمندی نسل جوان ورزشکاران، تعلیم و تربیت داوران و مربیان سراسر کشور و کارآفرین‌ساختن نیروهای دانش‌محور سازمان نیازمند مدیریت دانش می‌باشد.

علاوه بر این، مدهوشی و ساداتی در پژوهش خود به بررسی کسب‌وکار کوچک و متوسط شرق مازندران پرداختند و گزارش کردند که صنایع کوچک و متوسط از طریق چهار کانال کارآفرینی، نوآوری، تغییر فناوری، پویایی صنعت و در نهایت، ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد بر اقتصاد جهانی تأثیر می‌گذارند. به نظر می‌رسد ورزش در عصر حاضر به صورت حرفه‌ای دنبال شده و دیگر نمی‌توان به این مقوله تنها به عنوان یک تفریح برای سلامتی جسم نگریست. بی‌شک، با رویکرد جدیدی که جوامع مختلف در حوزه ورزش در پیش گرفته‌اند، باید معترف بود که اگر نتوانیم در این حوزه همانند سایر کشورها به امر حرفه‌ای‌گری بپردازیم، نخواهیم توانست در عرصه رقابت حرفی برای گفتن داشته باشیم؛ لذا، بهترین گزینه این است که در حوزه ورزش نیز کارآفرینی داشته باشیم. شایان ذکر است که زمانی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان محقق خواهد شد که

مدیران و دست‌اندرکاران سازمان که مسئول اصلی سیاست‌های راهبردی ورزشی کشور هستند، مدیریتی دانش‌محور داشته باشند.

در این راستا، نتایج پژوهش ایمانی و همکاران در ارتباط با آموزش و پرورش بندرعباس نشان داد که در آموزش و پرورش برای تقویت روحیه پژوهش، تعقل، بررسی و تعمق، نقد و ابتکار و رسیدن به اهداف علمی - آموزشی و اقتصادی، شناخت، پرورش و هدایت استعدادهاى افراد در جهت اعتلای فرد و جامعه و سوق دادن به سمت خوداشتغالی و کارآفرینی، شناخت مشاغل مولد جهت افزایش درآمد ملی و رفع بیکاری و وابستگی اقتصادی، حضور اجرای فرایندهای مدیریت دانش اثربخش الزامی می‌باشد. به نظر می‌رسد که وزارت ورزش و جوانان نیز برای هدایت فعالیت‌های آموزشی به سوی طرح‌ها و برنامه‌های سودآور و ایجاد کسب‌وکار جدید از طریق بررسی و پژوهش مضاعف و تقویت و بهبود نوآوری و ابداع به منظور افزایش کارایی و اثربخشی، قدرت تفکر و اندیشیدن و حداکثر استفاده از پتانسیل‌های نیروی انسانی خلاق و مبتکر در جهت کارآفرینی در راستای عملیاتی کردن سیاست‌های اعلام‌شده در زمینه کارآفرینی سازمانی نیازمند مدیریتی دانش‌محور است که بتواند زمینه‌های پرورش و ایجاد کارآفرینی در وزارت ورزش و جوانان را بیشتر فراهم کند.

نتایج پژوهش عسگری‌پور گلوپیک و همکاران در ارتباط با سازمان‌های کارآفرین استان سیستان و بلوچستان نیز حاکی از آن بود که این سازمان‌ها درصد رشد پیوسته و پایدار از طریق به دست آوردن قابلیت‌های نوین، گسترش ظرفیت‌ها و قدم گذاشتن به عرصه‌های جدید کسب‌وکار هستند که لازمه این امر، نهادینه شدن کارآفرینی سازمانی در فرهنگ یک سازمان و مورد پذیرش بودن در میان تمامی اعضای سازمان است. سازمان‌های کارآفرین موفق بر پایه تفکر معناداری از نوآوری اداره می‌شوند؛ لذا، این امر مهم جز با اجرای فرایندهای مدیریت دانش حاصل نخواهد شد. به نظر می‌رسد که وزارت ورزش و جوانان در مقایسه با دیگر انواع سازمان‌ها از جمله سازمان‌های کارآفرین، از استعداد و توانایی بسیاری برای رشد برخوردار می‌باشد که این امر برخاسته از رویکرد نوآوری است. درحقیقت، وجود حس کارآفرینی در سازمان آن را به سویی سوق می‌دهد که بقای خویش را در استمرار نوآوری و حفظ رضایت‌مندی مشتری در صحنه اقتصاد جهانی بیابد. از آنجایی که وزارت ورزش و جوانان نیز به دنبال کشف فرصت‌ها و قابلیت‌ها در جهت توسعه کارآفرینی، نوآوری و سودآوری و کسب‌وکار جدید می‌باشد؛ لذا، نیازمند مدیریت دانش است.

