

تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کارهای کوچک ورزشی استان تهران

محمد مهدی طوطی فر طهران پور^۱، بابک ضیاء^{۲*}

۱. کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۹۳/۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۳۰

چکیده

تحولات سریع علم و فناوری در صنعت ورزش کارآفرینان و سرمایه گذاران ورزشی را نیازمند به کارگیری رویکردهای خلاقانه و نوآورانه کرده است. در این شرایط، کسب و کارهای کوچک ورزشی با تکیه بر نوآوری، به دنبال بهبود عملکرد و افزایش مزیت رقابتی خود بوده و در این راستا به نقش سرمایه فکری به عنوان یک منبع غیر قابل لمس بیش از پیش واقف شده‌اند. این پژوهش بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۶۵ نفر از کارآفرینان کسب و کارهای کوچک ورزشی استان تهران بود که با محاسبه فرمول کوکران و با روش نمونه گیری تصادفی حجم نمونه‌ای ۲۱۰ نفر برای پاسخگویی به پرسشنامه استاندارد انتخاب شدند. تحلیل رگرسیون در مورد میزان تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار مشخص می‌کند که بیشترین تأثیر را ابعاد سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای (مشتری) بر نوآوری کسب و کارهای کوچک ورزشی داشته‌اند و متغیر سرمایه ساختاری پیش‌بینی‌کننده معنی‌داری برای نوآوری کسب و کارهای کوچک ورزشی نیستند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای (مشتری)، سرمایه ساختاری، سرمایه فکری، کسب و کارهای کوچک، نوآوری کسب و کار.

مقدمه

امروزه، تلاش برای کسب مزیت رقابتی توجه سازمان‌ها را هرچه بیشتر به سمت دارایی‌های دانشی از جمله سرمایه فکری سوق داده است (Ho, 2011). در چنین شرایطی، کسب و کارها دریافته‌اند که کسب مزیت رقابتی پایدار مبتنی بر سرمایه‌های فکری آنهاست و موفقیتشان تا حد زیادی به توانایی آنها در مدیریت این دارایی ارزشمند بستگی دارد (Chen, Huang & Hsiao, 2010). سرمایه فکری مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود و دانش محور سازمان توصیف شده است که تأثیر زیادی بر بهبود شایستگی‌های کلیدی و مزیت رقابتی سازمان دارد (Qin & Nembhard, 2010).

همچنین، نوآوری با ترکیب دوباره منابع، مهارت‌ها و دیگر دارایی‌های موجود کمک می‌کند تا کسب و کارها به خلق دانش جدید حرفه متبوع خویش پردازند (Halim, 2010). در حال حاضر، در محیط کسب و کارهای دانش بنیان این باور عمیق وجود دارد که سرمایه فکری در بهره‌وری عملکرد و نوآوری از اهمیتی اساسی و فزاینده برخوردار است (Mehrabi, Jadidi, Allameh, & Alemzadeh, 2013).

حال، با توجه به اینکه ورزش به عنوان صنعتی توسعه یافته در جهان مطرح شده و افزایش فرایندهای کارآفرینی در آن فرصت‌های شغلی جدیدی را کرده است، اعمال تفکر نوآورانه و استفاده از این نوع تفکر در این صنعت امری اجتناب ناپذیر است (جوادیان و شجیع، ۱۳۸۸)؛ از این رو یکی از راه‌هایی که باعث می‌شود کسب و کارهای ورزشی همچنان در عرصه رقابت باقی بمانند استفاده از رویکرد کارآفرینی ورزشی است (Kamukama, Ahiauzu & Ntayi, 2010). کارآفرینی و ورزش به گونه‌ای صریح با یکدیگر در تعاملند و الگوی همسازی شکل می‌دهند که از توسعه دوجانبه‌شان حمایت می‌کند (Santomier, 2002). از جمله اهداف این برنامه متعامل ارتقای عملکرد تجاری کسب و کارهای ورزشی و توسعه بخش خصوصی در صنعت ورزش است که توانایی صنعت ورزش را از طریق برنامه‌ها، رویدادها و توسعه فعالیت‌های کسب و کار ارتقا بخشد (Ruvio, Rosenblatt & Lazarowiz, 2010).

