

بررسی و تحلیل عوامل مدیریت دانش بر مبنای رقابت سازمانی در ارگان‌های ورزشی

حامد سالاری

استادیار، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران

چکیده

این مقاله به بررسی اهمیت عوامل مدیریت دانش در زمینه رقابت سازمانی در سازمان‌های ورزشی می‌پردازد. این مطالعه با تکیه بر یک بررسی جامع از ادبیات، تأثیر ایجاد، اشتراک و استفاده از دانش را بر افزایش مزیت رقابتی در صنعت ورزش بررسی می‌کند. این تحقیق نقش محوری استراتژی‌های مدیریت دانش را در تسهیل بهبود مستمر، نوآوری و توسعه مزیت رقابتی پایدار برجسته می‌کند. علاوه بر این، این مقاله چالش‌ها و فرصت‌های منحصربه‌فردی را که سازمان‌های ورزشی در استفاده از دارایی‌های دانش برای به دست آوردن مزیت رقابتی در یک محیط پویا و به‌سرعت در حال تحول با آن مواجه هستند، بررسی می‌کند. این مقاله با روشن کردن تعامل بین مدیریت دانش و رقابت سازمانی، بینش‌های ارزشمندی را برای مدیران ورزشی، مدیران اجرایی و محققانی که به دنبال بهینه‌سازی منابع مرتبط با دانش برای دستیابی به عملکرد برتر و موفقیت پایدار در چشم‌انداز ورزشی رقابتی هستند، ارائه می‌دهد. هدف از این پژوهش تدوین مدل ارتباطی مدیریت دانش با رقابت‌پذیری در سازمان‌های ورزشی خصوصی بود. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ استراتژی، از نوع همبستگی بود. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون فرضیات نشان داد که بین خلق دانش با رقابت‌پذیری در سازمان‌های ورزشی خصوصی رابطه وجود دارد. بین کاربرد دانش با رقابت‌پذیری در سازمان‌های ورزشی خصوصی رابطه وجود دارد. باید توجه بیشتری به مفهوم مدیریت دانش در مشتریان داشته باشند و اهمیت بیشتری برای آن قائل شوند.

واژه‌های کلیدی: سازمان‌های ورزشی خصوصی، مدیریت دانش، رقابت‌پذیری، ارگان‌های ورزشی

مقدمه

در دنیای امروزه، رقابت برای تولید و بهره‌وری دانش، یکی از موارد حیاتی برای ارگان‌های ورزشی است. مدیریت دانش در این ارگان‌ها نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند زیرا عوامل مختلفی نظیر توانایی‌های انسانی، فناوری، سرمایه فکری و خلاقیت تأثیر بسزایی بر عملکرد و رقابت‌پذیری این سازمان‌ها دارند.

شناخت عوامل مدیریت دانش بر مبنای رقابت سازمانی در ارگان‌های ورزشی اهمیت زیادی دارد. این در حالی است که مدیران باید به دنبال بهره‌وری بالاتر از دانش موجود و افزایش توانمندی‌های سازمانی باشند. از این رو، این مقاله به بررسی عوامل مدیریت دانش بر مبنای رقابت سازمانی و اهمیت آن برای ارگان‌های ورزشی می‌پردازد تا مدیران و کارشناسان مربوطه بتوانند استراتژی‌های مناسب برای توسعه و بهره‌وری از دانش را در این ارگان‌ها ارائه دهند. [2].

امروزه دانش کلید اصلی رقابت‌پذیری سازمانها به شمار می‌رود. سازمانها دریافته‌اند که هیچ چیز به اندازه دانش نمیتواند آن را در دنیای رقابتی نگه دارد، لذا بیشتر از هر چیزی کارکنان سازمان به عنوان صاحبان دانش و مهمترین سرمایه سازمان مورد توجه قرار گرفته‌اند. مدیریت دانش به عنوان ابزاری که میتواند دانش موجود را گردآوری کرده و نظم و پویایی بخشیده و در کل سازمان اشاعه دهد اهمیت یافته است. [1].