همچنین، محمدزاده و همکاران در پژوهش خود در ارتباط با اساتید دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت گزارش کردند که مفهوم مدیریت دانش به عنوان سرمایه‌ای ضروری در مؤسسات آموزش عالی مطرح می‌باشد. آموزش عالی اولین رکن اساسی در آموزش است که از بدنه آن نیروهای خلاق، کارآفرین و نوآور متولد می‌شوند. این مؤسسات به طور معمول دارای ساختار اطلاعاتی جدید و مدرن

می‌باشند؛ از این رو، نیاز مبرم و کلیدی به مدیریت دانش دارند. به نظر می‌رسد وزارت ورزش و جوانان نیز برای رشد و پویایی خود در زمینه‌های پرورش قهرمانان ورزشی، یافتن استعداد های ورزشی و پرورش نیروهای خلاق و کارآفرین نیازمند یک مدیریت دانش قوی می‌باشد؛ بنابراین، مدیریت مبتنی بر دانش به دلیل توجه خاصی که به آموزش کارکنان دارد، بسترهای پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی را مهیا می‌کند.

نتایج دیگر مطالعات نیز حاکی از آن بود که بین ابعاد مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه معناداری وجود دارد. یکی از ابعاد مدیریت دانش، اکتساب دانش است. در پژوهش حاضر نشان داده شد که هرچه میزان اکتساب دانش در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بیشتر شود، میزان کارآفرینی سازمانی نیز در آن‌ها افزایش می‌یابد؛ لذا، فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید گردید.

برای تبیین این یافته می‌توان گفت که اکتساب دانش یکی از گلوگاه‌های اصلی مدیریت دانش است و سازمان‌ها پشتوانه دانش خود را با جمع‌آوری اطلاعات از منابع داخلی و خارجی کسب می‌کنند (گوردون و گرانت، ۲۰۰۹، ۲۹). مدیران و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان به دلیل حضور در رقابت‌های جهانی نیاز دارند که به‌طور مداوم به‌دنبال کسب دانش باشند؛ بنابراین، می‌توان گفت که اکتساب دانش بستر مناسبی برای کارآفرینی سازمانی است. این یافته با نتایج مطالعات مدهوشی و ساداتی (۱۳۹۰) و عبدلی و ابزری (۱۳۹۱) در ارتباط با کارکنان همخوانی دارد. مدهوشی و همکاران معتقد هستند که شدت یافتن رقابت جهانی، افزایش بی‌اطمینانی و تقاضای فزاینده برای محصولات متنوع باعث شده است که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای اقبال بیشتر در تولید محصولات و صنایع مختلف به‌دنبال کسب دانش باشند. همچنین، وزارت ورزش و جوانان که نقشی کلیدی در صحنه‌های بین‌المللی دارد، برای این‌که بتواند جهت‌گیری راهبردی ویژه‌ای برای رویارویی مناسب با تغییرات سریع در محیط کسب‌وکار و نیز ابداعات نوآورانه در جهت توسعه کارآفرینی داشته باشد، نیازمند کسب دانش است. نتایج پژوهش عبدلی و ابزری نیز نشان می‌دهد که شرکت *آلفا سام* به‌منظور توسعه و ثبت حق امتیازات علمی و فنی و تولید محصولات و خدمات با آخرین فناوری روز به‌دنبال کسب دانش از منابع داخلی و خارجی است. در ارتباط با وزارت ورزش و جوانان نیز به نظر می‌رسد که برای به‌دست‌آوردن فرصت‌های برتر و نوآوری در زمینه فعالیت‌های مختلف سازمان، کسب مزایا از بازارهای ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی و بسط کارآفرینی باید به‌دنبال کسب دانش بود.

