

Research Paper

**Designing a Quality Model of Factors Affecting the
Development of Sports Knowledge-Based Companies**

**Haleh Hamidpour¹, Mohammad Hassan Ferdowsi², Amir
Nadri³, Mohsen Esmaeili⁴**

1. Ph.D. Student, Department of Physical Education and Sports Sciences, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran
2. Assistant professor, Sport Management department, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding Author)
3. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Izeh Branch, Islamic Azad University, Izeh, Iran
4. Assistant Professor in Sport Management, Sport Sciences Research Institute, Tehran, Iran

Received: 2021/04/24

Accepted: 2021/09/13

Abstract

This study aimed to provide a qualitative model of factors affecting the development of sports knowledge-based companies. The research method is qualitative and based on data theorizing of the foundation. The statistical population included faculty members, Ph.D. students in sports management, and managers of knowledge-based companies, science and technology parks, sports and non-sports growth centers. This study used the purposive, snowball sampling method. 14 in-depth and semi-structured exploratory interviews were conducted until the stage of theoretical saturation. Data analysis was performed by Strauss and Corbin (1998). By using the open coding technique, 205 initial concepts were identified. By categorizing these concepts, 86 subcategories were formed. In the axial coding phase, the final 28 categories were integrated into a data-based paradigm model. In the form of a paradigm model, causal conditions (trained workforce, entrepreneurial sports opportunity, personal characteristics, financial resources, environmental relations), underlying factors (public culture, administrative system, economic, political, university conditions), interventional factors (nature of sports industry, sports disorder of the country, target market situation, business environment, production, and technical capability), strategies (globalization, transfer of clubs to the private sector, reform of laws, empowerment of science and technology parks, promotion

-
1. Email: halehamidpor91@gmail.com
 2. Email: mh.ferdowsi@pnu.ac.ir
 3. Email: nadrilakestani@gmail.com
 4. Email: m_smaeili2006@yahoo.com



of marketing and branding capabilities), and outcomes (sustainable development, development of the country's sports industry, economic growth) were identified. It is suggested that by introducing and guiding physical education graduates and sports coaches to growth centers and science and technology parks and attracting government support, the development of sports knowledge companies be provided so that with the development of the sports industry, the country's economic growth also be upgraded.

Keywords: Sports Companies, Knowledge-Based, Science and Technology Park, Growth Centers, Development.

Extended Abstract

Background and Purpose

The impact of knowledge as a vital factor in innovation and production process has led to the emergence of knowledge-based technology in the field of entrepreneurship (Kabir, 2019, Geiger, 2018). Establishment of knowledge-based companies in science and technology parks to commercialize ideas is the first serious measures that have been taken in the country in order to implement the transformation of innovations into technology (Mirghfour, 1397). Mohammad Kazemi (2014) found that business opportunities in the sports industry with a technology approach are the three main groups of service opportunities, creation, sales and marketing. Factors of depoliticization, effective and efficient management, human resources development, infrastructure upgrade and development of standard sports spaces, design of talent identification system, reform of structure, commercialization, privatization and establishment of sports industry development mechanism are the most effective components in the development of Iran's sports industry (Salehipour, 1397). Therefore, by identifying and modeling the factors affecting the development of sports knowledge-based companies, the components that cause the development of sports knowledge-based companies can be introduced.

Materials & Methods

Presenting a qualitative model of factors affecting the development of sports knowledge-based companies, the research method is qualitative and based on grounded theory. From the text of semi-structured interviews were conducted with 14 experts including university professors, Ph.D. graduates in sports management, managers of sports-based companies, start-ups, science and technology parks, and growth centers. The sampling method was non-random and aimed at reaching the theoretical saturation point. In this study, the systematic approach and model of Strauss-Corbin (2011) were used. Interview sessions were conducted by telephone or e-mail with the interviewee. At this stage, the 159 open-source codes extracted



from the interviews became 86 core research codes at a higher level of abstraction. The integration of this category was presented in the form of 28 selected research codes. After collecting the data, the coding step was performed using data grounded theory and open coding, axial and selective coding using MAXQDA Pro12-3 software. Validity and reliability of research tools were used through the experts' opinions. The face and content validity of the interview questions were confirmed by 5 experts. In the paradigm model, there are five main categories (causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, strategies and consequences) that these five categories have sub-categories as follows: causal conditions have three sub-categories (technological, educational, financial), background conditions with four sub-categories (cultural, administrative system, economic and political, scientific), intervention conditions with four sub-categories (production and technical capability, target market situation, the nature of the sports industry and business environment), strategies with four sub-categories (globalization, privatization, empowerment, and regulation), and consequences with three sub-categories (sustainable development, sports industry development, and economic growth). Besides, 86 initial propositions or codes with a total of 205 total frequencies related to interviews were obtained for each sub-category.