امروزه هر سازمانی نیازمند کسب، خلق، ذخیره و کاربرد دانش به مثابه یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده رشد و بالندگی است. مدیریت دانش فرایندی است که سازمانها را یاری میکند اطلاعات مهم را بیابند، گزینش، سازماندهی و منتشر کنند و تخصصی است که برای فعالیتهای چون حل مشکلات، آموختن پویا، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم گیری ضروری است [3].

مزیت رقابتی را اینگونه تعریف میکنند: شرکتی که مزیت رقابتی پایدار دارد، زمانی یک استراتژی را اجرا میکند که همزمان رقبای فعلی آن استراتژی را اجرا نکرده باشند و شرکتهای رقیب قادر به تکثیر مزایای این استراتژی نباشند. برای تجزیه و تحلیل مبتنی بر منابع از یک کسب و کار، او رویکردی ساختنیافته مبتنی بر این تحلیل ارائه کرد که آیا منبعی ارزشمند، نادر و قابل تقلید است و اینکه سازمان از این منبع کسب مزیت میکند. این چهار منبع از مهمترین منابعی است که به مزیت رقابتی در برابر سازمانهای رقیب منجر میشود. در چارچوب تجزیه و تحلیل باری، اگر منبعی فقط ارزشمند باشد، به برابری رقابتی منجر میشود. اگر ارزشمند و نادر باشد، برای کسب مزیت رقابتی موقت لازم است. ارزشمندی، نادر بودن و قابل تقلید نبودن مزیت رقابتی پایدار ایجاد میکند و تمرکز سازمانی برای توسعهی یک مزیت رقابتی و پایدار بودن آن ضروری است [6].

بیان مسئله

در ارگان‌های ورزشی، مدیریت دانش به عنوان یکی از عوامل اساسی در تعیین رقابت‌پذیری و عملکرد سازمانی مطرح است. با توجه به پویایی و تغییرات مداوم در صنعت ورزش، مدیریت دانش بر مبنای رقابت سازمانی اهمیت بسزایی دارد. از این رو، انتخاب و اجرای بهترین روش‌ها و استراتژی‌های مدیریت دانش برای ارگان‌های ورزشی، یک چالش اساسی به شمار می‌آید. مسئله اصلی این تحقیق بررسی عوامل مدیریت دانش است که تأثیر گذاری بر رقابت سازمانی این ارگان‌ها دارند و تعیین کردن اینکه چگونه می‌توانند این عوامل بهبود یابند تا ارگان‌های ورزشی بتوانند در مسیر پیشرفت و توسعه پایدار حرکت کنند [5].

کشورها و سازمانها باید در شرایطی به بقا و حیات خود ادامه دهند که با تغییرات بر مبنای دانش است. سازمانهایی که با چالشهای نوظهور عصر دانش دست به گریبانند، به خوبی درک کرده‌اند که دانش، راهبردیترین منبع و محور رقابت و حتی بقا در محیط‌های غیررقابتی است. به این دلیل لزوم مدیریت این منبع راهبردی برای آنها مطرح شده است. راهبرد دانش به سازمانها کمک میکند که نیازهای فعلی و آتی خود به دانش را شناسایی کند و آگاهانه به مدیریت این دانش بپردازند. راهبرد دانش به سازمانها کمک میکند که نیازهای فعلی و آتی سازمان به دانش را شناسایی کنند و آگاهانه به مدیریت بپردازند [4].

به صورت بسیار ساده مدیریت دانش فرایندی است که طی آن سازمان به ایجاد ارزش از داراییهای فکری و دانش محور می‌پردازد. مدیریت دانش همه ی اطلاعات و دانشی را که حول یک سازمان در جریان است، جمع آوری میکند و به طور نظام مند آن را سازماندهی مجدد کرده و تحلیل میکند و از این طریق به محتوای ارزشمندتری دست مییابد. مدیریت دانش نه تنها

دانش تک تک افراد را به صورت جامع در می‌آورد، بلکه دانش پنهانی افراد را آشکار میکند و غنا میبخشد. به طور کلی مدیریت دانش به گونه ای به اخذ و نگهداری دانش میپردازد تا به سازمان کمک کند، کارا تر و مؤثر تر فعالیت کند و از این طریق به رقابت پذیری دست یابد. یکی از ملزومات رقابت پذیری، توانایی سازمانها برای تطبیق سریع با نیازهای مشتریان است [2].