بعد دیگر مدیریت دانش، ایجاد دانش است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بین ایجاد دانش و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به عبارت دیگر، هرچه میزان ایجاد دانش در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بیشتر شود، میزان کارآفرینی سازمانی نیز در آن‌ها افزایش می‌یابد؛ لذا، فرضیه فرعی دوم پژوهش تأیید می‌شود. شایان ذکر است که ایجاد دانش به توانایی یادگیری و ایجاد ارتباط بازمی‌گردد. در این قابلیت، ایجاد ارتباط بین ایده‌ها و برقراری ارتباطات متقاطع با دیگر موضوعات از اهمیت کلیدی برخوردار است. برخی از پژوهشگران تولید دانش را معادل کشف دانش در خلال پژوهش و توسعه، آموزش، درس‌آموختن و تفکر خلاق و نوآوری تعریف می‌کنند. برخی دیگر نیز با تأکید بر جنبه آشکار دانش، خلق دانش را مبتنی بر پردازش دانش موجود می‌دانند. در این مرحله از فرایند مدیریت دانش بر تولید مهارت‌ها و محصولات جدید، ایده‌های بهتر و فرایندهای مؤثر تأکید می‌شود؛ بنابراین، در صورتی که دانش موردنیاز منابع داخلی و خارجی سازمانی یافت نشود، سازمان با در نظر گرفتن قابلیت‌های اساسی خود در جهت پژوهش و تولید دانش اقدام می‌کند. در واقع، ایجاد دانش به معنای ایجاد دانش جدید و نحوه خلق و نوآوری که سابقه قبلی در سازمان ندارد، می‌باشد. ذکر این نکته ضرورت دارد که ارزیابی دانش به دست‌آمده بر اساس اهداف سازمان صورت می‌گیرد. سازمان باید فرصت‌های مناسب را برای هدایت و تجربیات برنامه‌ریزی‌شده و برنامه‌ریزی‌نشده فراهم کند تا از عدم اطمینان، عدم ثبات، تصادفی بودن و آشوبناکی جلوگیری نماید تا یادگیری حاصل شود و زمینه مناسب برای کارآفرینی سازمانی فراهم گردد؛ لذا، این مهم می‌تواند به عنوان عامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی در نظر گرفته شود. این یافته پژوهش با نتایج مطالعات مدهوشی و ساداتی (۱۳۹۰) و محمدزاده و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد. مدهوشی و همکاران در پژوهش خود نشان عنوان کردند که کسب و کارهای کوچک و متوسط برای ارتقای بخشیدن به عملکرد خود، به دنبال ایجاد دانش جدید می‌باشند. به نظر می‌رسد وزارت ورزش و جوانان نیز برای این که در شرایط پیچیده و متحول عملکرد برتری داشته باشد و موقعیت خود را در بازار حفظ نماید، به دنبال ایجاد دانش است. در پژوهش محمدزاده و همکاران نیز آموزش عالی جهت تربیت و تأمین نیروی انسانی ماهر، متعصب و کارآمد موردنیاز بخش‌های مختلف جامعه و انجام پژوهش‌های بنیادی، علمی و کاربردی به منظور پیشرفت کارآفرینی به خلق دانش می‌پردازد. در این راستا، وزارت ورزش و جوانان نیز به عنوان رکن اساسی در توسعه همه‌جانبه ورزش کشور برای این که بتواند زمینه شکوفایی استعدادها و توانایی‌های نیروهای جوان ورزش کشور را فراهم سازد و از این استعدادها در زمینه کارآفرینی بهره‌برداری کند می‌بایست به دنبال ایجاد دانش و تفکر جدید باشد.