Findings

The results of the present study showed that each of the causal conditions, contextual conditions and intervening conditions as dimensions of development of sports knowledge-based companies affect strategies and finally, strategies affect outcomes. There are also hypotheses in the form of mediating variables. The most important, most obvious and most effective of them are the development of sports knowledge-based companies, the emulation of technology from other countries, education of sports graduates, and investment in the sector. Public-private relations, the relationship between industry and the faculty of Physical Education, emphasis on privatization, the development of knowledge-based activities in the face of sanctions and the institutionalization of professional ethics, production and technical capabilities, target market situation, the nature of the sports industry and business environment, customer needs, standardization and marketing and revenue generation, globalization, privatization, empowerment and the rules and regulations for the establishment of transnational knowledge-based companies, improving the performance of sports clubs, marketing skills and finally legal problems in the registration of sports inventions, sustainable development, the development of the sports industry and the economic growth of technological and modern services in the sports sector.



Conclusion

It is suggested that the development of sports knowledge-based companies can occur by producing content by federations, boards and sports clubs, identifying community needs and targeting the market in the development of ideas, designs and production of sports knowledge-based products. With the establishment of specialized institutes in science and technology centers, it is possible for the university to have more interaction with industry and the necessary skills for university professors and sports science students in a purposeful way in developing sports products and establishing their knowledge. The connection of Ph.D. projects in physical education and sports sciences to knowledge-based companies seems necessary for universities as they should accept Ph.D. students in physical education and sports sciences to enter this field so that the projects in this section can be done with the cooperation of the university and the support of accelerators.

References

1. Giger, M. L. (2018). Machine learning in medical imaging. *Journal of the American College of Radiology*, 15(3), 512-520.
2. Kabir, M. N. (2019). *Knowledge-based social entrepreneurship: Understanding knowledge economy, innovation, and the future of social entrepreneurship*. Cham: Springer.
3. Mirghafoori, S., Morovati sharifabadi, A., & Zahedi, A. (2018). Designing an integrated model for developing the innovation and commercialization level of Iran's knowledge-based companies. *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 7(4), 107-142. (in Persian).
4. Mohamadkazemi, R., Zaffarian, R., khodayari, A., & Javadinia, M. (2014). Identifying entrepreneurial business opportunities in sports industry with an IT approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(1), 95-112. (in Persian).
5. Rezai, S. A., & SalehiPour, M. (2019). Analysis of effective factors on the development of Iran's sports industry with a Gran-Theory approach *Human Resource Management in Sport Journal*, 6(1), 89-107. (in Persian).
6. Strauss, A., & Corbin, J. (2011). *Principles of qualitative method*. Translated by Buick Mohammadi. Research Institute Publications. (in Persian).



طراحی مدل کیفی عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی

هاله حمیدپور^۱، محمدحسن فردوسی^۲، امیر ندیری^۳، محسن اسمعیلی^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد ایذه، دانشگاه آزاد اسلامی، ایذه، ایران