در این مطالعه، سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای (مشتری) و سرمایه ساختاری به عنوان ابعاد سرمایه فکری و نوآوری اداری، تولیدی و فرایندی نیز به عنوان ابعاد نوآوری کسب و کار در نظر گرفته شده‌اند. تأثیر هر یک از ابعاد این دو متغیر بر یکدیگر و درجه اهمیت آنها در کسب

و کارها از مسائل مهمی است که امروزه در جهت بهره‌وری و ارتقای عملکرد مورد توجه کارآفرینان بوده است. در این راستا و با توجه به موارد فوق‌الذکر، هدف این تحقیق بررسی میزان تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کارهای کوچک ورزشی استان تهران است.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق سرمایه فکری

اقتصاد امروز اقتصاد دانش‌بنیان و مبتنی بر سرمایه فکری است که محصولات این اقتصاد، دانش و اطلاعات هستند (چوپانی و همکاران، ۱۳۹۱). امروزه، دارایی‌های نامشهود مانند مهارت‌های کارکنان، نرم‌افزارها، برندهای تجاری و ارتباط با مشتری به عنوان سرمایه فکری طبقه‌بندی می‌شوند (Ghorbani, Mofareedi, Bashiriyan, 2012). از نظر ماوردیس و والتالیس^۱ (۲۰۱۲) سرمایه فکری عبارت است از مجموع سرمایه‌های انسانی، ساختاری و سرمایه ارتباطی که سرمایه‌های ارتباطی و ساختاری به طور عمده جزو مشهود و آشکار سازمان هستند، در حالی که سرمایه انسانی جزو سرمایه ناملموس و ضمنی سازمان است (Mesa, 2010). در نتیجه، سرمایه فکری فراهم‌کننده پایگاه جدیدی از منابع برای سازمان است که از طریق آن سازمان می‌تواند به رقابت پردازد (Chen et al., 2010).

سرمایه فکری به سه حوزه گسترده سرمایه انسانی (در حوزه شایستگی فردی)، سرمایه ساختاری (در حوزه ساختار داخلی) و سرمایه رابطه‌ای یا مشتری (در حوزه ساختار خارجی) به صورت زیر تقسیم شده است (Mesa, 2010).

۱. سرمایه انسانی: پنینگ و همکاران^۲ (۲۰۰۲) سرمایه انسانی یک سازمان را عبارت از دانش و مهارت‌های متخصصان آن سازمان دانسته‌اند که به منظور ارائه خدمات حرفه‌ای از آن‌ها استفاده می‌کنند (Diez et al, 2010).

۲. سرمایه ساختاری: سرمایه ساختاری دربرگیرنده ساختار سازمانی و طرح‌ها، فرایندها، طرح‌بندی فیزیکی، فناوری‌ها، ابزارها و فضای کار است (به بیان دیگر، هرچیزی که در درون سازمان ممکن است دانش در آن یافت شود) (Ghorbani, Mofareedi, Bashiriyan, 2012).

۳. سرمایه رابطه‌ای یا مشتری: دربرگیرنده ارزش فعلی و ارزش بالقوه آتی روابط سازمان با مشتریان است؛ به همین دلیل به طور عمده سرمایه مشتری در زمره دانش بازاریابی و روابط مشتری قرار می‌گیرد و از این رو این سرمایه شامل مواردی همچون علائم تجاری، سهم بازار، اطلاعات مشتری، روابط با مشتریان، مراکز قابل دسترس مشتریان و قراردادهای تجاری می‌شود (Mesa, 2010).

نوآوری کسب و کار

در فضای کسب و کارهای امروزی، نوآوری تنها یک فرایند تلقی نمی‌شود، بلکه مجموعه‌ای از اجزای نوآور است که نیازهای پایدار محیطی، نیازهای رویه تولید، تغییر صنعت و بازار و ترکیب جمعیت‌شناختی را در بر می‌گیرد (Ho, 2011). در زیر، شرح مختصری از انواع نوآوری در کسب و کارها از نظر می‌گذرد.

الف) نوآوری تولیدی: نوآوری تولیدی فراهم‌کننده ابزاری برای تولید است (Ojasalo, 2008). منظور از نوآوری تولیدی این است که تا چه حد سازمان در ارائه خدمات جدید، اختصاص منابع مالی به تحقیق و توسعه و مواردی مشابه آن پیش‌تاز است (Mesa, 2010).

ب) نوآوری فرایندی: نوآوری فرایندی ابزاری را در جهت حفظ و بهبود کیفیت و صرفه‌جویی هزینه‌ها فراهم می‌کند و به اتخاذ روش‌های جدید یا بهبود یافته تولید، توزیع یا تحویل محصول یا خدمت اشاره دارد (Halim, 2010). در واقع، منظور از نوآوری فرایندی این است که سازمان‌ها تا چه میزان تکنولوژی‌های جدید را به کار می‌گیرند (زعفریان و همکاران، ۱۳۸۹).