بعد دیگر مدیریت دانش، ذخیره دانش است. در این پژوهش مشخص شد که بین ذخیره دانش با کارآفرینی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که هرچه میزان ذخیره دانش در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بیشتر شود، میزان کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد؛ لذا، فرضیه فرعی سوم پژوهش تأیید گردید. با توجه به این که ذخیره دانش به ذخیره‌سازی و جاسازی دانش کسب‌شده و یا تولیدشده در حافظه سازمانی وابسته می‌باشد، چالش امروز سازمان‌ها گردآوری و محافظت از این دانش است. اگر ندانیم منبع دانش کجاست و آن را بیابیم، مانند این است که ندانیم خود دانش چیست؟ باید عنوان نمود که کارآفرینی سازمانی به‌عنوان موتور متحرک توسعه، نقشی کلیدی را در پیشرفت سازمان‌ها ایفا می‌کند و در این راستا، یافتن منابع دانش در زمان و جایگاه مناسب از اهمیت بالایی برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که ذخیره دانش به‌شکل مناسب با ایجاد توازن فکری، خلاقیت و ایده‌پردازی در بین کارکنان و مدیران (در عصری که انقلاب کارآفرینانه نام‌گذاری شده است) می‌تواند زمینه مناسبی را برای توسعه کارآفرینی سازمانی فراهم کند. این مهم با یافته‌های محمدزاده و همکاران همخوانی دارد. به اعتقاد آن‌ها، دانشگاه آزاد اسلامی به‌منظور جلوگیری از هدررفتن دانش ایجادشده و یا کسب‌شده توسط اساتید دانشگاه و پژوهشگران در حوزه‌های مختلف از جمله کارآفرینی، ذخیره دانش را عنصری ضروری می‌داند که به‌وسیله آن شرایط لازم برای ماندگاری و موقعیت دانشگاه در عرصه رقابتی فراهم می‌شود. به‌نظر می‌رسد در وزارت ورزش و جوانان نیز ضرورت دارد که در جهت کارآفرینی سازمانی، دانش خلق‌شده و یا کسب‌شده در حوزه‌های مختلف با نیازهای سازمان تطبیق یابد و به‌تعبیری آماده شود و سپس، به‌صورت مناسب ذخیره گردد تا در زمان، مکان و شرایط موردنیاز مورد استفاده قرار گیرد. لازم به‌ذکر است که افراد برنامه‌ریز و سیاست‌گذار در ورزش کشور می‌بایست با تلاش برای بهره‌گیری از سیستم‌های مناسب برای ذخیره‌سازی دانش سازمان و جلوگیری از هدررفتن، حذف و یا فراموش شدن آن به تقویت زیرساخت‌های خود بپردازند.

از دیگر ابعاد مدیریت دانش، توزیع دانش است. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین توزیع دانش و کارآفرینی سازمانی در کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه معناداری وجود دارد؛ به‌عبارت‌دیگر، هرچه میزان توزیع دانش در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بیشتر شود، میزان کارآفرینی سازمانی در آن‌ها افزایش می‌یابد؛ بنابراین، فرضیه فرعی چهارم پژوهش تأیید گردید.

