

Research Paper

Designing a Model of Sustainable Knowledge-based sports Companies in Iran

S. Pirjamadi¹, H. Honari^{*2}, Gh. Kargar³, Gh. Shabani Bahar⁴

1. Ph. D, Student in Sport Management, Allameh Tabataba'i University

2*. Associate Professor of Sport Management, Allameh Tabataba'i University (Corresponding Author)

3. Associate Professor of Sport Management, Allameh Tabataba'i University

4. Professor of Sport Management, Allameh Tabataba'i University

Received: 2019/08/07

Accepted: 2019/10/20

Abstract

In the post-industrial era, knowledge-based enterprises are one of the elements of sustainable development in any country. In Iran, the growth and prosperity of these enterprises, especially knowledge-based sports enterprises, have also received special attention from policymakers. One of the challenges for the success of these companies in the field of sports is their continuous growth and sustainability. In this study, the qualitative approach and Grounded Theory (Strauss & Corbin method) were used to identify the growth and sustainability factors of knowledge-based sports companies in Iran. The study population consisted of 16 faculty members, PhD students, knowledge-based companies, science and technology parks, sports and non-sports development centers and industry experts, who were selected using purposive and snowball sampling methods. Finally, based on the research findings, structural, governmental, hard infrastructure, public-private collaborations and policy decisions were the most important factors. Knowledge-based sports enterprise capabilities, political factors, financial and management factors including contextual factors and sports startup exhibitions and conferences to create creative ideas, enterprise integrity, consultants branding were disruptive factors in the present study. Regulatory facilitation, skilled manpower and creation of a specialized maternity institute were such procedures of this study that could contribute to job creation, development and improvement of sports as well as sustainable economic growth of the country under sanction.

Keywords: Knowledge-Based, Sustainability, Grounded Theory, Strauss and Corbin, Iran

1. Email: pirjamadisahar@yahoo.com

2. Email: honari_h@yahoo.com

3. Email: ali.karega43@gmail.com

4. Email: shabani1345@gmail.com

Extended Abstract

Background and Purpose

In the post-industrial era, knowledge-based enterprises are one of the elements of sustainable development in any country. These companies are engaged in the synergy of science and wealth, the development of the knowledge economy, the achievement of scientific and economic goals, the commercialization of R&D results, in the field of advanced technologies. In Iran, the growth and prosperity of these enterprises, especially knowledge-based sports enterprises, have also received special attention from policymakers. Statistics show that most knowledge-based sports companies die out or become small over time. In addition, the successful entry of these companies into the market and competition is fraught with uncertainty and there are various constraints in this area. One of the challenges for the success of these companies in the field of sports is their continuous growth and sustainability. Therefore, the aim of this study was to identify the growth and sustainability factors of knowledge-based sports companies in Iran.

Methodology

To do so, In this study, the qualitative approach and Grounded Theory (Strauss & Corbin method) were used to identify the growth and sustainability factors of knowledge-based sports companies in Iran. The study population consisted of 16 faculty members, PhD students, knowledge-based companies, science and technology parks, sports and non-sports development centers and industry experts who were selected using purposive and snowball sampling methods.

Results

By reviewing the research background and classifying the factors affecting the sustainability of knowledge-based sport enterprises, 18 components were identified as final concepts. After grouping some of the components, the model of sustainability of knowledge-based sport enterprises was created from the 47 identified key components. based on the research findings, structural, governmental, hard infrastructure, public-private collaborations and policy decisions (sports science and technology parks, sports growth centers) were the most important factors. Knowledge-based sports enterprise capabilities, political factors, financial and management factors including contextual factors and sports startup exhibitions and conferences to create creative ideas, enterprise integrity, consultants branding were disruptive factors in the present study. These findings are consistent with the results of Martins et al. (2019), Suleimankadieva, Pilipenko, Sagi (2019), Ratten (2018), Rajabi (2017) & Amini et al. (2016).

Conclusion

Finally, creation of technology-based products, provision of services based on Islamic - Iranian culture and values, information and communication technology, media, proper education system, facilitation of regulation, registration of knowledge-based sports businesses, skilled manpower and creation of specialized maternity institute were such procedures and main categories of this study, that can contribute to the creation of jobs (preventing the migration of sports elites from the country, providing an appropriate business environment for sports graduates), promotion of creative thinking, development and progress in sports (education, public sports, championships, professional sports), sustainable economic growth of the country and elimination of the needs of the country under sanctions.

Keywords: Knowledge-Based, Sustainability, Grounded Theory, Strauss and Corbin, Iran

References

1. Amini, E. Bani Asadi, M. Khatami, M. & Vahidi, H. (1395). Factors influencing the development of knowledge base companies. *Journal of Technology Growth*. 48 (3): 22-28.
2. Martins, V.W.B. Rampasso, I.S. Anholon, R. Quelhas, O.L.G. & Leal Filho, Q.
3. (2019). Knowledge management in the context of sustainability: Literature review and opportunities for future research. *Journal of Cleaner Production*. 229: 489-500.
4. Ratten, V. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education training*. 60: 490-499.
5. Rajabi, B. (1396). Presenting a knowledge-based startup sustainability model with a business environment approach. Ph.D. Thesis: 116-135.
6. Suleimankadieva, A. E. Pilipenko, V. I. & Sagi, J. (2019). Knowledge_ company approaches to assessing new knowledge and representation it to society. *Procedia Computer Science*. 150: 730-736.
- 7.
- 8.

طراحی مدل شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان پایدار در ایران

سحر پیرجمادی^۱، حبیب هنری^{۲*}، غلامعلی کارگر^۳، غلامرضا شعبانی‌بهار^۴

۱. دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی،

تهران، ایران

۲.* دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

(نویسنده مسئول)

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

۴. استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۲۸

چکیده

در عصر فراصنعتی یکی از ارکان پیشرفت و توسعه پایدار در هر کشوری شکوفایی شرکت‌های دانش‌بنیان است. در ایران نیز سیاست‌گذاران به تازگی توجهی ویژه به رشد و شکوفایی این شرکت‌ها به‌ویژه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان کرده‌اند. یکی از چالش‌های موفقیت این شرکت‌ها در حوزه ورزش، تداوم رشد و پایداری آن‌هاست. در این راستا از رویکرد کیفی و از نظریه برخاسته از داده‌ها، روش استراوس و کوربین برای شناسایی عوامل رشد و پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در ایران بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش، اعضای هیئت علمی، دانشجویان دکتری، شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد ورزشی و غیرورزشی و کارشناسان صنعت متشکل از ۱۶ نفر بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند. براساس یافته‌های پژوهش، عوامل ساختاری، دولتی، زیرساخت‌های سخت و همچنین سیاست‌گذاری همکاری بخش خصوصی و دولتی از علل اصلی، مهارت‌های شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، عوامل سیاسی و همچنین عوامل مالی و مدیریتی از جمله عوامل زمینه‌ای و نمایشگاه‌ها و همایش‌های استارت‌آپی ورزشی برای خلق ایده‌های خلاقانه، یکپارچگی شرکت‌ها، مشاوران و همچنین برندسازی از جمله عوامل مداخله‌گر بودند. تسهیل مقررات، نیروی انسانی متخصص و ایجاد مؤسسه تخصصی مادر از جمله راهبردهای این پژوهش بودند که می‌توانند به اشتغال‌زایی، توسعه و پیشرفت ورزش و رشد پایدار اقتصادی کشور در شرایط تحریم کمکی درخور توجه کنند.

واژگان کلیدی: دانش‌بنیان، پایداری، نظریه برخاسته از داده‌ها، استراوس و کوربین، ایران

1. Email: pirjamadisahar@yahoo.com

2. Email: honari_h@yahoo.com

3. Email: ali.karega43@gmail.com

4. Email: shabani1345@gmail.com

مقدمه

با ظهور پدیده‌های نوین در فناوری اطلاعات و رشد و توسعه سریع فناوری‌های برتر، الگوی رشد اقتصادی جهانی و سیستم مدیریت سازمان‌ها تغییرات اساسی کرده است و دانش، منبع اصلی مزیت رقابتی در سازمان‌های پیشرفته به شمار می‌رود؛ بنابراین مدیریت دانش کلید اصلی بقا و عملکرد سازمان در تغییرات مداوم محیط اقتصادی، فناورانه، سیاسی و اجتماعی است (ونکی‌تاج‌الام و ویلموت، ۲۰۱۷، ۳۱۳).

امروزه به دلیل تشدید فضای رقابتی، سازمان‌ها در تصمیم‌گیری و اتخاذ استراتژی رقابتی خود تنها به منابع محدود درون‌سازمانی و اطلاعات به‌طور تصادفی کسب‌شده از فضای پیرامون اکتفا نمی‌کنند. درحقیقت داشتن اطلاعات صحیح، تأثیرگذار و به‌روز از فضای اطراف یکی از ابزارهای قدرت در سطح ملی و سازمانی محسوب می‌شود؛ از این‌رو رقابت شرکت‌های متنوع به توانایی آن‌ها در استفاده از دانش مرتبط با استفاده از فرایندهای انتقال دانش داخلی در شبکه سازمانی بستگی دارد (ویلاسالرو، ۲۰۱۷، ۱۱۴؛ یوجینویو، دامیان، توماس و سانتیاگو، ۲۰۱۶، ۵۹).