۴. استادیار مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۴

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه مدل کیفی عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی انجام شد. روش پژوهش از نوع کیفی و مبتنی بر نظریه پردازی داده‌بنیاد بود. اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد ورزشی و غیرورزشی جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند. روش نمونه‌گیری در ابتدا هدفمند و در ادامه گلوله‌برفی بود. چهارده مصاحبه اکتشافی عمیق و نیمه‌ساختاریافته اجرا شد و تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش استراوس و کوربین (۱۹۹۸) صورت گرفت. با استفاده از تکنیک کدگذاری باز، ۲۰۵ مفهوم اولیه تعیین شد. با دسته‌بندی این مفاهیم، ۸۶ مقوله فرعی شکل گرفت. در مرحله کدگذاری محوری، ۲۸ مقوله نهایی در قالب مدل پارادایمی داده‌بنیاد یکپارچه شد. در قالب مدل پارادایمی، شرایط علی (نیروی کار آموزش‌دیده، فرصت کارآفرینانه ورزشی، ویژگی‌های فردی، منابع مالی، ارتباطات محیطی)، عوامل زمینه‌ای (فرهنگ عمومی، نظام اداری کشور، شرایط اقتصادی، سیاسی، دانشگاه‌ها)، عوامل مداخله‌گر (ماهیت صنعت ورزش، نابسامانی ورزش کشور، وضعیت بازار هدف، فضای کسب‌وکار، توانمندی تولیدی و فنی)، راهبردها (جهانی‌سازی، واگذاری باشگاه‌ها به بخش خصوصی، اصلاح قوانین، توانمندسازی پارک‌های علم و فناوری، ارتقای توانمندی بازاریابی و برندسازی)، پیامدها (توسعه پایدار، توسعه صنعت ورزش کشور، رشد اقتصادی) شناسایی شدند. پیشنهاد می‌شود از طریق آشناسازی و هدایت فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی و مربیان ورزشی

1. Email: halehamidpor91@gmail.com

2. Email: mferdowsi1359@gmail.com

3. Email: nadrilakestani@gmail.com

4. Email: m_smaeili2006@yahoo.com



به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و جلب حمایت دولت، موجبات توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی فراهم شود تا از این رهگذر با توسعه صنعت ورزش رشد اقتصادی کشور نیز ارتقا یابد.

واژگان کلیدی: شرکت‌های ورزشی، دانش‌بنیان، پارک علم و فناوری، مراکز رشد، توسعه.

مقدمه

تأثیر دانش به‌عنوان عامل حیاتی در نوآوری و فرایند تولید محصول باعث ظهور فناوری مبتنی بر دانش در حوزه کارآفرینی شده است (کابیر^۱، ۲۰۱۹؛ گیگر^۲، ۲۰۱۸، ۵۱۲). با تغییر الگوی اقتصاد مبتنی بر تولید انبوه به اقتصاد مبتنی بر دانش، تولید سرمایه از طریق دانش به‌منزله مزیتی رقابتی و یک شاخص مؤثر در توسعه همه‌جانبه نیز تغییر کرده است. این تغییر رویکرد در دیگر عوامل مرتبط با اقتصاد از جمله فناوری، خدمات، صنعت و کارکرد آن‌ها سبب تغییراتی بنیادین می‌شود. همین مسئله اصطلاحات و فرایندهایی را با عنوان «اقتصاد دانش‌محور» و به تعبیر دیگر، «اقتصاد دانش‌بنیان» در جهان کنونی مطرح کرده است؛ بنابراین پیرو اهمیت یافتن اقتصاد دانش‌بنیان، شرکت‌هایی که بر پایه دانش تشکیل می‌شوند و به عبارتی دانش‌بنیان هستند، اهمیت بسیاری در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به دست می‌آورند؛ از این رو دانش، نقش اصلی را در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، رشد اقتصادی و توسعه همه‌جانبه در جوامع امروزی ایفا می‌کند (رومزی، حسین پور و نصیری، ۲۰۱۸، ۱۱۹). مشکلات اقتصادی به ویژه در بخش تولید و درآمد از جمله مسائل مهمی است که انسان همواره با آن‌ها روبه‌روست و ثمره هر نظام اقتصادی، تولید و به‌تبع آن مصارف کالاها و خدمات است که متداول‌ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک جامعه به شمار می‌رود (ویکner و باسکستراند^۳، ۲۰۱۸، ۳). در سال‌های اخیر شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان یکی از مولدین کارآفرینی و توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته قلمداد می‌شوند. امروزه با رشد و توسعه پژوهش‌های آکادمیک در حوزه فناوری‌های نوین، رویکردی جدید در انتقال تکنولوژی از بخش آکادمیک به بخش صنعتی به وجود آمده است. خیاطیان و طباطباییان (۲۰۱۵، ۳۸) طی تحلیل ویژگی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان، شش ویژگی شامل جدی بودن فناوری، جوان بودن شرکت‌ها، اندازه شرکت، استقلال شرکت‌ها، ویژگی