در تبیین این موضوع می‌توان بیان کرد که فرایند توزیع دانش عبارت است از تسهیم دانش در داخل و بیرون سازمان که پیش شرط حیاتی برای ایجاد اطلاعات و تجاری است که سازمان می‌تواند از آن استفاده کند (نوری، ۱۳۸۷، ۱۵۲)؛ از این‌رو، سازمان‌ها برای رسیدن به کارآفرینی سازمانی باید به مکانیزم‌های توزیع و تسهیم دانش در سازمان توجه نمایند. شایان‌ذکر است که

یافته‌های پژوهش با نتایج عبدلی و ابزری (۱۳۹۱)، دامنی و همکاران (۱۳۹۲) و مدهوشی و ساداتی (۱۳۹۰) همخوانی دارد. عبدلی و ابزری معتقد هستند که شرکت آلفا سام به‌منظور ایجاد محصولات، خدمات، نوآوری و ایده‌پردازی نو و دستیابی به اطلاعات موردنیاز به توزیع و نشر دانش می‌پردازد. به‌نظر می‌رسد که در پژوهش حاضر نیز وزارت ورزش و جوانان جهت دستیابی به دانش‌های سیار و تکنولوژی‌های مشارکتی، اعتمادسازی و سرعت ارزیابی اطلاعات به‌منظور تولیدات و خدمات جدید به توزیع و اشتراک دانش می‌پردازد. نتایج پژوهش ایمانی و همکاران نیز حاکی از آن بود که مراکز فنی‌وحرفه‌ای و کارودانش به‌منظور کیفیت‌بخشی به آموزش‌های فنی‌وحرفه‌ای، دستیابی به آموزش و اطلاعات روز، هدایت دانش‌آموختگان به سمت ایجاد کسب‌وکار و کارآفرینی و تبادل اطلاعات با مراکز فنی‌وحرفه‌ای به نشر و توزیع دانش می‌پردازند. به‌نظر می‌رسد که در وزارت ورزش و جوانان نیز جهت برقراری ارتباط با واحدهای تحت پوشش سازمان با مراکز بین‌المللی تخصصی علمی - ورزشی و دستیابی به آخرین اطلاعات، دستاوردها و آموزش‌ها در زمینه‌های مختلف کارآفرینی سازمانی به مبادله دانش منظم و پایدار می‌پردازد.

آخرین بعد مدیریت دانش، نگهداری دانش است. در این ارتباط، نتایج نشان داد که بین نگهداری دانش و کارآفرینی سازمانی در کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و هرچه نگهداری دانش بیشتر شود، میزان کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد؛ بنابراین، فرضیه فرعی پنجم پژوهش تأیید گردید. کارآفرینی دانش‌بنیان، هنر شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار جدید و حفظ و حراست از نیروهای خلاق و کارآمد است. ذکر این نکته ضرورت دارد که مزیت‌های رقابتی برای سازمان در هر زمان در دسترس نمی‌باشد. در این زمینه، دانش سازمان که یکی از مزیت‌های رقابتی سازمان است، باید به‌روز بوده و حفظ و نگهداری شود که این امر نیازمند مدیریت می‌باشد (کوچکی سیاه، قیومی و حسن‌مرادی، ۱۳۹۱، ۱۴۹). امروزه، اطلاعات و دانش کارکنان جای مزیت‌های نسبی را گرفته است و در واقع قابلیت و شایستگی، اساس سازمان را تشکیل می‌دهد که این قابلیت با جذب نخبگان جدید، رشد نخبگان موجود، استفاده از ائتلافات مشترک، آموزش کارکنان ضعیف و حفظ بهترین افراد شکل می‌پذیرد (اولریچ و اسمالوود، مترجم: پاشازاده، ۱۳۸۴، ۹۳). این یافته با نتایج پژوهش عبدلی و ابزری همخوانی دارد. آن‌ها در پژوهش خود نشان دادند که شرکت آلفا سام اصفهان به نگهداری نیروهای مؤثر می‌پردازد. به‌نظر می‌رسد وزارت ورزش و جوانان نیز برای جلوگیری از هدر رفتن نیروهای کارآمد و کارآفرین خلاق و نگهداری دانش و تجربیات کارکنان سازمان، طبق راهبردی مشخص به نگهداری و ذخیره دانش می‌پردازند.