بنابراین دانش یکی از مهم‌ترین دارایی‌های سازمان در نظر گرفته می‌شود و به‌طور فزاینده‌ای برای حفظ مزیت رقابتی سازمان، مدیریت می‌شود. سازمان‌های آگاه می‌دانند که دانش، سرمایه‌ای فکری است و تنها سرمایه‌ای است که با گذشت زمان تغییر می‌کند و اگر به‌طور مؤثر استفاده شود، می‌تواند خلاقیت و نوآوری سازمان را حفظ کند (اریکسون و روتبرگ، ۲۰۱۵، ۵۸). آل-آشآب^۵ و همکاران (۲۰۱۲) و وستربگ^۶ (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان محیط مبتنی بر دانش بیان می‌کنند که گسترش تحولات در عرصه دانش از دارایی‌های استراتژیک سازمان است که اهداف بلندمدت سازمان را از حیث رقابتی و اقتضائات محیطی ارتقا می‌دهد و در محیط‌های پویا کاربرد استراتژیک دارد و باعث کاهش خطر از دست‌رفتن دانش با ارزش سازمان به‌واسطه افت کارکنان و کاهش خطر از دست‌دادن حافظه سازمان هنگام تعدیل نیروی انسانی می‌شود. بسیاری از مؤسسه‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که برای داشتن عملکرد مؤثر در اقتصاد امروز، تبدیل شدن به اقتصاد دانش‌بنیان ضروری است، طبق تعریف او.ای.سی.دی.^۷ اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که براساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته و سرمایه‌گذاری در دانش و صنایع دانش پایه مورد توجه خاص قرار

-
1. Venkitachalam & Willmott
 2. Villasalero
 3. Eugenio
 4. Erickson & Rothberg
 5. AL-Ashaab
 6. Westerberg
 7. Organization for Economic Cooperation and Development

می‌گیرند (کارایانیس^۱، فریرا، جلالی و فرریا، ۲۰۱۸، ۱). پیش‌نیازهای اقتصاد دانش‌بنیان شامل آموزش و سرمایه‌گذاری در سرمایه‌انسانی، سیاست‌های حمایتی دولت، فناوری اطلاعات و ارتباطات، وجود محیط مناسب اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و قانونی برای سرمایه‌گذاری، تولید و تجارت است؛ باوجوداین، تعداد کمی از شرکت‌های زایشی و دانش‌بنیان به‌ویژه شرکت‌های زایشی و دانش‌بنیان ورزشی به‌درستی می‌دانند که دانش‌بنیان‌شدن به چه معنی است و چگونه می‌توان تغییرات لازم برای دانش‌بنیان‌شدن را انجام داد (سلیمانکادیوا^۲، پلپینکو و ساگی، ۲۰۱۹، ۷۳۰).

در اقتصاد نوین مبتنی بر دانش، افراد در تمام سطوح و انواع مؤسسه‌ها و سازمان‌ها برای گسترش دانش به چالش کشیده خواهند شد تا مسئولیت ایده‌های خود را بپذیرند و پیگیری کنند. وظیفه مدیریت خلق محیطی خواهد بود که هم به کارکنان امکان ارتقای دانش و عمل بر مبنای آن را دهد و هم شرایط به‌اشتراک‌گذاردن آن را برای آنان فراهم کند. در چنین سازمانی بار اصلی حیات و بقای سازمانی برعهده نیروی انسانی‌ای است که از شایستگی خلق، تبدیل و به‌اشتراک‌گذاری دانش و درنهایت خلق نوآوری برخوردار است (کاسچیک^۳، مایر و ساندو، ۲۰۱۶، ۲۴۳)؛ بنابراین سازمان و جامعه دانش‌بنیان شعار یا تحلیل آینده‌پژوهانه محض نیست؛ بلکه الزامی است که در برنامه چهارم توسعه کشور^۴، سیاست‌های کلان نظام اداری جمهوری اسلامی ایران^۵ و سند راهبردی افق وزارت ورزش و جوانان پیش‌بینی شده و بر آن تأکید شده است. از دیدگاه اجرایی یعنی تمامی سازمان‌های حساس و خطیر کشور در صورتی خواهند توانست همسو و هماهنگ با جامعه اسلامی حرکت کنند که بتوانند خود را به ویژگی‌ها و شایستگی‌های سازمان‌های دانش‌بنیان بیاریند (باباخانیان، ۲۰۱۴، ۳۸)؛ بنابراین با توجه به سند راهبردی وزارت ورزش و جوانان و شرایط و جایگاه آن در نظام، این سازمان بزرگ و مهم نه‌تنها از این قاعده مستثنا نیست، بلکه از جایگاه ویژه‌ای نیز برخوردار است؛ بنابراین شناسایی، مستندسازی و ذخیره‌کردن انواع اطلاعات و دانش موجود برای بهره‌گیری در فعالیت‌ها و محصولات جدید و همچنین خلق دانش جدید بر مبنای خلاقیت و نوآوری، فقط با عناصر و مؤلفه‌های سازمان دانش‌بنیان (همانند فرایند مدیریت دانش و...) تحقق‌یافتنی است (چوخیازواری و داوو داخلی^۶، ۲۰۱۸، ۶۴۵). دانش‌بنیان‌نشدن سازمان‌ها، به‌ویژه در حوزه ورزش مشکلات زیر را با شدت و ضعف‌های مختلف

1. Carayannis
2. Suleimankadieva
3. Kaschig

۴. ایران اسلامی همچون سایر جوامع پیشرو، طی دو دهه آینده باید به جامعه‌ای دانش‌بنیان پیشرفته و تراز اول در منطقه آسیای جنوب غربی تبدیل شود (برنامه چهارم توسعه کشور).

۵. دانش‌بنیان‌کردن نظام اداری از طریق به‌کارگیری اصول مدیریت دانش و یکپارچه‌کردن اطلاعات، با تکیه بر ارزش‌های اسلامی

6. Chouikha & Dhaou Dakh

به همراه دارد: استفاده‌نشدن از انواع دانش، ازدست‌رفتن سرمایه‌های فکری و دانش سازمان در صورت بازنشستگی یا جابه‌جایی کارکنان، ضعف در کسب، حفظ و انتقال دانش‌های جدید، ناشناخته‌ماندن دانش‌های موجود، مستندنشدن تجربیات (دانش ضمنی) به‌دست‌آمده از پروژه‌ها و فعالیت‌ها و بهره‌برداری‌نکردن از آن‌ها، انجام‌دادن فعالیت‌ها و پروژه‌های تکراری، تولید دانش‌های کم‌اهمیت و بی‌ربط با وظایف سازمان، دراختیارنبودن دانش‌های مناسب و به‌موقع برای اتخاذ تصمیم‌های مناسب و به‌موقع در سازمان و همچنین کمبود نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌ها و پروژه‌ها و محصولات سازمان.

پاپیان (۲۰۱۴) در پژوهش خود با توجه به استراتژی پیش‌بینی‌شده در افق رسانه ملی و ضرورت دانش‌بنیان‌شدن، مدل سازمان دانش‌بنیان برای رسانه ملی را طراحی کرد. بیست‌وشش مؤلفه به‌عنوان ابعاد نهایی سازمان دانش‌بنیان شناسایی شدند. وی پس از دسته‌بندی برخی مؤلفه‌ها، مدل مفهومی سازمان دانش‌بنیان در رسانه ملی را از روی نه مؤلفه اصلی ترسیم کرد: ۱- اسناد بالادستی، ۲- اهداف و چشم‌انداز دانش‌بنیان، ۳- عوامل راهبردی، ۴- عوامل سازمانی، ۵- کنترل و ارزیابی بر محور دانش، ۶- نظام مدیریت دانش، ۷- سازمان دانش‌بنیان، ۸- نوآوری و خلاقیت و ۹- محصولات بر محور دانش. خیاطیان، طباطبائیان، امیری و الیاسی (۲۰۱۵) نیز براساس تحلیل ویژگی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان از ادبیات پژوهش، شش ویژگی را به‌عنوان اصلی‌ترین ویژگی شرکت‌های دانش‌بنیان ذکر کردند: ۱- جدیدبودن فناوری، ۲- جوان‌بودن شرکت‌ها، ۳- اندازه شرکت، ۴- استقلال شرکت‌ها، ۵- ویژگی مؤسسان و سرمایه انسانی و ۶- موضوع فعالیت. امینی، بنی‌اسدی، خاتمی و وحیدی (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان بررسی «عوامل مؤثر بر پیشرفت شرکت‌های دانش‌بنیان» عوامل فناوری، اجتماعی، شرایط بازار، سیاسی، مدیریتی، اقتصادی، قانونی و زیست‌محیطی را از عوامل مهم برشمردند که از میان این عوامل، عوامل فناوری، اقتصادی و قانونی سه فاکتور اصلی و تأثیرگذار هستند. رجبی (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان «ارائه مدل پایداری شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان با رویکرد فضای کسب‌وکار» عوامل خارجی از جمله زیرساخت‌ها، قوانین، تحریم‌ها، ویژگی صنعت و تقاضا را از عوامل مؤثر بر پایداری شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان برشمرد و تقاضا با به‌عنوان مهم‌ترین عامل اثرگذار ذکر کرد.