مبانی پژوهش

مبانی اصلی این پژوهش شامل دو حوزه اصلی می‌باشد:

مدیریت دانش

مدیریت دانش به عنوان یک استراتژی برای تحقق اهداف سازمانی در نظر گرفته می‌شود. عواملی همچون ثبات سازمانی، تبیین و تبادل دانش، ارتقاء فرهنگ سازمانی مبتنی بر دانش و خلق یک سازمان یادگیرنده از جمله مواردی هستند که در مدیریت دانش مورد توجه قرار می‌گیرند.

رقابت سازمانی

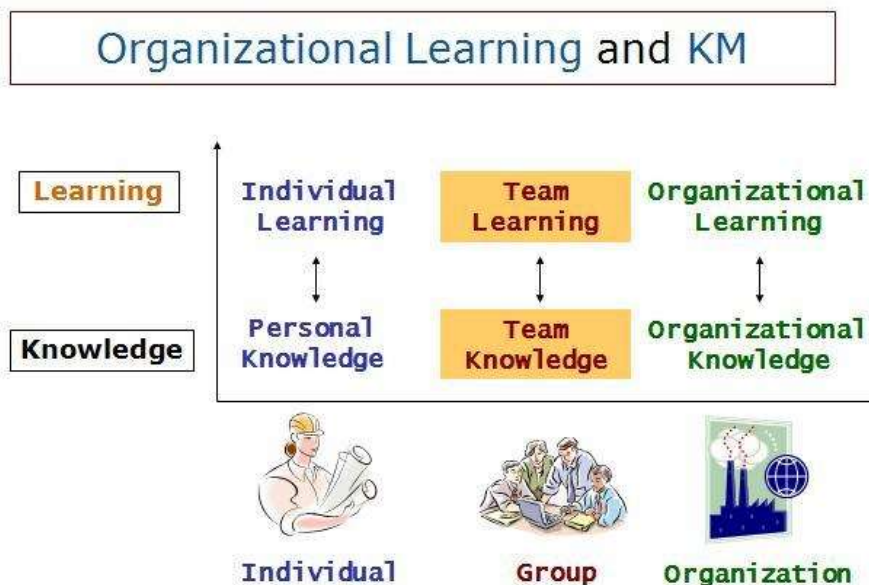
رقابت سازمانی مفهومی است که نشان دهنده توانایی یک سازمان برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی و عملکرد برتر نسبت به رقباست. این مفهوم شامل تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها، تعیین مزیت رقابتی، نقش فناوری و نوآوری، و ارتباط با مشتریان و بازار است.

این مبانی مهم، تأثیر گذاری بسزایی بر عملکرد و رقابت پذیری ارگان‌های ورزشی دارند و ارائه راهکارهای مدیریت دانش بر مبنای رقابت سازمانی در این ارگان‌ها را ضروری می‌سازد.

مدیریت دانش

مدیریت دانش، مدیریت دانایی یا مدیریت اندوخته‌های علمی (به انگلیسی: Knowledge management - KM) به معنای در دسترس قرار دادن نظام‌مند اطلاعات و اندوخته‌های علمی است، به گونه‌ای که به هنگام نیاز، در اختیار افرادی که نیازمند آن‌ها هستند، قرار گیرند تا آن‌ها بتوانند کار روزمره خود را با بازدهی بیشتر و مؤثرتر انجام دهند. مدیریت دانش، شامل یک سری استراتژی و راهکار برای شناسایی، ایجاد، نمایندگی، پخش و تطبیق بینش‌ها و تجارب در سازمان می‌باشد [9]. مدیریت دانش فرایندی است که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش یا سرمایه فکری خود می‌پردازد. مدیریت دانش یعنی استفاده خلاق، مؤثر و کارآمد از کلیه دانش‌ها و اطلاعات در دسترس سازمان به نفع مشتری و در نتیجه به سود سازمان مدیریت دانش استفاده از تجربه و دانش فردی و جمعی از طریق فرایند تولید دانش، تسهیم دانش و به‌کارگیری آن به کمک فناوری به منظور دستیابی به اهداف سازمان [9].