ج) نوآوری اداری: نوآوری اداری به رویه‌ها، سیاست‌ها و اشکال سازمانی جدید اشاره دارد و شامل تغییراتی است که سیاست‌ها، تخصیص منابع و دیگر عوامل مرتبط با ساختار اجتماعی سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Ojasalo, 2008).

تأثیر سرمایه فکری و نوآوری کسب و کار

در محیط متغیر و دانش‌محور امروزی، نوآوری به علت تغییر الگوهای کسب و کار و ضرورت سازگاری با تغییرات سریع، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است (زعفریان و همکاران،

(۱۳۸۹) به همین دلیل یکی از مسائلی که اغلب کارآفرینان با آن مواجه می‌شوند این مسئله است که چه اقداماتی را برای توسعه و بهبود نوآوری در کسب و کار خود باید انجام دهند (سعیدی و همکاران، ۱۳۸۹). بر این اساس و در راستای پشتیبانی علمی این ادعا، در ادامه به برخی تحقیقات انجام‌پذیرفته اشاره خواهد شد.

نتایج پژوهش مامونا و لارنس^۱ (۲۰۰۸) بر روی شرکت‌های بیمه نشان داد که سرمایه انسانی رابطه معناداری با نوآوری سازمانی دارد که این مسئله در نهایت بر عملکرد سازمان تأثیرگذار است. در همین حوزه، لامپکین^۲ (۲۰۰۵) در مطالعه خود نشان داد که تنها بعد سرمایه انسانی با عملکرد نوآورانه دارای رابطه مثبت و معناداری است و بین سرمایه رابطه‌ای (مشتری) و نوآوری کسب و کار رابطه معنی‌داری دیده نشد.

در مطالعه‌ای دیگر، که احمد الدوجایلی^۳ (۲۰۱۲) در صنعت خودروسازی و نساجی عراق با عنوان تأثیر ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری) بر نوآوری سازمانی صنعت خودروسازی و نساجی عراق انجام داد، یافته‌ها نشان داد که سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری سازمانی دارد؛ همچنین در این مطالعه تأثیر معنی‌داری بین سرمایه ساختاری و نوآوری سازمانی مشاهده نشد.

در پژوهشی دیگر با عنوان «بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری) با نوآوری کسب و کار در حوزه شرکت‌های سهامی بیمه»، چوپانی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که در بین ابعاد سرمایه فکری بیشترین تأثیر را متغیر سرمایه انسانی با نوآوری کسب و کار دارد و بعد سرمایه ساختاری تأثیر معنی‌داری بر نوآوری شرکت‌های سهامی بیمه ندارد.

مرور پیشینه تحقیق و بررسی مطالعات صورت‌پذیرفته بیانگر این نکته است که با وجود مطالعات اندک در زمینه رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری کسب و کار، اغلب مطالعات یادشده به بررسی تأثیر تنها یک یا دو بعد سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی پرداخته‌اند و تأثیر جداگانه ابعاد یادشده بر ابعاد نوآوری کسب و کار (تولیدی، فرایندی و اداری) در صنعت

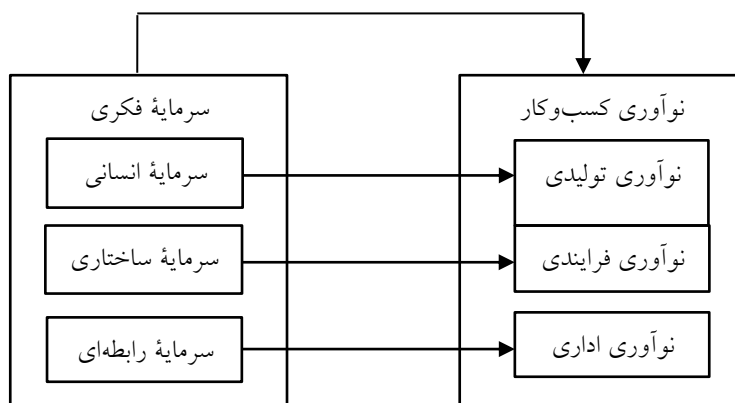
1. Maimunah & Lawrence

2. Lumpkin

3. Ahmed Al-Dujaili

ورزش تا به حال مورد توجه قرار نگرفته است. مطالعه حاضر درصدد پرکردن شکاف دانشی یادشده است.