در پژوهش‌های خارج از کشور، مارتینز^۱، رامپاسو، آنهولون، کوئلهاس و لیال فیلهو (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «مدیریت دانش در زمینه پایداری» به این نتیجه دست یافتند که در رابطه با ظرفیت دانشگاه‌ها به‌عنوان موتور تولید دانش و در رابطه با کاربرد مدیریت دانش، فرصت‌هایی در پایداری شرکت‌های کوچک و متوسط وجود دارد. راتن^۲ (۲۰۱۸) و نووا^۳ (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود عواملی

-
1. Martins
 1. Ratten
 2. Nova

چون توانایی فرد برای تبدیل ایده‌ها به عمل، خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، توانایی برنامه‌ریزی و مدیریت پروژه‌ها، توسعه فناوری، تولید و انتشار دانش ورزش، ایجاد بازارهای بین‌المللی جدی، خلق فرصت‌های توسعه و کاربرد دانش، بهینه‌سازی منابع، روش‌های نوین بازاریابی، رسانه، شبکه‌های دیجیتال و سرمایه‌گذاری دولت را از عوامل مهم و تأثیرگذار بر ترویج و پایداری شرکت‌های دانشی در حوزه ورزش ذکر کردند. ووا^۱، گائو، شیا، تسنگ و ژانگ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «ارتقای مدیریت دانش شرکت و توسعه پایدار» به این نتایج دست یافتند که عوامل اقتصادی، مالی، عوامل محیطی، گسترش سرمایه، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و فناوری اطلاعات از عوامل مؤثر در رسیدن به توسعه پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان هستند. در پژوهشی مانسوری^۲، کارلسون و لاندکویست (۲۰۱۹) به تأثیر بسزای روش‌شناسی استارت‌آپ‌ها به‌عنوان شتاب‌دهنده‌ها در توسعه و ارتقای کارآفرینی شرکت‌های دانشی و نقش و تعامل مربیان در شتاب‌دهنده‌ها پرداختند. به‌علاوه ارهاردت و ریوس^۳ (۲۰۱۶)، فلوریو و سیرتوری^۴ و استج استجسکال^۵، هاجک و پروکوپ (۲۰۱۸) اذعان داشتند ایجاد دانش متمرکز، به‌اشتراک‌گذاشتن دانش ضمنی، خروجی‌های دانش، بهره‌برداری و انتشار دانش، دانش‌افزایی و یادگیری سازمانی از طریق تجربه و همکاری سازمان‌ها در گسترش دانش موجود، از ویژگی‌های برجسته‌ای هستند که تعیین‌کننده الگوی مناسب برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان‌اند. یکی از دلایل اصلی معضلات موجود در ورزش، بی‌توجهی به پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه است. به نظر می‌رسد در ایران در زمینه سیاست‌گذاری و تدوین برنامه‌های درازمدت به پژوهش‌های انجام‌شده توجه کافی نمی‌شود. تدوین اسناد بالادستی، همیشه از اقدامات مهم مدیریت کلان سازمان است. در ورزش کشور می‌توان به سند برنامه ملی درسی در آموزش و پرورش اشاره کرد که یکی از حوزه‌های آن مرتبط با حوزه تربیت‌بدنی و سلامت است. در وزارت ورزش و جوانان نیز چند سند بالادستی مانند نظام‌نامه جامع فرهنگی ورزش کشور، نظام‌نامه پژوهش و فناوری و به‌ویژه تصویب لایحه سازمان نظام تخصصی ورزش کشور انجام گرفته است که این امر می‌تواند نویدبخش ساماندهی نظام شغلی و حرفه‌ای و به‌ویژه اشتغال تخصصی در حوزه ورزش باشد. در این زمینه ایجاد و حفظ شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان می‌تواند کمک شایانی کند.

اقتصاد دانش‌بنیان یکی از راهبردهای مهم برای رشد، توسعه و شکوفایی هر کشور است؛ بنابراین برخی از کشورهای توسعه‌یافته با درک این موضوع، سرمایه‌گذاری مناسبی در دانش و صنایع دانش

3. Wu

4. Mansoori

5. Erhardt & Rios

6. Florio & Sirtori

7. Stejskal

پایه کرده‌اند، سیاست‌های حمایتی و مکانیزم‌های تشویقی مناسبی را در این زمینه وضع کرده‌اند و نتایج بسیار مطلوبی را کسب کرده‌اند. در ایران نیز در سال‌های اخیر ضرورت راه‌اندازی، توسعه و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان به‌ویژه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان بر مسئولان کشور مشخص و آشکار شده است و در سال ۲۰۱۰ قانون «حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات» تصویب شد. طبق این قانون، حمایت‌ها و تسهیلات مناسبی برای ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده است. بی‌توجهی و حمایت‌نکردن مسئولان از فناوران و شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، باعث سرخوردگی جوانان نخبه و فناور و خروج نخبگان از کشور، توسعه نیافتن اقتصاد کشور و وابستگی همیشگی کشور به محصولات و کالاهای ورزشی با سطح فناوری بالای خارجی خواهد بود؛ بنابراین ایجاد بسترهای مناسب و وضع قوانین حمایتی لازم و بهبود فضای کسب‌وکار در این حوزه باعث ایجاد و رشد شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی می‌شود و به اشتغال‌زایی، ایجاد ارزش جدید مبتنی بر فناوری در جامعه، رشد سریع اقتصادی، توسعه بخش خصوصی، کمک به دولت، ایجاد رفاه و رضایت بیشتر مردم منجر خواهد شد.

از سوی دیگر یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌رو در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در جوامع امروزی، رواج فرهنگ بی‌حرکی و راحت‌طلبی در میان انسان‌هاست. صنعتی‌شدن جوامع و ورود به دنیای فناوری‌های متنوع، فعالیت‌های بدنی را تا حد زیادی کاهش داده است (فراهانی، کشاورز و اصفهانی، ۲۰۱۸، ۵۱). با توجه به فواید بی‌شمار ورزش، بیشتر کشورهای پیشرفته جهان به سرمایه‌گذاری بیشتر در این حوزه اقدام کرده‌اند. در این زمینه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان می‌توانند از طریق امکانات و دستگاه‌های ورزشی و مربیان و اساتید تحصیل‌کرده خود در پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، دانشگاه‌ها، مدارس و... تمامی شهروندان نزدیک را از لحاظ تندرستی و سلامت حمایت کنند. در زمینه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای نیز می‌توان معضلات مربوط به قراردادهای بازیکنان، مربیان، دلال‌ها و کسانی را که به‌صورت غیررسمی در حوزه انتقال بازیکنان و تیم‌ها فعالیت می‌کنند، از طریق ایجاد شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان به‌صورت قانونی و نظام‌مند حل کرد. ورود موفق به بازار و رقابت با بی‌اطمینانی زیادی همراه است و محدودیت‌های مختلفی دارد؛ بنابراین در بعضی از صنایع تنها تعداد کمی از تازه‌واردها بقا می‌یابند؛ از این‌رو تعداد زیادی از شرکت‌ها به‌ویژه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان پس از ورود، بازار را در زمان کوتاهی ترک می‌کنند. تا زمانی که دانش ما درباره فرایندهای رشد و پایداری شرکت‌های جدید افزایش نیابد، موفقیت و شکست شرکت‌ها نیز مبهم خواهد بود. با توجه به اینکه ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان جدید اهمیت دارد، می‌توان میزان رشد و طول عمر آن‌ها را عاملی در نظر گرفت که در دستیابی به اهداف سیاست‌های بلندمدت در زمینه اشتغال و رشد اقتصادی کشور

اهمیت بسزایی دارد (هکتور، کمپوس، هاکس^۱، ۲۰۱۴، ۷۷).

به‌علاوه با توجه به توسعه و گسترش پژوهش‌ها در حوزه فناوریانه در کشور در دهه گذشته و همچنین وجود پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد در بیشتر استان‌های کشور، نتایج این پژوهش می‌تواند مسئولان دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد را با شاخص‌ها و مؤلفه‌های اثرگذار و همچنین مدل علمی پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش آشنا کند و به تصمیم‌گیری آن‌ها در مدیریت این شرکت‌ها کمک کند. در صورت موفقیت، این امر می‌تواند درآمد درخور توجهی نیز برای آن‌ها به ارمغان آورد و باعث ارتقای کیفیت برنامه‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد و درنهایت رشد اقتصادی کشور شود؛ بنابراین در این پژوهش قصد بر آن است تا تمامی ویژگی‌های داخلی و خارجی مؤثر بر پایداری شناسایی شود تا مدلی جامع از عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان ارائه شود. با توجه به اینکه ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در آغاز راه خود است و از آنجا که تاکنون پژوهشی درباره شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان انجام نشده است، انجام‌دادن پژوهش‌هایی درباره شاخص‌ها و عوامل تأثیرگذار و از همه مهم‌تر، ارائه و طراحی مدل پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان ضروری است. با توجه به آنچه گفته شد، سؤال‌های اصلی و اختصاصی پژوهش که به دنبال پاسخ‌گویی به آن‌ها هستیم، عبارت‌اند از:

الف- سؤال اصلی

۱. چه مؤلفه‌ها و ابعادی بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی تأثیرگذارند؟

۲. مدل به‌دست‌آمده از این بررسی چگونه برازش می‌شود؟

ب- سؤال‌های اختصاصی

۱. شرایط علی مؤثر بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان چیست؟

۲. مقوله اصلی (پدیده اصلی) پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان و ابعاد آن چیست؟

۳. شرایط زمینه‌ای مؤثر بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان چیست؟

۴. شرایط مداخله‌گر مؤثر بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان چیست؟

۵. راهبردهای مؤثر بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان چیست؟

۶. پیامدهای حاصل از راهبردها بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان چیست؟

بنابراین با توجه به موارد یادشده ضرورت دارد ورزش کشور با توجه به توانمندی‌های ویژه فنی، علمی، پژوهشی و کارشناسی، خود را در قالب فعالیت‌های پژوهشی و کارشناسی (از جمله پژوهش حاضر) به‌منظور تحقق اهداف و استراتژی‌های کلان خود، با توجه به نقش عناصر، عوامل و مؤلفه‌های مربوط

به سازمان دانش‌بنیان برای پایداری خود اقدامات لازم را انجام دهد. همچنین بتواند گامی مؤثر در توسعه و گسترش همه‌جانبه ورزش (از حیث آموزشی، همگانی، قهرمانی، حرفه‌ای) و توسعه پایدار اقتصادی در وضعیت تحریم، اشتغال‌زایی در این حوزه و... بردارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش کیفی و از نوع نظریه زمینه‌یابی^۱ (گراندد تئوری) بود. نظریه تنها زمانی معتبر است که پژوهشگر به نقطه اشباع رسیده باشد و این امر مستلزم انجام دادن مطالعه میدانی تا زمانی است که هیچ گواه و مدرک جدیدی از داده‌ها حاصل نشود. نقطه اشباع نظری که در آخرین مرحله کدگذاری نظریه‌پردازی داده‌بنیاد یعنی کدگذاری انتخابی رخ می‌دهد، تبیین‌کننده نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است. گام اول پژوهش به صورت مطالعات کتابخانه‌ای اجرا شد و به توصیف و تحلیل پژوهش‌های مرتبط با پایداری در شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان اختصاص یافت. در گام دوم از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند با اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان دکتری، شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد ورزشی و غیرورزشی و کارشناسان صنعت استفاده شد. پنج مرحله اساسی که در مسیر پردازش یافته‌ها از آن‌ها استفاده شد عبارت بودند از: انتخاب نمونه‌ها، گردآوری داده‌ها، نظم‌بخشی به یافته‌ها، تجزیه و تحلیل یافته‌ها و ایجاد نظریه (استراوس و کوربین^۲، ۲۰۱۱، ۱۲).