مدیریت دانش به‌کارگیری سرمایه فکری برای تفوق سازمان در رقابت با سازمان‌های هم‌تا، همچنین پاسخ‌های نوآورانه‌ای برای چالش‌های جدید و اهرمی برای عمل و یک میانجی است [8]. مدیریت دانش به عنوان جمع‌آوری، توزیع و استفاده کارا از منابع دانش تعریف شده است [10]. مدیریت دانش به عنوان مجموعه‌ای از رویه‌ها، زیرساخت‌ها و ابزارها ی فنی و مدیریتی است که در جهت خلق، تسهیم و به‌کارگیری اطلاعات و دانش در درون و بیرون سازمان‌ها طراحی شده‌اند [9]. مرکز بهره‌وری و کیفیت آمریکا، مدیریت دانش را فرایند گسترده کسب، سازماندهی، انتقال و استفاده از اطلاعات در سازمان می‌داند. تعاریفی که سایر نظریه پردازان از مدیریت دانش ارائه می‌نمایند ما را در شناخت هر چه بیشتر آن یاری می‌رساند.



نمودار شماره ۱: تصویر نموداری مدیریت دانش، [10].

علل پیدایش مدیریت دانش

دگرگونی مدل کسب و کار صنعتی که سرمایه‌های یک سازمان اساساً سرمایه‌های قابل لمس و مالی بودند (امکانات تولید، ماشین، زمین و غیره) به سمت سازمان‌هایی که دارایی اصلی آن‌ها غیرقابل لمس بوده و با دانش، خبرگی، توانایی و مدیریت برای خلاق‌سازی کارکنان آن‌ها گره خورده است. افزایش فوق‌العاده حجم اطلاعات، ذخیره الکترونیکی آن و افزایش دسترسی به اطلاعات به‌طور کلی ارزش دانش را افزوده است؛ زیرا فقط از طریق دانش است که این اطلاعات ارزش پیدا می‌کند، دانش همچنین ارزش بالایی پیدا می‌کند. زیرا به اقدام نزدیک تر است. اطلاعات به خودی خود تصمیم ایجاد نمی‌کند، بلکه تبدیل اطلاعات به دانش مبتنی بر انسان‌ها است که به تصمیم و بنابراین به اقدام می‌انجامد [9].

تغییر هرم سنی جمعیت و ویژگی‌های جمعیت شناختی که فقط در منابع کمی به آن اشاره شده است. بسیاری از سازمان‌ها دریافته‌اند که حجم زیادی از دانش مهم آن‌ها در آستانه بازنشستگی است. این آگاهی فزاینده وجود دارد که اگر اندازه‌گیری و اقدام مناسب انجام نشود، قسمت عمده این دانش و خبرگی حیاتی به سادگی از سازمان خارج می‌شود. تخصصی تر شدن فعالیت‌ها نیز ممکن است خطر از دست رفتن دانش سازمانی و خبرگی به واسطه انتقال یا اخراج کارکنان را به همراه داشته باشد [10].

در بدو امر به مدیریت دانش فقط از بعد فناوری نگاه می‌شد و آن را یک فناوری می‌پنداشتند. اما به تدریج سازمان‌ها دریافتند که برای استفاده واقعی از مهارت کارکنان، چیزی ماورای مدیریت اطلاعات موردنیاز است. انسان‌ها در مقابل بعد فناوری و الکترونیکی، در مرکز توسعه، اجرا و موفقیت مدیریت دانش قرار می‌گیرند و همین عامل انسانی وجه تمایز مدیریت دانش از مفاهیم مشابهی چون مدیریت اطلاعات است.

رقابت سازمانی

رقابت‌پذیری سازمان (Competitiveness) قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی کسب‌وکار است که به کسب مزیتی رقابتی پایدار در بازار منجر می‌شود. رقابت عنصر ثابت و ویژگی بارز حاکم بر فضای کسب‌وکارهای کنونی است. هر سازمانی برای موفقیت و بقا در صنعت باید از توانمندی رقابتی بالایی برخوردار باشد.