با توجه به پیشینه ادبیات تحقیق ذکرشده، چارچوب مفهومی تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

بر اساس مطالب فوق و چهارچوب مفهومی تحقیق حاضر، فرضیه‌های تحقیق در جدول ۱ بیان شده‌اند.

جدول ۱. فرضیه‌های پژوهش

فرضیه
H _۱ : بین سرمایه فکری و نوآوری کسب‌وکار رابطه معنی‌دار وجود دارد.
H _۲ : بین سرمایه انسانی و نوآوری تولیدی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
H _۳ : بین سرمایه ساختاری و نوآوری فرایندی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
H _۴ : بین سرمایه رابطه‌ای و نوآوری اداری رابطه معنی‌دار وجود دارد.

روش تحقیق

این پژوهش بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت نیز، توصیفی-همبستگی می‌باشد

جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS20 واز آزمون ضریب پیرسون، تحلیل رگرسیون ساده و چندگانه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق، ۴۶۵ کسب و کار کوچک فعال در زمینه‌های مرتبط با صنعت ورزش (تولید و توزیع و فروش) در نظر گرفته شده است. حجم نمونه متناسب برای تحقیق مذکور نیز بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی و با فرمول کوکران، در سطح خطای ۰/۰۵ به صورت زیر محاسبه شده است:

(۱)

$$n = \frac{N \times Z\alpha^2 / 2 \times P(1-P)}{\epsilon^2 (N-1) + Z\alpha^2 / 2 \times P(1-P)} = \frac{160 \times 1/96^2 \times 0/5 \times 0/5}{0/05^2 \times (160-1) + 1/96^2 \times 0/5 \times 0/5} = 211$$

برای حصول از تعداد نمونه مورد نظر ۲۱۵ پرسشنامه به صورت تصادفی توزیع شد که با پیگیری‌های صورت گرفته حدود ۲۱۰ پرسشنامه جمع‌آوری شد. به همین منظور برای سنجش ابعاد متغیر سرمایه فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای) از نسخه تعدیل شده پرسشنامه بونیتس (۱۹۹۸) و برای سنجش متغیر نوآوری کسب و کار از پرسشنامه جیمنز و همکاران^۱ (۲۰۰۸) و در مجموع در قالب ۶۲ سؤال به صورت طیف ۵ امتیازی لیکرت استفاده شده است. برای بررسی پایایی تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از پرسشنامه‌های سرمایه فکری و نوآوری کسب و کار به ترتیب ۰/۹۱ و ۰/۸۳ است. با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ برای هر دو پرسشنامه از مقدار ۰/۷ بالاتر است، ابزار گردآوری اطلاعات از اعتبار کافی برخوردار است؛ همچنین روایی تحقیق حاضر از نوع روایی محتواست که در این خصوص محتوای پرسشنامه‌ها در اختیار چهار نفر از استادان دانشگاهی (دو نفر از استادان دانشکده کارآفرینی و دو نفر از استادان دانشکده تربیت بدنی) و دو نفر از متخصصان صنعت ورزشی قرار گرفت و پس از اصلاحات جزئی روایی ابزار گردآوری اطلاعات نیز تأیید شد.

یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی

آمار توصیفی نمونه‌های تحقیق در جدول ۲ همراه با فراوانی و درصد هر کدام از طبقات نشان داده شده است.

جدول ۲. آمار توصیفی نمونه‌های تحقیق

جنسیت	زن	مرد		
فراوانی	۲۰	۱۹۰		
درصد	۰/۰۹۵	۰/۹۰۵		
نوع پوشاک تولیدی	زنانه	مردانه	بچگانه	همه نوع
فراوانی	۱۵	۲۵	۱۰	۱۶۰
درصد	۰/۰۷	۰/۱۲	۰/۰۴	۰/۷۷
تحصیلات	دیپلم	فوق دیپلم	کارشناسی	کارشناسی ارشد
فراوانی	۱۲۴	۵۶	۲۵	۵
درصد	۰/۶۰	۰/۲۷	۰/۱۱	۰/۰۲
سابقه کار	کمتر از ۳ سال	۳ تا کمتر از ۵ سال	۵ تا کمتر از ۱۰ سال	۱۰ سال به بالا
فراوانی	۰	۲۹	۱۱۱	۷۰
درصد	۰	۰/۱۳	۰/۵۳	۰/۳۴
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۱ سال به بالا	
فراوانی	۲۶	۹۶	۸۸	
درصد	۰/۱۲	۰/۴۶	۰/۴۲	