با توجه به ماهیت اجرایی کار برای انجام دادن مصاحبه میدانی، اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان دکتری و ارشد رشته مدیریت ورزشی دانشگاه دارای تجربیات مرتبط با موضوع، شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد ورزشی و غیرورزشی (عمدتاً مدیران ارشد) و کارشناسان صنعت جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند. در ادامه برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند و به صورت گلوله‌برفی^۳ استفاده شد. در بررسی روایی و پایایی پژوهش‌های کیفی، پژوهشگر ضمن حضور در عرصه، داده‌های جمع‌آوری شده را از راه‌های مختلف با یکدیگر مقایسه می‌کند. بررسی و مقایسه مکرر داده‌ها به تأیید و افزایش روایی آن‌ها کمک می‌کند. احتمال اندک وجود دارد که دو نفر بتوانند به نظریه واحد برسند؛ با این حال فقدان تکرارپذیری انتقاد واردی به گراندد تئوری نیست؛ زیرا هدف نظریه‌پردازی ایجاد منظر و دیدگاه جدید درباره یک وضعیت است. به علاوه نظریه‌هایی که در عرصه علوم انسانی و رفتاری ارائه می‌شوند، در طول زمان اصلاح‌شدنی و تعدیل‌شدنی هستند؛ به همین دلیل

-
1. Grounded Theory
 2. Strauss & Corbin
 3. Snowball Sampling

پژوهشگران کیفی به جای واژه «اعتبار و روایی» از واژه‌های «مقبولیت»^۱، «انتقال‌پذیری»^۲ و «تأییدپذیری»^۳ استفاده می‌کنند که در این پژوهش تلاش شد همه موارد رعایت شود (بتینی و پارکر^۴، ۲۰۰۹؛ بازرگان، ۲۰۱۴، ۹۵).

اغلب مطالعات الگوی کدگذاری پارادایمی را برای تحلیل داده‌های حاصل از گراند تئوری معرفی می‌کنند که در قالب فرایند کدگذاری سیستماتیک^۵ شامل سه مرحله کدگذاری باز^۶، کدگذاری محوری^۷ و کدگذاری انتخابی^۸ به ایجاد این الگو منجر می‌شود. در کدگذاری باز، پژوهشگر با ذهنی باز به نام‌گذاری مفاهیم می‌پردازد. در مرحله بعد که «کدگذاری محوری» نامیده می‌شود، فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده از حالت کاملاً باز خارج می‌شود و شکلی گزیده به خود می‌گیرد. سومین مرحله شامل کدگذاری انتخابی یا گزینشی است. در این مرحله پژوهشگر به تکوین نظریه‌ای درباره رابطه میان مقوله‌های به دست آمده در الگوی کدگذاری محوری می‌پردازد. در حقیقت، این مرحله فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود نظریه است. در نهایت، با استفاده از تحلیل داده‌پردازی بنیادی داده‌ها، عمل تلخیص، دسته‌بندی و نتیجه‌گیری از یافته‌ها انجام می‌شود. در این روش، تصمیم‌های خاص نمونه‌برداری در خلال پژوهش شکل می‌گیرد و مستلزم جمع‌آوری و تحلیل هم‌زمان و زنجیروار داده‌هاست (استراوس و کوربین، ۲۰۱۱، ۱۲). معیار قضاوت درباره زمان توقف نمونه‌برداری نظری، «کفایت نظری» مقوله‌ها یا نظریه‌هاست؛ یعنی اطمینان حاصل می‌شود که هیچ چیز در یک مقوله باقی نمانده و به کفایت رسیده است (بازرگان، ۲۰۱۴، ۹۵). بدین منظور پژوهشگر با اجرای مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، ضمن معرفی الگوی مدنظر به اجرای مصاحبه با گروه‌های نمونه می‌پردازد که در ادامه به کدگذاری و استخراج نتایج منجر خواهد شد.

نتایج

نتایج ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های کیفی پژوهش نشان داد که تعداد مصاحبه‌شوندگان ۱۶ نفر بود که همه آنان مرد (۱۰۰ درصد) بودند. حوزه فعالیت نمونه‌های پژوهش ۴۳/۷۵ درصد (هفت

1. Credibility
2. Transferability
3. Dependability
4. Pitney & Parker
5. Coding Systemat
6. Open Coding
7. Axial Coding
8. Selective Coding

نفر) مدیران صنایع و شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، ۳۷/۵ درصد (شش نفر) را اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و ۱۸/۷۵ درصد (سه نفر) را دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی تشکیل دادند. براساس رهیافت سیستماتیک استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی انجام گرفت که در جدول شماره یک این فرایند کدگذاری درباره عوامل پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان آورده شده است. پس از شروع فرایند کدگذاری، کدگذاری باز با تجزیه مجموعه گردآوری شده به کوچک‌ترین جزء مفهومی انجام گرفت. در کدگذاری باز که متون مصاحبه به صورت تایپ شده بودند، بارها خوانده شد که تعداد کدها در این مرحله ۶۰۱ کد بود. در مرحله بعد گویه‌های مشابه شناسایی شدند و با عنوان مقوله‌ای فرعی (مؤلفه‌ها) طبقه‌بندی شدند. در مرحله بعد، مقوله‌های فرعی به زیرمجموعه‌های انتزاعی‌تری به نام مقوله‌های کلی (مفاهیم) دسته‌بندی شدند که با برقراری پیوند میان آن‌ها الگوی پژوهش ترسیم شد. در جدول شماره یک ابعاد و ویژگی‌ها (گویه‌ها)، مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها) و مقوله‌های کلی (مفاهیم) حاصل از کدگذاری‌ها نشان داده شده است که به دلیل حجم انبوه گویه‌ها به ذکر تعدادی بسنده شد.

جدول ۱- کدگذاری گزینشی، محوری و باز عوامل مؤثر بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در ایران
Table 1- Selective, Axial and Open Coding of Factors Affecting the Sustainability Knowledge Based Sport Companies in Iran

کدگذاری انتخابی، ابعاد و ویژگی‌ها (گویه‌ها) (Items)	کدگذاری محوری، مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها) (Components)	کدگذاری باز، مقوله‌های کلی (مفاهیم) (Concepts)
عدم شفافیت قوانین، عدم ارتباط به هم فقدان پیوسته صنعت و دانشگاه، فقدان آینده‌نگری و نقشه راه، ساختار اقتصادی معیوب، سیاست‌های کلان نظام اداری جمهوری اسلامی ایران برنامه توسعه کشور، سیاست‌ها و دستورالعمل‌های ابلاغی از سوی دولت، تسهیل ضوابط ارائه تسهیلات، حمایت دولت مبنی بر عدم خروج نخبگان از کشور، موقعیت تربیت بدنی و علوم ورزشی در کشور، جایگاه شرکت‌های دانش بنیان ورزشی در کشور، استقرار نظام تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی با تأکید بر برنامه ششم توسعه، سیاست‌های	ساختار ارتباط میان دولت و کارآفرینان، برنامه ششم توسعه، عوامل دولتی، سیاست‌های حمایتی مالی، سیاست‌گذاری همکاری بخش خصوصی و دولتی، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد Structure of the relationship between government and entrepreneurs, Sixth Development Plan, government agents, financial support policies, public-private partnership	عوامل ساختاری و دولتی، سیاست‌های مالی، ایجاد و توسعه پایگاه‌های علم و فناوری ورزشی Structural and Governmental factors, fiscal policies, creation and development of sports science and technology databases

شرایط علی (Main Factors)

policy, science and technology parks, growth centers

بومی‌سازی محصولات و فناوری‌های ورزشی وارداتی، مشوق‌های مالیاتی، بیمه‌ای، گمرکی، افزایش اطمینان مردم جهت خرید محصولات دانش بنیان ایرانی، دولت در جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، اجبار صنایع بزرگ دولتی به خرید از شرکت‌های دانش بنیان، اجبار صنایع بزرگ دولتی به خرید از شرکت‌های دانش بنیان، حمایت از تحقیق و توسعه و نوآوری توسط دولت، ثبات سیاست‌ها و قوانین حمایتی از شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، تشویق و ترغیب مخترعان و کارآفرینان و توجه به خصوصی‌سازی/ سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر، بودجه‌های دولتی، گردش مالی سالانه شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، دسترسی به سرمایه‌های ریسک‌پذیر، سیاست‌های حمایتی مالی، نظام بانکی مناسب، تخصیص بودجه مناسب و تسهیل و تأمین منابع توسط دولت، ایجاد صندوق‌های حمایت از فناوری، تجاری سازی، چارچوب‌های مالی، هزینه سالیانه، توسعه مالی/ وجود محیطی برای ریسک‌پذیری و تحمل شکست، حمایت‌های مادی و معنوی پارک‌ها و مراکز رشد، اخذ پروژه‌های بزرگ صنعتی از صنایع، استقرار شرکت‌های بزرگ دانش بنیان ورزشی در پارک‌ها و مراکز رشد، همکاری لازم در عقد قرارداد با صنایع، هم‌افزایی بین شرکت‌های مستقر در پارک‌ها و مراکز رشد، منتفع شدن مسئولان پارک‌ها و مراکز رشد از سود شرکت‌های مستقر در پارک، اختصاص زمین ویژه تولید در داخل یا خارج پارک و مراکز رشد