افزایش شدت رقابت بازار در نهایت منجر به آن شده است تا کسب‌وکارها به دنبال راهکارهایی برای افزایش توان رقابتی خود باشند. مطالعه نظریات صاحب نظران و پژوهشگران مختلف نشان می‌دهد که از رقابت‌پذیری تعریف و تعبیر واحدی وجود ندارد. اما به طور کلی می‌توان رقابت‌پذیری را ویژگی‌هایی دانست که یک کسب‌وکار، صنعت یا کشور دارا هستند و می‌توانند آنها را حفظ کنند تا در عرصه رقابت، نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد کرده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً بالایی قرار دهند.

رقابت‌پذیری توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش افزوده و ماندن در صحنه رقابت عادلانه و بین‌المللی برای یک دوره طولانی است. در بررسی رقابت‌پذیری می‌توان از زاویه دیگری نیز به مسئله نگریست و آن منابع ایجاد رقابت‌پذیری است. منابع ایجاد رقابت‌پذیری را می‌توان در سه دسته فناوری، سازمان و نیروی انسانی تقسیم‌بندی کرد. مزیت رقابتی حاصل از نیروی انسانی دوام و پایداری بیشتری نسبت به سایر مزیت رقابتی دارند. مدت زمان بیشتری لازم است تا رقبا بتوانند این مزیت‌های رقابتی را تقلید کنند [7].

رقابت‌پذیری سازمانی به معنای توانایی و عملکرد یک شرکت، یک بخش اقتصادی یا یک کشور در فروش و عرضه کالا و خدمات در یک بازار در مقایسه با دیگر شرکت‌ها، زیر بخش‌ها، و کشورهای حاضر در همان بازار است. این اصطلاح همچنین برای بازارها نیز استفاده می‌شود که اشاره به میزان رقابت‌پذیر بودن ساختار بازار دارد. باید توجه شود که رقابت‌پذیر بودن یک بازار ارتباطی به رقابت‌پذیری شرکت‌های حاضر در این بازار ندارد. رقابت‌پذیری «توانایی افزایش سهم بازاری و یا سوددهی و ماندن در صحنه رقابت جهانی برای یک دوره طولانی» است [11].

رقابت‌پذیری یکی از استراتژی‌های تهاجمی برای مقابله با رقبا است که با توجه به شرایط ناپایدار و پر مخاطره بازار اتخاذ می‌شود. البته یک بنگاه اقتصادی برای پیشبرد این استراتژی، می‌بایست قابلیت‌های ایجاد توانمندی در بیشتر محورهای اساسی یک کسب و کار را دارا باشد. شناسایی فرصت‌های رقابتی، تلاش برای ایجاد مزایای قابل رقابت و برخورداری مشتریان از مزایا و منافع بیشتر به شکلی که کالا و خدمات قابل ارائه دارای ارزش و اهمیت بیشتری نسبت به سایر رقبا گردد، از جمله راهکارهایی است که علاوه بر کمک به شکل‌گیری شخصیت رقابت‌پذیری در یک بنگاه اقتصادی با اهداف توسعه‌پذیری و گسترش منافع آن سازمان نیز همپوشانی دارد [10].