به منظور ارزیابی تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب‌وکار از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ نشان داده شده است:

جدول ۳. ضریب همبستگی بین سرمایه فکری و نوآوری کسب‌وکار

متغیر	آماره	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
سرمایه فکری و نوآوری سازمانی		۰/۶۷	۰/۰۰۱

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد بین سرمایه فکری و نوآوری سازمانی رابطه معنی‌دار وجود دارد؛ در نتیجه فرضیه اول تحقیق (H_1) پذیرفته نمی‌شود.

برای مشخص کردن مهم‌ترین ابعاد سرمایه فکری و نوآوری کسب و کار آزمون تحلیل همبستگی چندمتغیره صورت پذیرفت که نتایج آن در جدول ۴ نشان داده شده است:

جدول ۴. ضرایب استانداردشده ابعاد سرمایه فکری

متغیرهای پیش‌بین	R	R ^۲	β	t	سطح معنی‌داری
سرمایه انسانی	۰/۵۱	۰/۲۵۲	۰/۵۱۳	۲/۷	۰/۰۰۱
ساختاری	۰/۳۶	۰/۱۳	۰/۳۶۱	۲/۴۷	۰/۰۰۱
رابطه‌ای	۰/۳۷	۰/۱۴	۰/۳۷۴	۲/۵۶	۰/۰۰۱
تولیدی	۰/۳	۰/۰۹	۰/۳۰۲	۲/۲۴	۰/۰۰۱
اداری	۰/۴۵	۰/۲۰۲	۰/۴۵۴	۲/۲۳	۰/۰۰۱
فرایندی	۰/۵۰	۰/۲۵	۰/۵۰۱	۲/۵۷	۰/۰۰۱

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد مهم‌ترین بعد سرمایه فکری سرمایه انسانی و مهم‌ترین بعد نوآوری کسب و کار نوآوری فرایندی است.

در ادامه، برای بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، رابطه‌ای، ساختاری) و نوآوری (تولیدی، اداری، فرایندی) از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۵ نشان داده شده است:

جدول ۵. تعیین ضریب همبستگی بین شاخص سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار

ابعاد سرمایه فکری			شاخص	تولیدی	اداری	فرایندی
سرمایه انسانی	ضریب همبستگی	۰/۴۸	۰/۵۱	۰/۴۷		
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱		
رابطه‌ای	ضریب همبستگی	۰/۴۵	۰/۴۶	۰/۵۴		
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱		
ساختاری	ضریب همبستگی	۰/۳۷	۰/۲۲	۰/۴۰		
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱۸	۰/۰۰۰۱		

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد بین تمامی ابعاد سرمایه فکری و ابعاد نوآوری کسب و کار رابطه معنی دار وجود دارد؛ بنابراین فرضیه‌های H_1 ، H_2 و H_3 نیز پذیرفته شدند؛ همچنین برای تعیین میزان تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار تحلیل رگرسیون محاسبه شد که نتایج آن در جدول‌های ۶ و ۷ آمده است:

جدول ۶. تحلیل رگرسیون مدل تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار

مدل	آماره	مجموع مربعات	df	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری
رگرسیون		۱۱۱۷۳/۷۱۶	۱	۱۱۱۷۳/۷۱۶	۹۴/۰۷۷	۰/۰۰۰۱
باقی مانده		۱۳۸۹۶/۲۸۴	۱۱۷	۱۱۸/۷۷۲		

جدول ۷. خلاصه مدل و ضرایب رگرسیون برای تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار

متغیر	آماره	ضریب استاندارد نشده	ضریب استاندارد شده	t	R	R ²	سطح معنی داری
		B	β				
سرمایه فکری	۰/۹۰	۰/۰۹	۰/۶۷	۹/۷	۰/۶۷	۰/۴۵	۰/۰۰۰۱

نتایج جدول‌های ۶ و ۷ نشان می‌دهد تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار معنی دار بوده و این مدل ۴۵ درصد واریانس نوآوری کسب و کار را از طریق سرمایه فکری توجیه می‌کند (جدول ۷)؛ همچنین ضریب بتا (مندرج در جدول ۷) نشان می‌دهد که سرمایه فکری قدرت بالایی در پیش‌بینی نوآوری کسب و کار دارد. در ادامه، برای مشخص کردن میزان تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار از تحلیل رگرسیون چندمتغیره استفاده شد که نتایج آن در جدول‌های ۸، ۹ و ۱۰ نشان داده شده است:

جدول ۸. تحلیل واریانس مدل تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار

مدل	آماره	مجموع مربعات	df	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری
رگرسیون		۱۲۰۳۰/۸۱۸	۳	۴۰۱۰/۲۷۳	۳۵/۳۶۹	۰/۰۰۰۱
باقی مانده		۱۳۰۳۹/۱۸۲	۱۱۵	۱۱۳/۳۸۴		

جدول ۹. خلاصه مدل تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار

مدل	آماره	R	R ^۲	خطای استاندارد برآورد
ابعاد سرمایه فکری	۰/۶۹	۰/۴۸	۰/۶۴	۱۰/۶۴

جدول ۱۰. ضرایب تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار

متغیر	آماره	ضریب استاندارد نشده		سطح معنی داری
		B	خطای استاندارد	
انسانی	۱/۴۴	۰/۲۹۹	۰/۳۹	۰/۰۰۰۱
رابطه‌ای	۰/۹۹	۰/۲۲۳	۰/۳۷	۰/۰۰۰۱
ساختاری	۰/۱۸۶	۰/۲۹۵	۰/۰۵	۰/۵۲۹

نتایج جدول‌های ۸، ۹ و ۱۰ نشان می‌دهد مدل تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کار معنی دار بوده است ($P < 0/0001$) (جدول ۸)؛ همچنین ضریب R^2 در جدول ۱۱ نشان می‌دهد ۴۸ درصد واریانس نوآوری کسب و کار را ابعاد سرمایه فکری تبیین می‌کند. در این راستا، ضریب بتا (β) مندرج در جدول ۱۲ بیانگر این موضوع است که در بین ابعاد سرمایه فکری سرمایه‌های انسانی و رابطه‌ای بیشترین تأثیر را بر نوآوری کسب و کار دارند و متغیر سرمایه ساختاری، تأثیر معنی داری بر نوآوری کسب و کار ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کارهای ورزشی پرداخته است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین سرمایه فکری و نوآوری کسب و کار رابطه معنی داری وجود دارد؛ در نتیجه می‌توان عنوان کرد یکی از عوامل مؤثر بر نوآوری کسب و کار، سرمایه فکری و بهره‌برداری بهینه از آن در کسب و کارهاست. این یافته با نتایج مطالعاتی سیلاورجان و همکاران (۲۰۱۱)، زرنلر و همکاران (۲۰۰۸)، امیری و همکاران (۲۰۱۱) و چوپانی و همکاران (۱۳۹۱) همسوست.

در این پژوهش، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری درباره بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه

فکری (سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری) با ابعاد نوآوری کسب‌وکار (نوآوری اداری، فرایندی و تولیدی)، روابط معنی‌داری را نشان داد. یافته‌ها نشان می‌دهند که سرمایه انسانی بیشترین همبستگی را با نوآوری اداری دارد و سرمایه‌های رابطه‌ای (مشتری) و ساختاری بیشترین همبستگی را با نوآوری فرایندی دارند.

در نتایج به‌دست‌آمده با استفاده از تحلیل رگرسیون چندمتغیره درباره میزان تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر نوآوری کسب‌وکار، ابعاد سرمایه انسانی و رابطه‌ای (مشتری) بیشترین تأثیر را بر نوآوری کسب‌وکارهای ورزشی نشان دادند. در این راستا، نتایج تحقیق تأثیر معنی‌دار سرمایه ساختاری بر نوآوری کسب‌وکارهای ورزشی را نشان ندادند. این موضوع اهمیت ویژه دو بعد سرمایه انسانی و رابطه‌ای (مشتری) را در یک کسب‌وکار ورزشی بیان می‌کند. تعاملات افراد و مشارکت آن‌ها در یک کسب‌وکار ورزشی خردی جمعی را به وجود می‌آورد و فرصتی مهیا می‌کند که افراد ایده‌ها و تفکرات جدید خود را با همفکری یکدیگر و از طریق نوآوری به کارآفرینی تبدیل کنند. این یافته با نتایج مطالعات چوپانی و همکاران (۱۳۹۱) و الدوجایی (۲۰۱۲) همسوست. محققان مذکور نیز در مطالعات انجام‌شده خود سرمایه انسانی را مؤثرترین بعد سرمایه فکری در زمینه نوآوری کسب‌وکار معرفی کرده‌اند.