تمرکز بر بخش R&D، خود مدیریتی افراد و تیم‌ها، پاداش در مقابل ارائه ایده، افکار و

اندیشه‌های نو، ایجاد فضای رقابت برای ارائه ایده‌های نو، ایجاد انگیزه در بین کارکنان، سازمانی انعطاف پذیر در مقابل تغییرات، پیچیدگی‌ها، شناسایی سرمایه‌های نامشهود، برون‌سپاری تولید، ریسک‌پذیری، تولید محصولات و فناوری‌های پیشرفته با همکاری سایر حوزه‌های تولید (الکترونیک، فناوری زیست، فناوری نانو، فناوری اطلاعات، آزمایشگاهی، اپتیک، مهندسی پزشکی و...)، استفاده از ظرفیت‌های مدیریتی سازمان‌ها و نهادهای ورزشی، ارتباط با سازمان‌ها و نهادهای ورزشی و حضور در شوراها و کمیته‌های آنان، رقابت در بخش بازار، تولید محصولات متنوع، برندسازی، وجود شعبه خارجی شرکت در سایر کشورها، ادغام شدن با شرکت‌های بزرگ، صادرات محصولات، استفاده از شرکت‌های خدماتی بازاریابی محصولات فناورانه، استفاده از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، استراتژی بر محور دانش، سرمایه فکری ناملموس و دانش تخصصی کارکنان، دیدگاه و چشم‌انداز دانش‌بنیان، یادگیری مستمر سازمانی (فردی و جمعی)، نقشه دانش، قابلیت تطبیق پذیری / فاصله قدرت زیاد بین مدیران و بدنه، عدم وجود معیارهای صلاحیت، وجود افراد فاقد صلاحیت، فقدان مدیریت مشارکتی در تصمیمات، بی‌تعهدی و عدم مسئولیت‌پذیری در انجام وظایف، فاصله قدرت زیاد بین مدیران و بدنه، حلقه بسته مسئولیت در میان مدیران، درگیری مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در مسائل اقتصادی، مدیریت تک بعدی، شعارگرایی افراطی، انتخاب مدیران بانوان توانمند و

مهارت‌های شرکت‌های ورزشی دانش بنیان، عوامل مالی و مدیریتی، ویژگی‌های کسب و کار، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، صنعت
 Skills of knowledge-based sports companies, financial and managerial factors, business characteristics, economic factors, political factors, industry

عوامل درون سازمانی، عوامل برون سازمانی
 internal organizational factors, external organizational factors

شرایط زمینه‌ای (Contextual Factors)

شایسته، صنایع با فناوری متوسط، اندازه‌ی بازار، سهم بازار مناسب شرکت، میزان بلوغ صنعتی که شرکت در آن فعال است، توسعه یافتگی منطقه فعالیت شرکت، ایجاد تقاضا در اثر تحریم‌ها/ شفافیت اطلاعات اقتصادی، رفع مشکلات اقتصادی و کاهش تورم، رفع مشکل مرادوات مالی بین‌المللی، نوسانات نرخ ارز، وجود تحریم‌های بین‌المللی، وجود مشکلات در مرادوات بین‌المللی، پرهیز از مسائل سیاسی و جناحی، اعتماد مسئولان صنایع به شرکت‌ها و محصولات دانش بنیان، نیاز به تغییر در صنایع بزرگ دولتی، ایجاد صنایع بزرگ اقتصادی خصوصی

شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی ملی و بین‌المللی، برگزاری نمایشگاه و همایش‌های با سطح پایین، جزیره‌ای برگزار شدن همایش‌های استارت‌آپ‌های ورزشی، نشست با سرمایه‌داران، استفاده از هیأت مؤسس با تخصص‌های مختلف، متناسب بودن تعداد هیأت مؤسس با حجم کاری، تشکیل مؤسسان بر اساس توانایی، مشاوره‌های تخصصی (اقتصادی، بازاریابی، بیمه، منابع انسانی، حقوقی) در شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، خدمات مشاوره‌ای کسب و کار در پارک‌ها و مراکز رشد، جزیره‌ای رفتار نمودن شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، هم‌ردیف سازی از اهداف و فرآیندهای کسب و کار، یکپارچگی

عملیاتی و تاکتیکی تولید کنندگان ورزشی/ بازار خارجی مناسب برای ایده‌ها و عدم وجود بازار داخلی مناسب، رکود صنعت در بازارهای داخلی، تبدیل بازار شرکت‌های دانش بنیان به بازار انحصاری، هوشمندی بازارهای خارجی، ایجاد محیطی با قابلیت

نمایشگاه شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌های ورزشی، همایش‌های ملی و بین‌المللی استارت‌آپ‌های ورزشی، متخصصان و مشاوران، یکپارچگی شرکت‌ها،

عوامل سازمانی،
عوامل محیطی
Organizational
factors,

<p>توانمندسازی صنعتی، رقابت شرکت‌ها بر سر میزان، سطح و نوع دانش موجود در آن‌ها، ایجاد محصول جدید یا ارتقای کیفیت محصولات قبلی دارای مزیت‌های رقابتی، ایجاد محیط امن و سالم برای رقابت، نقش هویت و تعهد برند بر عملکرد برند، ایجاد اعتماد و وفاداری به برندهای ورزشی داخلی، برندسازی داخلی و خارجی، ایجاد ارزش ویژه برند، ایجاد شبکه مشتریان و اعتبار بخشی به برند، آشنایی بیشتر با مشتریان حوزه ورزشی و نیازهای آن‌ها، مدیریت ارتباط با مشتری CRM، مشتری‌مداری</p>	<p>بازار و رقابت، برندسازی، مشتریان ورزشی Exhibition of knowledge-based companies and sports startups, national and international conferences of sports startups, specialists and consultants, corporate integration, market and competition, branding, sports customers</p>	<p>environmental factors</p>
<p>تولید محصول مبتنی بر محور فناوری، خلق ایده مبتنی بر فناوری، استفاده از فرصت‌های سازمانی و ورزشی در تولید محصولات فناورانه، ارزیابی از فرصت توسط تیم تحقیق و توسعه، مطالعات بازار جهت کشف ایده‌های نو، استفاده از نظرات علمی متخصصان علوم ورزشی، ایده‌پردازی و ایده‌محوری بر اساس نیازهای ورزشی کشور، تشویق تفکر و بحث‌های جمعی و کشف نظرها و افکار نو، طوفان ذهنی ایده‌ها، ارائه اندیشه‌ها، اختراعات و روش‌های بدیع و نوین، ارتباط دادن ایده‌های نو، تجربه‌ها و درس‌های یادگرفته شده از فناوری‌ها و پروژه‌های قبلی، تربیت کارشناسان دارای ایده‌های خلاق و نوآور، طراحی ایده‌های اقتصادی/آموزش به مردم و تغییر نگرش مردم به ورزش، فرهنگ‌سازی باور و پذیرش تکنولوژی و فناوری‌های جدید، اصلاح و نهادینه کردن فرهنگ کار، فرهنگ‌سازی اعتماد در بین مشتریان، جهت‌گیری برنامه‌های فرهنگی به سوی تقویت</p>	<p>خلق محصولات فناور محور، ایده‌پردازی فناورانه، فرهنگ‌سازی پژوهش، خلق محصول و ارائه خدمات مبتنی بر فرهنگ و ارزش</p>	

<p>خودباوری، احساس تعلق به هویت ملی و اسلامی، بومی‌سازی محصولات ورزشی متناسب با شرایط فرهنگی کشور، بیشینه کردن تدریجی ارزش آفرینی بومی/ فناوری اطلاعات، تعاملات آموزشی، پژوهشی و فناوری با نهادهای بین‌المللی ورزش، ارتباطات قوی با منابع برون سازمانی، ارتباط و تعاملات علمی و پژوهشی در میان کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، روابط قوی و مستمر اعضای هیأت علمی و مدیران با سازمان‌ها و برعکس در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، شبکه جهانی اینترنت، شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای و وسیع، سیستم‌های هوشمند رسانه‌ای، عدم وجود یک محیط دیجیتالی یکپارچه ورزشی در ایران</p>	<p>های اسلامی_ ایرانی، فرهنگ خلاقیت و نوآوری، بومی سازی محصولات ورزشی، فناوری، ارتباطات، رسانه ها و محیط دیجیتالی، مدارس، دانشگاه‌ها، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی</p> <p>Creating technology-based products, technological ideation, research culture, product creation and services based on Islamic-Iranian culture and values, culture of creativity and innovation, localization of sports products, technology, communication, media and digital environment, schools, universities, Institute of Physical Education and Sports Sciences</p>	<p>ایده‌محوری، عوامل فرهنگی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، سیستم آموزشی مناسب</p> <p>Ideation-oriented, cultural factors, information and communication technology, appropriate educational system</p>
<p>تسهیل تبدیل شرکت‌های زایشی دانش بنیان به شرکت دانش بنیان ورزشی، ثبات قوانین و سیاست‌های حمایتی، وجود قوانین و بسترهای لازم برای حمایت از مالکیت فکری، تسهیل قوانین و مقررات تولید، تسهیل ضوابط تدوین استاندارد محصولات ورزشی دانش بنیان جدید، رفع خلا قوانین و مقررات در حوزه فناوری‌های نوین، الزام صنایع بزرگ دولتی به خرید از شرکت‌های دانش بنیان، عدم اجرای معافیت مالیاتی در برخی از شرکت‌های دانش بنیان، یکسان نبودن ضوابط و مقررات برای همه‌ی افراد دارای ایده در حوزه ورزش، استفاده از ظرفیت‌های قانونی برنامه ششم توسعه و قوانین مرتبط با تجاری سازی/ تبدیل شدن شرکت‌های غیررسمی و مستقر در پژوهشگاه به شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، تأییدیه از</p>	<p>قوانین و مقررات اداری، ثبت شرکت‌های ورزشی دانش بنیان، ایجاد مؤسسه تخصصی مادر، منابع انسانی</p> <p>Administrative rules and regulations, registration of knowledge-based sports</p>	<p>تسهیلات و قوانین، عوامل راهبردی شرکت‌های ورزشی دانش بنیان</p> <p>Facilities and laws, strategic factors of knowledge-</p>