1. Kabir
2. Giger
3. Wikner & Backstra
4. Pilt & Ander Carlio
5. Low



مؤسسان و سرمایه انسانی را ذکر کردند. امینی، بنی‌اسدی، حاتمی و وحیدی (۲۰۱۶، ۲۲) در پژوهشی 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 آن‌ها، عوامل فناوری، اقتصادی و قانونی سه عامل اصلی و تأثیرگذار هستند. در همین راستا، در شرکت‌های دانش‌بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد؛ یعنی دستاوردهای تحقیق و توسعه به‌طور پیوسته از طریق سرمایه‌گذاری به محصول، فرایند و سیستم‌ها نوین تبدیل می‌شوند و دسترسی به ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره‌برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی است (پیلت و اندرکارلیو، ۲۰۱۶، ۱۱۳). به‌طور کلی، شرکت‌های دانش‌بنیان با محوریت تولید دانش و با تکیه بر نوآوری فناورانه و تجاری‌سازی شکل می‌گیرند و تولید ثروت و کارآفرینی هدف اصلی این شرکت‌هاست (لو، ۲۰۱۶، ۶۴۱). محمدکاظمی و زعفریان (۲۰۱۴، ۹۵) در پژوهش خود نشان دادند که فرصت‌های کسب‌وکار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری، سه گروه عمده فرصت‌های خدماتی، ایجاد و فروش و بازاریابی هستند. رضایی و صالحی‌پور (۲۰۱۸، ۸۹) در پژوهشی با عنوان «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت ورزش ایران» به این نتیجه رسیدند که عوامل سیاست‌زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، توسعه منابع انسانی، ارتقای زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی، اصلاح ساختار، تجاری‌سازی، خصوصی‌سازی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت ورزش، ده مؤلفه مؤثر در توسعه صنعت ورزش ایران هستند.

با رشد و توسعه پژوهش‌های آکادمیک در حوزه فناوری‌های نوین رویکرد جدید در انتقال تکنولوژی از بخش آکادمیک به بخش صنعتی به وجود آمده است. در این زمینه شرکت‌هایی با عنوان شرکت‌های انشعابی یا زایشی از دانشگاه‌ها و مؤسسات آکادمیک شکل گرفته‌اند. بدون حمایت‌های هدفمند مادی و معنوی از نخبگان و نوآوران علمی و فناوری کشور از طریق کمک برای ایجاد محصول و خدمت از دستاوردهای پژوهشی آن‌ها میسر نیست و همچنین توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی کشور اهمیت دارد؛ بنابراین شناسایی و اولویت‌بندی عوامل توانمندساز در جهت بهبود مدیریت استراتژیک شرکت‌های دانش‌بنیان مهم و ضروری است (صفری، ۲۰۱۷، ۲۱). تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک‌های علم و فناوری به‌منظور تجاری‌کردن ایده‌ها از نخستین اقدامات



جدی است که در کشور به منظور عملی شدن تبدیل نوآوری‌ها به تکنولوژی صورت گرفته است (میرغفوری و مروتی شریف‌آبادی، ۲۰۱۷، ۱۰۷). در قانون تأسیس صندوق حمایت از شکوفایی و نوآوری، شرکت دانش‌بنیان، یک شرکت یا مؤسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی پژوهش و توسعه شامل (طراحی تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده بالا تشکیل می‌شود (رمضان پورنرگسی و غفاری، ۲۰۱۵، ۷۴۹).