یکی دیگر از یافته‌های این تحقیق مربوط به نتایج حاصل از ضرایب تحلیل رگرسیون چندمتغیره درخصوص اهمیت هریک از ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، رابطه‌ای و ساختاری) بود. این نتایج نشان می‌دهد که سرمایه انسانی مهم‌ترین بعد سرمایه فکری است. توجه به سرمایه انسانی در کسب‌وکارهای کوچک به‌ویژه ورزشی می‌تواند باعث استفاده بهینه از نیروهای شایسته برای نوآوری‌های لازم در راستای توسعه کسب‌وکار شود؛ همچنین از جمله یافته‌های دیگر این تحقیق، نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندمتغیره درخصوص اهمیت هریک از ابعاد نوآوری کسب‌وکار (نوآوری اداری، فرایندی و تولیدی) بوده است. این نتایج نشان می‌دهد که نوآوری فرایندی مهم‌ترین بعد نوآوری کسب‌وکار از نظر کارآفرینان و مدیران کسب‌وکارهای ورزشی است. تلاش در جهت حصول هدف و پذیرفتن ریسک خطرات در مسیر ایجاد یک کسب‌وکار جدید ورزشی راه دستیابی به موفقیت را برای یک کارآفرین ورزشی هموار می‌سازد. نوآوری فرایندی ابزاری را برای بهبود کارایی کسب‌وکارهای ورزشی در قالب اتخاذ روش‌های جدید یا بهبود یافته تولید، توزیع یا تحویل معرفی می‌کند. برای کسب

و کارهای کوچک ورزشی این نوع نوآوری می‌تواند مزیت رقابتی مناسبی ایجاد کند و با کاهش هزینه‌های تولید و بهینه‌کردن فرایند تولید موفقیت کسب و کار را بیش از پیش تضمین کند؛ همچنین کسب و کارهای کوچک ورزشی می‌توانند با درک بهتر پیچیدگی‌های تعاملات ابعاد سرمایه فکری به تشخیص دقیق‌تر نوع نوآوری‌های دانشی مورد نیاز مشتری در بازار برسند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج و یافته‌های بیان‌شده، پیشنهادهای زیر برای کسب و کارهای کوچک حاضر در صنعت ورزش ارائه می‌شود:

ابتدا با توجه به ذات و سرشت چابک و چالاک (Agile) کسب و کارهای کوچک پیشنهاد اول حرکت آن‌ها به سمت کسب و کارهای دانش‌بنیان ورزشی است که می‌تواند هریک از ابعاد سرمایه فکری را بهبود بخشد و میزان سرمایه فکری و همچنین نوآوری کسب و کار را افزایش دهد. استراتژی پیشنهادی دیگر حمایت از کارآفرینان ورزشی در کسب و کارهای کوچک ورزشی است که می‌تواند به صورت تشکیل خوشه صنایع ورزشی برای دستیابی به دانش روز با استفاده از شیوه‌هایی همچون ایجاد مخازن دانشی و تخصیص بودجه و زمان بیشتر به امر تحقیق و توسعه صورت گیرد. پیشنهاد دیگر استقرار شبکه‌هایی برای ارتباط با مشتریان و سایر کسب و کارهای حاضر در زنجیره تأمین ورزشی داخلی و بین‌المللی برای شناسایی بهتر اقدامات نوآورانه و بهره‌برداری از این نوآوری‌هاست. در زمینه سرمایه ساختاری، پیشنهاد می‌شود کسب و کارهای کوچک ورزشی به انجام اصلاحات ساختاری، اصلاح زیرساخت‌ها و بهبود تشکیلات و روش‌های کاری خود مبتنی بر دانش روز صنعت ورزش مبادرت ورزند. برای تحقیقات علمی آینده نیز پیشنهاد می‌شود بررسی مدل‌های دیگر سرمایه فکری و نوآوری جزو اولویت‌های این عرصه قرار بگیرد؛ همچنین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی الگویی مشتمل بر مسیر سلسله‌مراتبی سرمایه انسانی به ساختاری، سپس سرمایه ساختاری به رابطه‌ای (مشتری) و سرانجام مسیر سرمایه مشتری نوآوری کسب و کار ورزشی مد نظر قرار گیرد؛ افزون بر این لازم است در مدل‌های ارتباط سرمایه فکری با نوآوری کسب و کار به نقش تعدیل‌گری متغیرهایی مانند فرهنگ سازمانی، فرهنگ ملی و همچنین عوامل جمعیت‌شناختی (Demographic) مانند سن و جنسیت توجه خاص مبذول شود.