با توجه به تعاریف و یافته‌های فوق می‌توان گفت که هرچه اجرای فرایندهای مدیریت دانش در مدیران و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان بیشتر باشد، آن‌ها بیشتر در پی ایجاد نوآوری، ایده‌پردازی، تغییرات بنیادی و سازنده نوین سازمان خواهند بود؛ بنابراین، کارآفرینی سازمانی نیز بیشتر خواهد شد. درحقیقت، تربیت‌بدنی به‌عنوان عرصه‌ای گسترده، زمینه‌های فراوانی از فرصت‌های جدید را برای اشتغال در ورزش ایجاد می‌کند که ویژگی آن نوآوری و خلاقیت در تولید و ارائه خدمات به جامعه می‌باشد که سبب پیشرفت روزبه‌روز ورزش کشور در عرصه جهانی می‌شود (رحیمی، سلطان حسینی، رضوی و افخمی، ۱۳۹۲، ۴۷). براین اساس، نیاز است که سازمان‌ها برای رسیدن به تعالی و پویایی بیشتر به ترویج دانش بپردازند.

درمجموع، می‌توان گفت که مطالعات قبلی صورت‌گرفته در وزارت ورزش و جوانان به‌طور جداگانه به موضوع کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش پرداخته‌اند؛ اما با توجه به این‌که مطالعات در دیگر سازمان‌ها نشان می‌دهد که مدیریت دانش نقش عمده‌ای در افزایش کارآفرینی سازمانی دارد؛ لذا، پژوهش حاضر به تفضیل به بررسی مدیریت دانش و ابعاد مختلف آن در پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان پرداخت.

تشکر و قدردانی

بدین‌وسیله از کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان که ما را در انجام این پژوهش یاری رساندند، تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

1. Abdeli, Q., & Abzari, M. (2012). Determining the impact of knowledge management on organizational creativity in Alfasam Company in Isfahan. National conference on management and entrepreneurship; (2012); Khansar: Payam Noor Khansar University. www.civilica.com. 24.9.2013. (Persian).
2. Antonic, B., & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the entrepreneurship concept. *J Small Bus Enterprise Dev*, 10(1), 7-24.
3. Arseh, K., & Sayyed Ameri, M. H. (2012). Management of knowledge and communication skills of managers of Iran physical education organization. *Sport Management Studies*. 13: 13-49. (Persian).
4. Asgari Pour Gelvik, H., Gergij, M., & Hasanzadeh, F. (2012). Relationship between knowledge management and organizational entrepreneurship. National conference on entrepreneurship and business knowledge management; 2012; Babolsar: North Trojod Research Company. www.civilica.com. 24.9.2013. (Persian).
5. Azmi, I. M. (2010). Legal and ethical issues in knowledge management in Malaysia. *Comput Law Secur Rev*, 26, 61-71. (Persian).