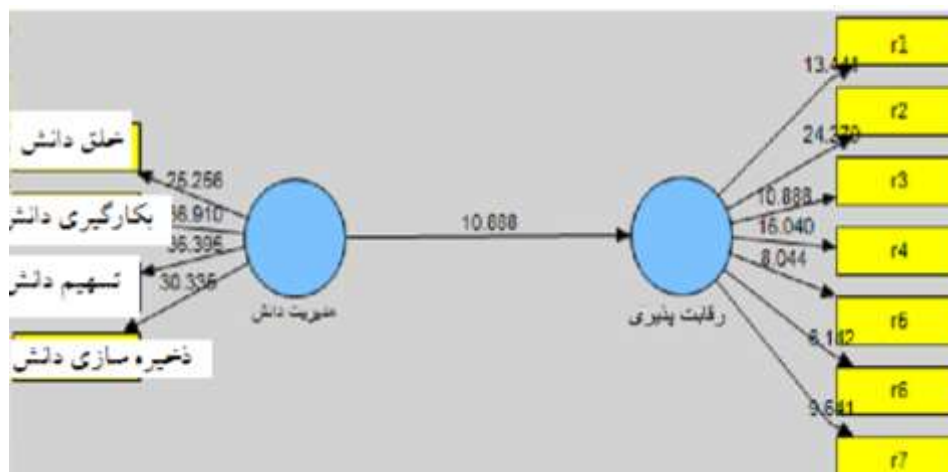
رقابت سازمانی به رقابت بین کسب‌وکارها یا سازمان‌ها در همان صنعت، بازار یا گروه استراتژیک اشاره دارد، زیرا برای مشتریان، سهم بازار، منابع و اعتبار رقابت می‌کنند. این رقابت می‌تواند به شکل‌های مختلفی مانند نبردهای قیمت‌گذاری، نوآوری محصول، استراتژی‌های بازاریابی و کارایی عملیاتی ظاهر شود. رقابت سازمانی جنبه‌ای حیاتی از محیط کسب‌وکار است و اغلب شرکت‌ها را به بهبود مستمر پیشنهادات و عملیات خود به منظور کسب مزیت رقابتی سوق می‌دهد. در نهایت، هدف رقابت سازمانی پیشی گرفتن از رقبا و دستیابی به موفقیت پایدار در بازار است [11].

رقابت‌پذیری به معنای توانایی و عملکرد یک شرکت، یک بخش اقتصادی یا یک کشور در فروش و عرضه کالا و خدمات در یک بازار در مقایسه با دیگر شرکت‌ها، زیر بخش‌ها، و کشورهای حاضر در همان بازار است. این اصطلاح همچنین برای بازارها نیز استفاده می‌شود که اشاره به میزان رقابت‌پذیر بودن ساختار بازار دارد. باید توجه شود که رقابت‌پذیر بودن یک بازار ارتباطی به رقابت‌پذیری شرکت‌های حاضر در این بازار ندارد [12].

بحث و نتیجه‌گیری

در نتیجه، بررسی و تحلیل عوامل مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی اهمیت حیاتی مدیریت مؤثر دانش برای دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت را نشان می‌دهد. با بررسی عواملی مانند اشتراک اطلاعات، فرهنگ یادگیری، استفاده از فناوری و نوآوری، آشکار می‌شود که مدیریت دانش موفق به طور مستقیم به موفقیت و عملکرد سازمان کمک می‌کند.

یافته ها بر اهمیت پرورش فرهنگ یادگیری مستمر و به اشتراک گذاری دانش در سازمان های ورزشی تأکید می کند. پیاده سازی سیستم ها و شیوه های مدیریت دانش قوی می تواند توانایی سازمان را برای انطباق با تغییرات بازار، توسعه استراتژی های نوآورانه



نمودار شماره ۲: اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت معنی دار

و در نهایت برتری از رقبا افزایش دهد. علاوه بر این، این مطالعه نقش فناوری را در تسهیل فرآیندهای مدیریت دانش برجسته می کند. استفاده از ابزارها و پلتفرم های پیشرفته فن آوری، سازمان های ورزشی را قادر می سازد تا دانش را به طور کارآمد جذب، ذخیره و منتشر کنند و در نتیجه تصمیم گیری و عملکرد کلی را بهبود بخشند.

بدیهی است که مدیریت دانش در سازمان های ورزشی صرفاً در مورد جمع آوری اطلاعات نیست، بلکه بیشتر در مورد استفاده از آن اطلاعات برای هدایت ابتکارات استراتژیک و حفظ مزیت رقابتی است. سازمان هایی که مدیریت دانش را در اولویت قرار می دهند، برای پیش بینی روندهای صنعت، پاسخگویی به چالش ها و بهره برداری از فرصت ها، موقعیت بهتری دارند. در نتیجه، بینش جمع آوری شده از این بررسی و تحلیل بر نیاز سازمان های ورزشی برای سرمایه گذاری در استراتژی های مدیریت دانش قوی تأکید می کند. با انجام این کار، آنها می توانند عملیات خود را بهینه کنند، نوآوری را تقویت کنند، و در نهایت، به یک مزیت رقابتی پایدار در چشم انداز پویا صنعت ورزش دست یابند.