<p>کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش بنیان، تأییدیه از متخصصان و اساتید حوزه کارآفرینی ورزش، برنامه‌ریزی، هماهنگی و نظارت جهت توسعه فعالیت‌های فناورانه شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، شرکت‌های مستقر در پژوهشگاه، شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری و مراکز رشد، ایجاد اتاق فکر متشکل از متخصصان حوزه کارآفرینی ورزش کشور، پشتیبانی‌های سخت افزاری و نرم افزاری از شرکت‌های دانش بنیان، تهیه گزارش‌های ملی از وضعیت ورزش کشور و رصد کردن چالش‌های فرا روی آن، تشویق پژوهشگران، فناروان، کارآفرینان برتر در عرصه علوم ورزشی، رتبه‌بندی و ارزیابی متخصصان حوزه فناوری تربیت بدنی و علوم ورزشی، شناسایی و معرفی نخبگان حوزه ورزش به صنایع، برقراری نظام پیشنهادات، نیروی کار تحصیل کرده، ماهر، خلاق و نوآور، استفاده از دانشجویان فعال به‌عنوان کارآموز، قرار دادن ارزیابی‌های</p>	<p>companies, establishment of a specialized mother institute, human resources based sports companies</p>	<p></p>
<p>کیفی در دست افراد با صلاحیت/ تعامل مدارس و دانشگاه‌ها با بخش صنعت، تشکیل کانون‌های تفکر و آینده‌نگری در مدارس، تشکیل کانون‌های علمی در مدارس، ایجاد شرکت‌های زایشی در مدارس و دانشگاه‌ها، تشکیل مراکز کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها، الزام آموزش‌های کارآفرینی ورزشی در برنامه درسی دانش آموزان و دانشجویان، اصلاح نظام آموزش مدارس به سوی تقویت خودباوری، تشکیل کمیته‌های علمی در دانشگاه‌ها، تشکیل کانون‌های تفکر و آینده‌نگری در دانشگاه‌ها، تعریف و اجرای دوره‌های آموزشی تربیت بدنی با گرایش</p>	<p>جلوگیری از خروج نخبگان ورزشی از کشور، فراهم شدن فضای کسب و کار مناسب برای فارغ التحصیلان ورزشی، رشد پایدار اقتصادی، رفع نیازهای کشور در شرایط تحریم، توسعه و گسترش ورزش آموزشی، همگانی، قهرمانی، حرفه‌ای کشور، ترویج تفکر خلاق</p>	<p>اشتغال‌زایی، ثبات اقتصادی، توسعه و پیشرفت، خلاقیت و نوآوری Job creation, economic stability, development and progress, creativity and innovation</p>
<p>Preventing the departure of sports elites from the country, providing a suitable business environment for sports graduates, sustainable economic growth, meeting</p>	<p></p>	<p></p>

راهبردها (Strategies)

پیامدها (Consequences)

پژوهشگری، تبدیل همکاری دولت‌ها به همکاری دانشگاه‌ها، برقراری ارتباط نظامند مناسب دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی با پارک‌های علم و فناوری و سایر بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، ایجاد معاونت فناوری در کنار معاونت پژوهشی در دانشگاه‌ها، برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی در پژوهشگاه تربیت بدنی، برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌های بین‌المللی در پژوهشگاه تربیت بدنی، هم‌افزایی شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

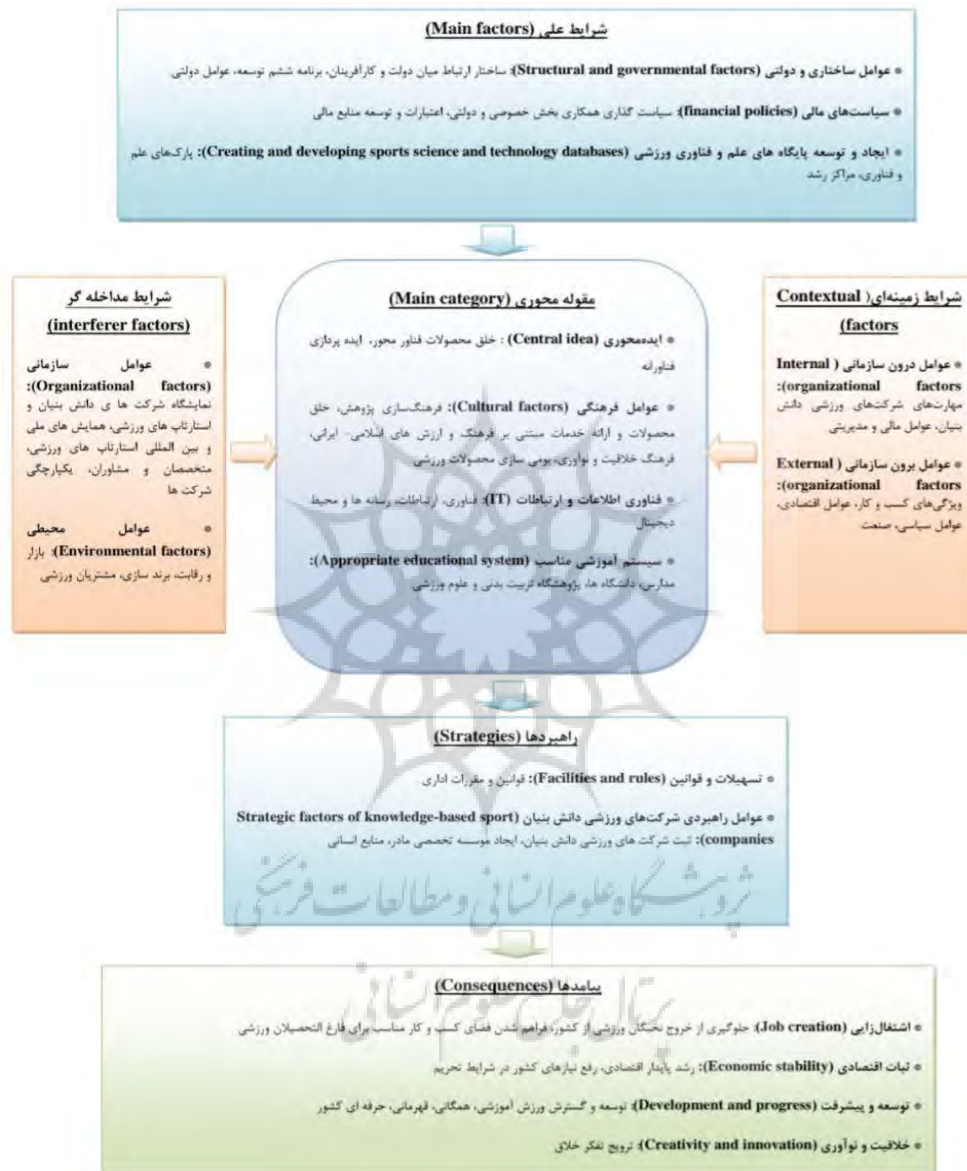
the needs of the country in the face of sanctions, development and expansion of educational sports, public, championship, professional, promoting creative thinking

به کارگیری سربازان نخبه در شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، افزایش جاذبه‌های مادی داخل کشور، تناسب بین فارغ التحصیلان نخبه با ایجاد فرصت‌های شغلی، ایجاد انگیزه در بین نخبگان کشور از طریق ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، ایجاد تسهیلات لازم برای بازگشت نخبگان، سامان‌دهی ارتباط موثر نخبگان، ایجاد امکانات مناسب علمی و تحقیقاتی برای فارغ التحصیلان ورزشی، ایجاد نظام بهره‌گیری از توان علمی و تحقیقاتی متخصصان، ایجاد انطباق تخصص و توان فارغ التحصیلان با نیازهای کشور/تولید محصولات پیشرفته با همکاری سایر حوزه‌های تولید، برنامه ریزی شرکت‌های دانش بنیان برای رشد سرمایه‌گذاری و تولید با همکاری همه صنایع، رشد تولید ناخالص داخلی، استفاده از همه ظرفیت‌های اقتصادی کشور، دانش محور شدن اقتصاد، رشد نسبی اقتصاد دانش بنیان، چند محصولی و وابسته نبودن به نفت/ توسعه علمی و پژوهشی ورزش



کشور، فراگیر شدن ورزش در جامعه (ورزش همگانی)، ارتقای کیفیت ورزش آموزشی و پرورشی، توسعه و ارتقای ورزش قهرمانی و حرفه‌ای/تبدیل نوآوری تدریجی به نوآوری رادیکال، استفاده از روش‌های نوآور و خلاق برای تأمین منابع مالی، استفاده از فرصت‌های داخلی و خارجی خلاقیت، استفاده از تکنیک‌های توسعه خلاقیت گروهی، حاکم کردن تفکر نوآوری، ابداع و خلاقیت در نظام آموزشی به جای محفوظات





شکل ۱- الگوی پارادیمی شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان پایدار در ایران
Figure 1- Paradigm Model of Sustainable Knowledge Based Sport Companies in Iran

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به گذشت بیش از یک دهه از تصویب حمایت دولتی از شرکت‌های دانش‌بنیان، پژوهش‌های جدی و جامع در حوزه ورزش انجام نگرفته است. با ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و توسعه روبه‌رشد شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، ضرورت دارد مدل جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. بر مبنای چنین مدل استراتژیک، شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان کشور خواهند توانست بدون تأثیرپذیری از شرایط محیطی حرکت توأم با موفقیت خود را استمرار بخشند؛ بنابراین در این پژوهش تلاش شد مدل مناسب شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان پایدار در ایران طراحی شود.