6. Cardose, I., & Gomes, D. (2011). Knowledge management and innovation mapping. The use of technology in organizations. In A. Mesquita, (Ed.), Technology for creativity and innovation: Tools, technics and applications. IGI Global: Hershey. PA, 1-30.
7. Chen, C. W. (2011). Modeling and initiating knowledge management program using FQFD: A case study involving a Health Institute. Springer Science & Business Media B.V, 46(3), 889–915.
8. Damani, H., Sadeghi, S., Zolfaghar, M., Monfaredi, T., & Salari, H. (2013). Explaining the relationship between knowledge management and organizational entrepreneurship in education and education from the point of view of managers of technical and vocational centers and their work in Darab. National Conference of Entrepreneur University; 2013; Mazandaran University: Knowledge-based industry. www.civilica.com. 24.9.2013. (Persian).
9. Edvard, J. (2011). Operations & Information Management Group, Aston Business School, Aston University, Birmingham, UK. EJKM, 9(4), 297-306.
10. Elm Beigi, A., Malek Mohammadi, A., & Moghimi, S. M. (2009). Factor analysis of components of ict communication and information technology and relationship with organizational entrepreneurship development in iranian agricultural promotion organization. Economics and Agricultural Development (Science and Technology of Agriculture). 1 (23): 1-10. (Persian).
11. Fong, P. S. W., & Choi, S. K. Y. (2009). The processes of knowledge management in professional services firm in the construction industry a critical assessment of both theory and practice. J Knowl Manag, 13(2), 110-26.
12. Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. J Manage Inform Syst, 18(1), 193-5/ 205-7.
13. Gordon, R., & Grant, D. (2005). Knowledge management or management of knowledge? Why people interested in knowledge management need to consider foucault and the construct of power. TAMARA - Journal of Critical Postmodern Organization Science, 3(2), 27-38.
14. Habibi, A. (2008). Implementing knowledge management in engineering organizations. First Edition. Tehran: Arg Publications. (Persian).
15. Imani, J., Pouran, J., Zareem, I., & Monfar, T. H. (2013). The Relationship between knowledge management and organizational entrepreneurship in education. Persian Articles Bank and Projects. 24.9. (Persian).
16. Khanbani, A., & Lajevardi, A. (2007). Investigating facilitating facets in knowledge management and its role in entrepreneurship in entrepreneurship organizations. National Entrepreneurship and Knowledge Management Business Administration; 2007; Tehran; www.civilica.com. 24.9.2013. (Persian).
17. King, W. R., Chung, T. R., & Honey, M. N. (2008). Knowledge management and organizational learning. Omega Int J Manage S, 36(1), 136.
18. Kuchaki siah, M., Qayyomi, A. A., & Hassan Moradi, N. (2012). Investigation of organizational culture (Quinn Model) with possibility of establishing knowledge management in Iran gas Transmission Company. Quarterly View Jobs and Organizations. 4 (12): 101-124.
19. Kuratko, D. F., & Audrestsch, D. B. (2009). Strategic entrepreneurship, exploring different perspectives of an emerging concept. Entrep Theory Pract, 33(1), 1–17.

20. Lin, H. F. (2005). Impact of organizational learning and knowledge management factors on e-business adoption. *Manage Decis*, 43(2), 315-7.
21. Madhushi, M., Sadati, A. R. (2011). Investigation effect of knowledge management process on organizational entrepreneurship (Case Study, Small and Medium Businesses of East of Mazandaran). *Business development*. 3 (12): 7-27.
22. Moghadamati, S. (2005). Knowledge Innovation. *Tadbir Monthly*. 165: 21-5.
23. Mohammad Zadeh, K., Keshavarza, M., & Dindarloo, S. (2012). The relationship between knowledge management and the entrepreneurship of the faculty members of Islamic Azad University, Marvdasht Branch. National Conference on Entrepreneurship and Business Knowledge Management; 1391; Babolsar: North Trojod Research Company. www.civilica.com.24.9.2013.
24. Moharramzadeh, M., Kashef, M., & Behnoosh, S. H. (2010). Relationship between social capital and organizational entrepreneurship in the general department of physical education in West Azarbaijan Province. *Sport science research*. 26: 119-34. (Persian).
25. Morris, M. H. R., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2011). *Coporate etrepreneurship and innovation*. USA: Thomson South-Weatern. 3 th Edition. 102.
26. Noori, R. (2008). Explaining indicators of identification of barriers to knowledge creation in research organizations. *Culture of management*. 4 (17): 131-56. (Persian).
27. OReilly, N., & Klight, P. (2007). Knowledge management best practices in national sport organizations. *IJSMM*, 3, 264-80.
28. Peredo, A., & Chrisman, I. (2006). Toward a theory of community based enterprise. *Acad Manage Rev*, 31(2), 302-28.
29. Rahimi, GH., Soltan Hosseini, M., Razavi, S. M.J, & Afkhami, M. (2013). Estimating the relative ratio of entrepreneurship from participatory management method from the viewpoint of experts of the general department of physical education of Yazd province. *Sport Management Studies*. 5 (19): 37-50. (Persian).
30. Salehi, A., Ahmadi, S. A. (2012). *Knowledge management*, Farda Book. Second Book. Tehran: Payame Noor University Press. (Persian).
31. Scarbrough, H. (2003). Knowledge management, HRM and the innovation process. *Int J Manpower*, 24(5), 502.
32. Teresa, L. J. U., Chia-Ying, L., & Tein-Shiaglee, L. (2006). Acontingency model for knowledge management capability and innovation. *Ind Manage Data Syst*, 106(6), 862.
33. Timons, J. A., & Spinelli, S. (2007). *New venture creation entrepreneurship for the 21 Century*. New York: MEgraw-Hill co. 9th Edition, 233.
34. Ulrich, D., & Madonna, N. (2004). Utilizing the capabilities. Translation of Pashazadeh. *Selected Management*. 40: 89-97.
35. Wolcott, R., & Lippitz, M. (2007). The four models of corporate entrepreneurship. *MIT Sloan Manage Rev*, 49(1), 75-82.
36. Wong, K. Y. (2005). Critical success factors for implementing knowledge management in small and medium enterprises. *Ind Manage Data Syst*, 15(3), 261-79.
37. Yarigrush, M. (2008). The Care process of Organizational Knowledge Management in Knowledge Based Organizations. Third International Conference on Strategic Management. 2008; Tehran: Management Development Institute. www.civilica.com.24.9.2013. (Persian).