امروزه ورزش به‌عنوان بخشی اقتصادی چه از بعد عملی و چه تماشایی، در تولید و مصرف کالاها، خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی دارد. همان‌گونه که ورزش در توسعه انسانی نقش اساسی بر عهده دارد، در توسعه اقتصادی نیز منشأ اثر است. ظرفیت ورزش به‌واسطه کارکرد اقتصادی آن در فعالیت‌هایی نظیر تولید کالاهای ورزشی، رویدادهای ورزشی و ارائه خدمات ورزشی و رسانه‌ها برجسته می‌شود؛ به‌عنوان مثال، در انگلستان ارزش افزوده فعالیت‌های ورزشی حدود ۱/۷ درصد از تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهد که این سهم از درآمد حاصل از ورزش با درآمدهای حاصل از صنعت خودرو و صنایع غذایی مقایسه‌شدنی است (محمدی و کلاته‌سیف‌ری، ۲۰۱۹، ۶۴). با توجه به فضای حیاتی ورزش کشور که نیازمند توسعه و گسترش اشتغال در سطح عالی است، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند به‌عنوان مسئله‌ای مهم و اساسی مدنظر قرار گیرد؛ این در حالی است که شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش نتوانسته‌اند نیازهای شغلی و تجاری را به‌خوبی پاسخ دهند. توسعه‌نیافتن شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش می‌تواند به دلایل مختلف از جمله برنامه‌ریزی مناسب در این حوزه باشد (آرمان، ۲۰۱۷، ۲۵). در همین راستا احتمالاً ناآشنایی افراد درباره برنامه‌ریزی و نبود نگاه تحلیلی به حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان از علل شکست این شرکت‌هاست. از آنجا که حوزه ورزش ظرفیت‌های ویژه‌ای در گسترش و بهبود فعالیت‌های صنعتی و تجاری دارد، گروس، چادویک و برتون^۱ (۲۰۱۰، ۳۴۷) نیز در پژوهش خود تأکید کردند، انجام پژوهش‌ها درباره راهکارهای توسعه شرکت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش ضروری و مهم است. از طریق برنامه‌ریزی‌های مناسب می‌توان ظرفیت‌های این حوزه را به عمل تبدیل کرد و برای گسترش فعالیت‌های تجاری و اقتصادی در ورزش سعی کرد. توجه و اهمیت جایگاه دانش در ایجاد آگاهی درباره حل مسائل مربوط به اشتغال در میان دانش‌آموختگان ورزش و همچنین توسعه فعالیت‌های اقتصادی، تجاری و صنعتی در ورزش لازم و ضروری است؛ بنابراین استفاده از ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه

1. Gorse, Chadwick & Burton



می‌تواند دستیابی به اهداف عالی در این حوزه را تسریع کند؛ این در حالی است که در جهت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش، پژوهش‌های چندانی انجام نگرفته است و راهکارهای توانمندسازی بهبود شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی به‌ویژه در ایجاد جذابیت بازار در حوزه تولید محصولات، خدمات یا حتی واردات کالاهای ورزشی، همگی نیازمند توجه و انجام مطالعات بیشتر است. در همین راستا از نظر والیس، والمزنی، بومونت و ساتون^۱ (۲۰۲۰، ۹۱۷) ورزش به‌عنوان صنعتی رو به پیشرفت در جهان مطرح شده است که افزایش فرایندهای کارآفرینی در آن موجب ایجاد ثروت، ارزش و فرصت‌های شغلی جدیدی شده است.

کسب‌وکارهای نوپا که از آن با عناوین گوناگون همچون استارت‌آپ‌ها یاد می‌شود، مفهومی است که در کمتر از یک دهه اخیر توانسته است در دنیای کارآفرینی انقلاب بزرگ ایجاد کند و در حال حاضر فضای کسب‌وکار اغلب سازمان‌ها و شرکت‌ها به شدت تحت‌تأثیر این‌گونه از اقتصاد دانش‌بنیان قرار گرفته است (سیلیتو و براسناو^۲، ۲۰۲۱، ۱)؛ به‌طوری‌که ظهور شرکت‌هایی با عنوان شرکت‌های دانش‌بنیان به امری عادی تبدیل شده است (جعفری، ۲۰۱۶، ۳۷).

در کشورهای توسعه‌یافته، ورزش به‌عنوان ششمین صنعت درآمدزا توجه بسیاری از صاحبان ایده، کارآفرینان حوزه ورزش و مراکز شتاب‌دهنده نوآور را به خود معطوف کرده است؛ از این رو با پیشرفت‌های جدید مبتنی بر دانش و رشد استارت‌آپ‌های جهانی در حوزه ورزش روند سرمایه‌گذاری در این حوزه افزایش یافته است (هاتینک و ویچرس^۳، ۲۰۲۱، ۱). در کشور ما نیز یکی از مهم‌ترین چالش‌های صنعت ورزش در دهه اخیر، کارآفرینی فناورانه به‌واسطه استارت‌آپ‌های ورزشی است. رحیمی و احسانی (۲۰۲۰، ۴۲۱) نشان دادند، دانش بازار مبتنی بر تجاری‌سازی پژوهش‌های علوم ورزشی منبع بالقوه‌ای برای ایجاد ارزش و مزیت رقابتی در شرکت‌های نوپاست که در نهایت چنین شرکت‌هایی را توسعه می‌دهد و به بهبود وضعیت کارآفرینی مبتنی بر فناوری این شرکت‌ها و ایجاد اشتغال در حوزه ورزش کمک می‌کند. بی‌تردید با توجه به تفاوت انواع شرکت‌های دانش‌بنیان با دیگر انواع شرکت‌ها و سازمان‌ها، مشکلات و نارسایی‌های سازمانی خاصی در مسیر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی نیز وجود خواهد داشت (اسدنژاد، ۲۰۱۷، ۴۷).