این بررسی زمینه را برای تلاش های تحقیقاتی آینده با هدف بررسی پیچیدگی های مدیریت دانش در سازمان های ورزشی و شناسایی بهترین شیوه ها برای به حداکثر رساندن تأثیر آن بر رقابت سازمانی فراهم می کند.

جدول شماره ۱: نتایج پژوهش

ردیف	عنوان	نتیجه
۱	بین مدیریت دانش و رقابت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد.	تایید
۲	خلق دانش و رقابت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد	تایید
۳	تسهیم دانش و رقابت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد.	تایید
۴	بکارگیری دانش و رقابت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد	تایید
۵	ذخیره سازی دانش و رقابت پذیری ارتباط معنی داری وجود دارد	تایید

منابع

۱. نجمی، م. و حسینی، س. ۱۳۹۰ مدل سرآمدی EFQM از ایده تا عمل، تهران، موسسه مطالعات بهره وری و منابع انسانی نیروی انسانی، .
۲. واعظی ر. و وثوقی، ف. ۱۳۹۹ اجرای مدل تعالی سازمانی و ارتقای بهره وری نیروی انسانی پژوهشی در شرکت پالایش نفت تهران، مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۹، صص ۹۶-۷۳ .
۳. الوانی. س.م. و ریاحی، ب. ۱۳۹۲ نظریه نوین مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی ایران، نشریه تحول اداری، شماره ۴۱
۴. هاشم زهی، علی، ایران نژاد پاریزی، مهدی، طیبی، سید جمال الدین، ۱۳۹۶ بررسی انواع نظامهای سنجش عملکرد و رویکردهای خودارزیابی در بخش بهداشت و درمان. هدایتی، س. ۱۳۹۶ جایگاه EFQM در فرآیند مدیریت، تهران /
- 5.Palanisamy, R. (2010). Organizational Culture and knowledge management in ERP implementation: an empirical study. *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 48.No. 2, pp. 100– 120
- 6.Pavicic,J. et al. (2009). Customer knowledge management: Toward social crminternational *Journal of Management Cases*.5(3),.156-145
- 7.Perez, J.R. (2003). Knowledge management & organizational competitiveness: a framework for human capital analysis. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 7. No. 3,pp. 82– 91
- 8.Pitzer, P.S. (2007). A knowledge management policy for learning organization. Master of Science Thesis. Proquest Information and Learning Company,7(3),.51-39
- 9.Shieh,C,J. (2009). Study on the relations among the customer knowledge management, learning organization, and organizational performance. *The Service Industries Journal* Vol. 31, No. 5, April 2011
- 10.Davenport, T. & Grover, V. (2001). Knowledge Management. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 4-3
- 11.Nilmini Wickramasinghe, & Dag von Lubitz (2007). Knowledge-based Enterprise: Theories and Fundamentals. Idea Group Publishing

Investigation and analysis of knowledge management factors based on organizational competition in sports organizations

Hamed Salari

Assistant Professor, Department of Sports Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ardakan University, Ardakan, Iran

Abstract

This article examines the importance of knowledge management factors in the field of organizational competition in sports organizations. Based on a comprehensive review of the literature, this study examines the impact of knowledge creation, sharing, and use on increasing competitive advantage in the sports industry. This research highlights the pivotal role of knowledge management strategies in facilitating continuous improvement, innovation and the development of sustainable competitive advantage. In addition, this paper examines the unique challenges and opportunities that sport organizations face in using knowledge assets to gain competitive advantage in a dynamic and rapidly evolving environment. By elucidating the interplay between knowledge management and organizational competitiveness, this paper provides valuable insights for sport managers, executives and researchers seeking to optimize knowledge-related resources to achieve superior performance and sustainable success in the competitive sport landscape. Gives. The purpose of this research was to develop a communication model of knowledge management with competitiveness in private sports organizations. The current research was applied in terms of purpose and correlational in terms of strategy. The results obtained from the hypothesis test showed that there is a relationship between knowledge creation and competitiveness in private sports organizations. Between the application of knowledge and competitiveness in sports organizations. There is a private relationship. They should pay more attention to the concept of knowledge management in customers and attach more importance to it.

Keywords: Private sports organizations, knowledge management, competitiveness, sports organizations