منابع

- جوادیان صراف، نصرالله؛ شجیع، رضا (۱۳۸۸)، "بررسی نگرش دانشجویان تربیت بدنی به موانع کارآفرینی و مشکلات راه اندازی کسب و کار بعد از فراغت از تحصیل"، پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۲، صص ۸۱-۹۵.
- چوپانی، حیدر؛ زارع خلیلی، مجتبی؛ قاسمی، عقیل و غلامزاده، حجت (۱۳۹۱)، "بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه)"، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال دوم، شماره ۵.
- زعفریان، رضا؛ محمدی الیاسی، قنبر؛ فرخ منش، ترانه و موحدی پور، ندا (۱۳۸۹)، "نقش سرمایه‌ی شبکه بر قابلیت نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت‌های صنایع پیشرفته)"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره پنجم، شماره ۳.
- سعیدی، علی اصغر؛ عزیزی مهر، خیام؛ طوسی، ندا و تمیزی فر، ریحانه (۱۳۸۹)، "سنجش سرمایه‌ی اجتماعی و ارتباط آن با نوآوری"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۹.
- Ahmed Al-Dujaili, M. A. (2012). "Influence of Intellectual Capital in the Organizational Innovation". *International Journal of Innovation, Management and Technology*. 3(2), pp: 128-135.
- Chen, C. J.; Huang, J. W.; Hsiao, Y. C. (2010), "Knowledge management and innovativeness, the role of organizational climate and structure", *International Journal of Manpower*, Vol. 31, No. 8, pp: 848-870.
- Diez, J.M., Ochoa M.L., Prieto, M.B., & Santidrian A, (2010), "Intellectual capital and value creation in Spanish firms", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, No. 3, pp: 348-367.
- Ghorbani M, Mofaredi B, Bashiriyani S (2012), "Study of the relationship between intellectual capital management and organizational innovation in the banks", *African Journal of Business Management*, Vol.6, No. 15, pp:5208-5217.
- Halim, S. (2010) , "Statistical analysis on the intellectual capital statement", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, No. 1, pp: 61-73.
- Ho, Li-An., (2011). "Meditation, Learning, organizational innovation and performance", *Industrial Management & Data systems*, Vol, 111. NO. 1, pp: 113-131.
- Jimenez-Jimenez, Daniel, Sanz Valle, Raquel & Espallardo Miguel Hernandez.

- (2008). "Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning". *European Journal of Innovation Management*, vol 11, No 3, pp: 389-412.
- Kamukama, N., Ahiauzu, A., and Ntayi, J.M, A (2010), " Intellectual Capital and Performance: Testing Interaction Effects". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, No. 4, 2010, pp:554-574.
- Lumpkin, G. G. & Dess, G. T. (2005), "The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship", *Academy of Management Executive*, Vol.19, No.1, pp: 147–156.
- Maimunah, I. & Lawrence, A. (2008). Workforce Diversity: A human resource development perspective towards organizational performance. *European Journal of Social Sciences*, Vol. 6, No. 2, pp: 244-25.
- Mavridis, D. G., & Vatalis, K. I. (2012). "Intellectual Capital Accounting Indicators". *Procedia Economics and Finance*, 1, pp: 276-285.
- Mehrabi, J., Jadidi, M., Allameh, H.F., & Alemzadeh, M. (2013). "The Relationship between Organizational Commitment and Organizational Learning (Boroojerd Telecommunication Company as Case Study)", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 1, pp: 130-139.
- Mesa, W. (2010). "The composition of intellectual capital in non-profit orchestras", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, No. 2, pp: 208-226.
- Ojasalo, J. (2008). "Management of innovation networks: a case study of different approaches". *European Journal of Innovation Management*, 11(1), pp: 51-86.
- Qin, R. Nembhard, D.A (2010). "Workforce agility for stochastically diffused conditions-A real options perspective". *International Journal of Production Economics*, pp: 324–334.
- Ruvio, A., Rosenblatt, Z., Lazarowiz, H.R. (2010). "Entrepreneurial leadership vision in nonprofit vs. for profit organizations". *The Leadership Quarterly Journal*, 21: 144-158.
- Santomier, J. (2002). "Sport business entrepreneurship". *New England Journal of Entrepreneurship*, 5: 5-6.