1. Wallis, Walmsley, Beaumont & Sutton
2. Scillitoe & Birasna
3. Hattink & Wichers
4. Hattink & Wichers



با پیشرفت کسب‌وکارهای نوپا و سیستم استارت‌آپی در سال‌های اخیر و با توجه به حوزه‌هایی مانند ورزش که بازگشت سریع اقتصادی دارند، بسیاری از کشورها با مدل‌های کسب‌وکار جدید موفق شده‌اند، خدمات و محصولات جدیدی را با بهره‌وری بیشتر و با قیمت کمتر به مشتریان عرضه کنند. در دنیا روند روبه‌رشدی از شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی دیده می‌شود که با توجه به حل مسائل مهم زندگی امروزی، ضمن ارائه راه‌حل‌های خلاقانه مبتنی بر مدل‌های کسب‌وکار جدید، به حل این چالش‌ها کمک‌های شایان کرده‌اند. براساس آخرین آمار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره فراوانی استارت‌آپ‌های جهانی صنعت ورزش، ارائه گجت‌های بهبوددهنده فعالیت‌های ورزشی (۲۲ درصد)، آموزش و ارتقای بهره ورزشی (۱۳ درصد)، فراهم کردن تجهیزات، اماکن و کلاس‌های ویژه افراد دارای معلولیت (یک درصد)، تحلیل، مشاوره و ارائه راهکارهای بهبود به ورزشکاران (۱۱ درصد) را به خود اختصاص می‌دهد. آمار جهانی نشان می‌دهد، در سطوح ملی و بین‌المللی فرصت‌های زیادی در بخش استارت‌آپ ورزشی به‌ویژه در قسمت مدیریت ورزشی، باشگاه‌داری و تجهیزات و اماکن ویژه افراد دارای معلولیت وجود دارد؛ بنابراین شرکت‌های استارت‌آپ ورزشی در حوزه دانش‌بنیان به‌دلیل ماهیت دانش‌محور بودن، پویایی‌های رقابتی بازار و به‌وجود آمدن نیازهای جدید، نیازمند سرعت در توسعه محصولات جدید در مسیر رشد و توسعه خود هستند. با توجه به شرایط متفاوت کشور ما، باید ضمن بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش، به گسترش فعالیت‌ها و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان اقدام کرد؛ بنابراین با توجه به اهمیت موضوع، بازار رقابتی پویا و سریع در به‌وجود آمدن نیازهای جدید که همگی مستلزم به‌کار بستن دانش در صنعت ورزش است. این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ برای این سؤال است که عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی چیست؟

روش پژوهش

این پژوهش با روش کیفی و ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش انجام شد. داده‌های پژوهش از متن مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته از ۱۴ نفر از متخصصان و صاحب‌نظران شامل اساتید دانشگاه، فارغ‌التحصیلان دکتری مدیریت ورزشی، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، استارت‌آپ‌ها، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد جمع‌آوری شد. روش نمونه‌گیری به صورت غیرتصادفی و هدفمند و تا رسیدن به نقطه اشباع نظری صورت گرفت. در این پژوهش، رویکرد سیستماتیک و مدل نظام‌مند استراوس-کوربین^۱ (۱۹۹۸، ۳) استفاده شد. جلسات مصاحبه از طریق تلفن یا پست الکترونیک با