در مقایسه پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین می‌توان گفت مهم‌ترین و اصلی‌ترین شرایط علی اثرگذار بر پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان که همه مصاحبه‌شوندگان به آن اذعان داشتند، عوامل ساختاری و دولتی بودند که عبارت‌اند از: شفاف‌نبودن قوانین، فقدان آینده‌نگری و نقشه راه، ساختار اقتصادی معیوب کشور، موقعیت تربیت‌بدنی و علوم ورزشی در کشور، جایگاه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در کشور، ساختار ارتباط میان دولت و کارآفرینان، سیاست‌ها و دستورالعمل‌های ابلاغی از سوی دولت، تسهیل ضوابط ارائه تسهیلات، استقرار نظام تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی، حمایت کافی برنامه ششم توسعه از شرکت‌های دانش‌بنیان و غیره. این عناصر در پژوهش‌های پاپیان (۲۰۱۴)، نووا (۲۰۱۵)، رجبی (۲۰۱۷)، مارتینز و همکاران (۲۰۱۹) و سلیمانکادیوا و همکاران (۲۰۱۹) شناسایی شدند که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارند. همچنین در تأکید بر این موضوع، مندعلی‌زاده (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان کرد عوامل ساختاری، قوانین و مقررات دولتی، ارزش‌های حاکم بر جامعه در قبال ورزش نتوانسته است توسعه کسب‌وکارهای ورزشی را تحت‌تأثیر قرار دهد و این امر ممکن است به دلیل وجود خلأ قانونی و حمایت‌نکردن دولت از فعالان صنعت ورزش باشد.

همان‌گونه که در شکل شماره یک نمایش داده شده است، یکی از ضرورت‌های پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در ایران، توجه به سیاست‌های حمایتی مالی، سیاست‌های همکاری بخش خصوصی و دولتی و ایجاد و توسعه پایگاه‌ها و مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری ورزشی دانش‌بنیان است که این نتایج با پژوهش‌های امینی و همکاران (۲۰۱۶)، راتن (۲۰۱۸) و وو و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد. نتایج این پژوهش کیفی بیانگر آن بود که سیاسیون، شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان را به عنوان شعار و کلام و نه صنعت مبتنی بر دانش می‌پندارند؛ از این‌رو در این مسیر از سوی مدیران وزارت‌های ورزش و جوانان، آموزش و پرورش و علوم، تلاشی کاربردی صورت نمی‌پذیرد؛ بنابراین با توجه به اهمیت سیاست‌های حمایتی دولت لازم است سیاست‌مداران و تصمیم‌گیران ارشد کشور در تدوین لوایح حمایتی از تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان، سیاست‌های حمایتی لازم را درباره مشوق‌ها، مقررات و ایجاد فضای کسب‌وکار تدوین کنند. همچنین دولت باید درباره حمایت‌های مالی

از شرکت‌های دانش‌بنیان راهبردهای مناسبی را اتخاذ کند؛ به طوری که در منحنی رشد شرکت‌ها و متناسب با هر مرحله از رشد، منابع مالی به‌موقع و آسان در اختیار آن‌ها قرار گیرد.

از نظر پاسخ‌دهندگان یکی از گره‌های اصلی بر سر راه خلق ارزش اقتصادی در ناتوانی شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های زایشی در جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی ریشه دارد. حیات شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان به خلق ثروت از فناوری بستگی دارد و درعین حال به دلیل کمبود منابع مالی برای پیشبرد برنامه‌ها، مشارکت بخش خصوصی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد؛ بنابراین در این زمینه شایسته است با ایجاد سازوکاری برای تشویق، مشارکت و اعتمادسازی بخش خصوصی اقداماتی صورت گیرد. همچنین دولت باید با ایجاد و توسعه زیرساخت‌های حمایتی لازم برای این نوع از شرکت‌ها از قبیل مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های زایشی در دانشگاه‌ها و مدارس و شرکت‌های مستقر در پژوهشگاه‌ها ریسک ایجاد و توسعه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان را کم کند. این نوع مراکز از نظر کمی و کیفی در حوزه ورزش پیشرفت چندانی نداشته‌اند، اما لازم است دولت با همکاری نهادهای وزارت ورزش و جوانان، دانشگاه‌های سطح کشور، پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم و... توجه بیشتری به آن‌ها کند و توسعه کمی و کیفی این مراکز را در دستور کار خود قرار دهد. این پژوهش در ارتباط با توسعه زیرساخت‌های سخت و همکاری سازمان‌ها به‌منظور گسترش دانش موجود با مطالعات اهراردت و ریوس (۲۰۱۶) و مارتینز و همکاران (۲۰۱۹) همسوست.

یکی دیگر از مشکلات اصلی در شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در نبود تفکر خلاق ریشه دارد. از آنجاکه این شرکت‌ها اغلب در محیط‌های به‌شدت پویا فعالیت می‌کنند، باید به‌طور مستمر به‌دنبال خانواده جدیدی از ایده‌های نوآورانه، فرایندها و محصولات نوین باشند. همچنین لازم است مدیران شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان ارتباطات، آگاهی از وضعیت بین‌المللی حوزه علم و فناوری، ایجاد شرکت‌های زایشی در مدارس و دانشگاه‌ها، تعامل مستمر با بخش آموزشی ملی و بین‌المللی، فرهنگ‌سازی پژوهش، خلاقیت، نوآوری و بومی‌سازی محصولات ورزشی متناسب با فرهنگ کشور برای فعالیت‌های تجاری این شرکت‌ها را مدنظر قرار دهند؛ از این‌رو لازم است شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان با شرکت در دوره‌های آموزشی ملی و بین‌المللی مهارت‌های خود را ارتقا دهند و به ویژگی‌های کسب‌وکار در این حوزه توجه کنند. همسو با نتایج این پژوهش، مطالعات به توسعه همکاری بین دولت و دانشگاه‌ها در آموزش پژوهشگران و ایجاد فرهنگ علمی و فنی قوی (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۹)، تبدیل ایده خلاق به عمل و ایجاد بازارهای بین‌المللی جدی (راتن، ۲۰۱۸)، کنترل و ارزیابی بر محور دانش، برنامه‌ریزی، خلاقیت و نوآوری (پاپیان، ۲۰۱۴) به‌عنوان مهم‌ترین منابع مؤثر در ایجاد، توسعه و

پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرده‌اند. همچنین اسکات^۱ (۲۰۱۳) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که رسانه‌ها با آگاهی‌بخشی به افراد جامعه سطح دانش آن‌ها را افزایش می‌دهند و این به تغییر نگرش افراد منجر می‌شود. اگر رسانه‌ها به صورت کارشناسی تهیه شوند، این امر موجب جذب مشارکت و ارتقای سطح آگاهی مشتریان و مخاطبان ورزشی می‌شود. در این راستا نقش بسزای رسانه‌ها را در ترویج فرهنگ خرید محصولات بومی شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان نباید از نظر دور داشت.

از جمله شرایط زمینه‌ای (بسترساز) پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، مهارت‌های شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، عوامل مالی، مدیریتی، ویژگی‌های کسب‌وکار و تأثیرات عوامل سیاسی و اقتصادی کشور بود. هم‌راستا با نتایج این پژوهش، امینی و همکاران (۲۰۱۶)، رو و همکاران (۲۰۱۹) و سلیمانکادیوا و همکاران (۲۰۱۹) نیز یکی از عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان را عوامل سیاسی، اقتصادی و انتخاب مدیران توانمند ذکر می‌کنند. یکی از معضلاتی که در پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد، انتخاب اعضای هیئت‌علمی به‌عنوان مدیر شرکت دانش‌بنیان ورزشی است. از آنجاکه اعضای هیئت‌علمی دانش و تجربه کافی در حیطه بازار و رقابت‌های محیطی ندارند، این امر به شکست شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان منجر خواهد شد. همچنین تشکیل نمایشگاه‌ها و برگزاری همایش‌های استارت‌آپ‌های ورزشی به صورت متمرکز و منظم، بررسی و برگزاری کنفرانس‌ها و دوره‌های بین‌المللی و الگوگیری در این زمینه، توجه به نیازها، خواسته‌ها و تقاضاهای مشتریان ورزشی و برندسازی می‌تواند در موفقیت بیشتر شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان مؤثر باشد. در این راستا رجبی (۲۰۱۷) نیز در مطالعه خود عامل تقاضا را از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان به شمار آورده است. استفاده از متخصصان و مشاوران حوزه‌های مختلف در شرکت‌ها، یکپارچگی عملیاتی و تاکتیکی تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات ورزشی با ایجاد هم‌افزایی بین شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، استفاده مکمل از محصولات سایر شرکت‌ها و ایجاد ارزش ویژه برند داخلی، از دیگر لازمه‌های رسیدن به شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان پایدار است. نتایج پژوهش حاضر در این زمینه با نتایج مطالعات فلوریو و سیرتوری (۲۰۱۶)، استج اسکال و همکاران (۲۰۱۸) و مانسوری و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

از نظر پاسخ‌دهندگان یکی از گره‌های اصلی بر سر راه تعامل و هم‌افزایی شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در ناتوانی در جلب همکاری اعضای هیئت‌علمی و همکاری دانشگاه‌ها ریشه دارد که در این مورد ایجاد مؤسسه تخصصی مادر در حوزه دانش‌بنیان ورزشی می‌تواند سودمند باشد. همچنین با حمایت‌های مدیران می‌توان با تسهیل قوانین و مقررات اداری، پرورش و استفاده از نیروی منابع انسانی متخصص