استناد به مقاله

محمدی، فروغ، قاسمی، حمید، و رحمانی‌تبار، نریمان. (۱۳۹۶).
برازش معادله رگرسیونی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در
کارکنان وزارت ورزش و جوانان. مطالعات مدیریت ورزشی، ۹(۴۳)، ۸۴-۱۶۱.
شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2017.180.1052

Mohammadi. F., Ghasemi. H., & Rahmanitabar. N. (2017). Assessing of
Regression Equation Between Knowledge Management and
Organizational Entrepreneurship in Employees of Ministry of Sport and
Youth. Sport Management Studies, 9(43), 161-84. (Persian).
Doi: 10.22089/smrj.2017.180.1052

Assessing of Regression Equation Between Knowledge Management and Organizational Entrepreneurship in Employees of Ministry of Sport and Youth

F. Mohammadi¹, H. Ghasemi², N. Rahmanitabar³

1. Ph.D. Student of Sports Marketing Management and Sports Media, University of Mazandaran*
2. Associate Professor of Sport Management, Payam-e Noor University of Shahryar
3. Ph.D. Student of Sport Management, Islamic Azad University, Kermanshah

Received: 2015/02/14

Accepted: 2015/03/07

Abstract

Today, extensive dynamics of competition have caused intelligent organizations to follow some conditions in order to employ creative and entrepreneured people as soon as possible and benefit organizational entrepreneurial advantages much more. The purpose of this study is assessing of regression equation between Knowledge management and organizational entrepreneurship in employees of Ministry of Sport and Youth for determining the effect of Knowledge management process on organizational entrepreneurship. Statistical community includes the whole of employees of Ministry of Sport and Youth with educational level of bachelor and upper. Sample size was 163 people based on Cochran formula which was selected randomly. The research tools consist of two questioners, Knowledge management and organizational entrepreneurship. Content validity and formal of research instruments were considered by studying basics of theoretical research and using professors and specialists' opinions and its reability was calculated through statistical analysis of Cronbach Alph coefficient for questioners of knowledge management 0.94 and organizational entrepreneurship 0.92. The result showed there is a meaningful relationship between Knowledge management and its processes with organizational entrepreneurship. Also, results of multivariables regressions showed that 46% of scores of organizational entrepreneurships is affected by Knowledge management scores and 55% of scores changes of organizational entrepreneurship are affected by dimensions of Knowledge management scores (Knowledge acquisition, Knowledge creation, Knowledge Store, Knowledge Distribution, knowledge preservation). Therefore, Knowledge management and its dimensions can suitably predict organizational entrepreneurship.

Keywords: Knowledge Management, Organizational Entrepreneurship, Ministry of Sport and Youth

* Corresponding Author

Email:foroughmohammadi770@yahoo.com