1. Scott

در حوزه کارآفرینی ورزش به‌عنوان عنصر کلیدی در سیستم دانشی، ثبت رسمی شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی و تسهیل در دادن مجوز به شرکت‌های دانش‌بنیان و جلوگیری از جزیره‌ای عمل کردن استارت‌آپ‌های ورزشی به اصلاح ساختار شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی اقدام کرد. در این راستا خیاطیان و همکاران (۲۰۱۵)، کاسچینگ و همکاران (۲۰۱۶) و سلیمانکادیوا و همکاران (۲۰۱۹) نیز نشان دادند که منابع انسانی متخصص به‌عنوان عنصر کلیدی شرکت‌های دانش‌بنیان اهمیت دارند. نکته دیگر اینکه با وجود تحریم‌های بین‌المللی و وجود مشکلات در مراودات بین‌المللی می‌توان با ارائه تسهیلات بیشتر، فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب و... انگیزه استفاده از تحریم به‌عنوان فرصت برای تولید بیشتر محصولات ورزشی فناورانه داخلی در مدیران ایجاد کرد. رجبی (۲۰۱۷) نیز در بررسی‌های خود بر اهمیت نقش تحریم و عوامل سیاسی در پایداری شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان تأکید کرده است. با توجه به اینکه عامل اصلی ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان، فرد نخبه و فناور است و به دلیل نبود حمایت‌های کافی مسئولان کشور در سال‌های گذشته، شاهد خروج نخبگان از کشور هستیم؛ بنابراین در صورت حمایت دولت، ایجاد، توسعه و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش و سایر رشته‌ها و ایجاد ارتباط بین نخبگان صنایع مختلف، نیروهای نخبه و فناور توان علمی خود را صرف تولید محصولات و خدمات با سطح فناوری بالا کنند تا هم خود و هم جامعه منتفع شود و بدین صورت از خروج نخبگان از کشور جلوگیری می‌شود. از این طریق راه رسیدن به اشتغال‌زایی در حوزه ورزش، ارائه خدمات و محصولات بهتر به جامعه، رشد پایدار اقتصادی و رفع نیازهای کشور در شرایط تحریم و کمک به دولت، خلاقیت و نوآوری و درنهایت توسعه و گسترش همه‌جانبه ورزش کشور را هموار کنیم.

همچنین براساس یافته‌های پژوهش به مدیران شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم و سایر نهادهای مسئول در حوزه ورزش پیشنهاد می‌شود با توجه به مدل طراحی شده در این پژوهش، به بازنگری چشم‌انداز، راهبردها، سیاست‌ها، برنامه‌ها، طراحی و اجرای نظام‌های مناسب در راستای پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان اقدام کنند. همچنین با توجه به اینکه در زمینه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان تاکنون به این موضوع پرداخته نشده است، نتایج این پژوهش می‌تواند گسترش و توسعه مفاهیم نظری درباره ایجاد، توسعه و پایداری شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان را فراهم آورد و پایه‌ای برای موضوعات پژوهشی در این زمینه باشد تا گامی مؤثر در جهت توسعه ورزش قهرمانی، همگانی، آموزشی، تفریحی، توسعه پایدار اقتصاد کشور در وضعیت تحریم، افزایش ثروت ملی و سرمایه‌های اجتماعی با کاهش وابستگی بودجه و ثروت ملی کشور به درآمدهای نفتی و مدیریت هدفمند درآمدهای حاصل از شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان، ارتقای سطح اعتماد و رضایتمندی عمومی کشور و به تبع آن، داشتن جامعه‌ای سالم و متکی به خود برداشته شود.

تقدیر و تشکر

از تمامی مشارکت‌کنندگان و صاحب‌نظران این حوزه در پروسه پژوهش کمال قدردانی را داریم.

References

1. AL-Ashaab, A., Molyneaux, M., Brunner, B., Martinez, E., Moliner, F., Santamaria, V., ..., & Knight, G. (2012). Knowledge-based environment to support product design validation. *Knowledge-Based Systems*, 62(2), 48-60.
2. Amini, E., Bani Asadi, M., Khatami, M., & Vahidi, H. (2016). Factors influencing the development of knowledge base companies. *Journal of Technology Growth*, 48(3), 22-28. (in Persian).
3. Babakhanian, M. (2014). Designing a conceptual model for the creation of knowledge-based companies. M. (Unpublished master's thesis). Tehran, Iran. (In Persian).
4. Bazargan, A. (2014). An introduction to qualitative and mixed research methods: A conventional approach in the behavioral sciences. Tehran: Didar Publications. (in Persian).
5. Carayannis, E. G., Ferreira, J. M., Jalali, M., & Ferreria, F. (2018). MCDA in knowledge-based economies: Methodological developments and real world applications. *Technological Forecasting and Social Change*, 131, 1-3.
6. Chouikha Zouari, M. B., & Dhaou Dakhli, S. B. (2018). A multi- faceted analysis of knowledge management systems. *Procedia Computer Science*, 138, 646-654.
7. Eugenio, L., Damian, C., Tomás, B., & Santiago, M. (2016). Classification of micro, small and medium enterprises (M-SME) based on their available levels of knowledge. *Technovation*, 47(3), 59-69.
8. Erhardt, N., & Martin- Rios, C. (2016). Knowledge management systems in sports: The role of organisational structure. *Journal of Information & Knowledge Management*, 15, 1-21.
9. Erickson, G. S., & Rothberg, H. N. (2015). Knowledge asset in services across industries and across time. *Investigaciones en Europa*, 21, 58-64.
10. Florio, M., & Sirtori, E. (2016). Social benefits and costs of large-scale research infrastructures. *Technological Forecasting and Social Change*, 112(2), 65-98.
11. Farahani, A., Keshavarz, L., & Marvi Esfahani, N. (2018). Analysis of crisis factors in public sport. *New Approaches to Sport Management*, 6(21), 51-67. (In Persian).
12. Hector, M., Campos, G., & Haces, A. (2014). Towards a theory for strategic posture in new technology-based firms. *Journal of Technology Management & Innovation*, 9(2), 77-85.
13. Khaiatian, M., Tabatabaian, H., Amiri, M., & Eliasi, M. (2015). Content analysis of knowledge-based companies. *Organizational Resource Management Research*, 5, 21-47. (In Persian).
14. Kaschig, A., Maier, R., & Sandow, A. (2016). The effects of collecting and connecting activities on knowledge creation in organizations. *Journal of Strategic Information Systems*, 25, 243-258.

15. Martins, V. W. B., Rampasso, I. S., Anholon, R., Quelhas, O. L. G., & Leal Filho, Q. (2019). Knowledge management in the context of sustainability: Literature review and opportunities for future research. *Journal of Cleaner Production*, 229, 489-500.
16. Mandalizadeh, Z. (2017). The role of institutional factors in the development of sports businesses. Paper presented at the 10th International Conference on Physical Education and Sport Sciences, (in Persian).
17. Mansoori, Y., Karlsson, T., & Lundqvist, M. (2019). The influence of the lean startup methodology on entrepreneur-coach relationships in the context of a startup accelerator. *Technovation*, 84, 37-47.
18. Nova, J. (2015). Developing the entrepreneurial competencies of sport management students. *Social and Behavioral Sciences*, 174, 3916-3924.
19. Papian, N. (2014). Designing and explaining the model of knowledge based organization in national media. (Unpublished doctoral dissertation). Payame Noor University Center for Graduate Studies, Tehran, Iran. (in Persian).
20. Pitney, A., & Parker, J. (2009). Qualitative research in physical activity and the health professions. Champaign, Human Kinetics.
20. Ratten, V. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education training*, 60, 490-499.
21. Rajabi, B. (2017). Presenting a knowledge-based startup sustainability model with a business environment approach (Unpublished doctoral dissertation). Mazandaran University, Mazandaran, Iran. (in Persian).
22. Stejskal, J., Hajek, P., & Prokop, V. (2018). Collaboration and innovation models in information and communication creative industries: The case of Germany. *Journal of Information and Communication Technology*, 17 (1), 191-208.
23. Suleimankadieva, A. E., Pilipenko, V. I., & Sagi, J. (2019). Knowledge-company approaches to assessing new knowledge and representation it to society. *Procedia Computer Science*, 150, 730-736.
24. Scott, W. R. (2013). Institutions and organizations. interests, and identities. Sage Publications, 18(5), 1-22.
25. Strauss, A., & Corbin, J. (2011). Principles of qualitative method (B. Mohammadi, Trans). Tehran: Research Institute Publications.
26. Venkitachalam, K., & Willmott, H. (2017). Strategic knowledge management insights and pitfalls. *International Journal of Information Management*, 37, 313-316.
27. Villasalero, M. (2017). A resource-based analysis of realized knowledge relatedness in diversified firms. *Journal of Business Research*, 71, 114-124.
28. Wu, K. J., Gao, Sh., Xia, L., Tseng, M. L., & Zhang, Z. (2019). Enhancing corporate knowledge management and sustainable development: An inter_ dependent hierarchical structure under linguistic preference. *Conservation and Recycling*, 146, 560-579.
29. Westerberg, K., Hjelte, J., Brannstrom, J., & Hyvonen, U. (2011). The meaning of knowlegde- based organization in Swedish municipal elderly care. *Social Work Education*, 30, 1-23.

استناد به مقاله

پیرجمادی، سحر؛ هنری، حبیب؛ کارگر، غلامعلی؛ و شعبانی‌بهار، غلامرضا. (۱۴۰۰). طراحی مدل شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان پایدار در ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳(۶۶)، ۱۷۰-۱۴۱. شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2019.7752.2683

Pirjamadi, S; Honari, H; Kargar, Gh; & Shabani Bahar, Gh. (2021). Designing the Model of Sustainable Knowledge Based Sport Companies in Iran. Sport Management Studies, 13(66), 141-170. (In Persian). DOI: 10.22089/smrj.2019.7752.2683