1. Strauss-Corbin

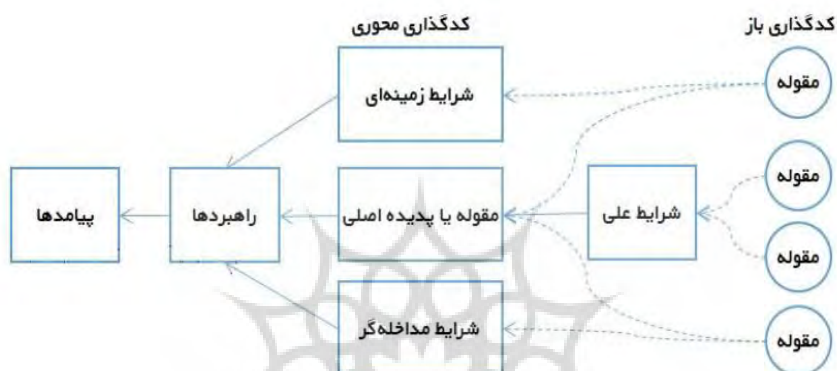


مصاحبه‌شونده انجام شد. ابتدا طی نامه‌ای شامل موضوع و هدف مصاحبه، زمان مناسب برای مصاحبه با آنان هماهنگ و تعیین شد. در مرحله بعد، ضبط و اجرای متن کامل گفت‌وگوها صورت گرفت. در این مرحله ۱۵۹ کد باز استخراجی از مصاحبه‌ها در سطحی بالاتر از انتزاع به ۸۶ کد محوری پژوهش تبدیل شد. یکپارچه‌سازی این مقوله در قالب ۲۸ کد انتخابی پژوهش ارائه شد. بعد از گردآوری داده‌ها، مرحله کدگذاری با استفاده از نظریه داده‌بنیاد^۱ و با استفاده از نرم‌افزار مکس کیو دی آی پرو^۲ ۱۲-۳ در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. در این شیوه ابتدا رمزهای مناسب به بخش‌های مختلف داده اختصاص می‌یابد که به آن کدهای اولیه گفته می‌شود. مقوله‌ها همان دسته‌بندی کدهای اولیه به هم مرتبط هستند و این دسته‌بندی به دو صورت انجام می‌شود: ابتدا چند کد اولیه در یک دسته قرار گرفته و یک نام جدید می‌گیرند و سپس چند کد اولیه زیرمجموعه یک کد دیگر قرار می‌گیرد که آن‌ها را در بر دارد؛ بنابراین مجموعه مختلفی از این کدها در کنار هم مقوله اصلی یا مقوله‌های فرعی را تشکیل می‌دهند. کدگذاری محوری پس از کدگذاری باز صورت می‌گیرد و در واقع نقش سازه را در پژوهش‌های کمی بازی می‌کند که با توجه به نظر چارمز^۳ (۲۰۰۵)، عبارت است از مجموعه‌ای از مقولات که با یکدیگر رابطه دارند و زیرمجموعه یک مقوله کلی‌تر هستند. در ادامه، به‌وسیله نرم‌افزار ذکرشده با یافتن پیوندهای میان مقوله‌ها به رمزگذاری محوری اقدام شد و در نهایت فرضیه‌ها در قالب همین مقوله‌ها تعیین شد که به آن کدگذاری انتخابی می‌گویند. در واقع، با رمزگذاری انتخابی مقوله‌ها پالایش می‌شوند و با طی این فرایند در نهایت چارچوب نظری پدیدار می‌شود (کوربین و استراوس، ۱۹۹۸). گفتنی است برای روایی و پایایی ابزار پژوهش از نظرهای خبرگان و متخصصان استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌های مصاحبه به تأیید پنج نفر از متخصصان رسید. با توجه به شکل شماره یک، پس از کدگذاری اولیه، کدگذاری باز و کدگذاری محوری براساس رویکرد داده‌بنیاد مشخص شد که کد محوری توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان پنج مقوله اصلی (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) دارد که این پنج مقوله مقولات فرعی به این ترتیب دارند: شرایط علی دارای سه مقوله فرعی (فناورانه، آموزشی، مالی)، شرایط زمینه‌ای دارای چهار مقوله فرعی (فرهنگی، نظام اداری کشور، اقتصادی و سیاسی، علمی)، شرایط مداخله‌گر دارای چهار مقوله فرعی (توانمندی تولیدی و فنی، وضعیت بازار هدف، ماهیت

1. Data Theory Foundation
2. MAXQDA Analytics Pro
3. Charmaz



صنعت ورزش و فضای کسب و کار)، راهبردها دارای چهار مقوله فرعی (جهانی سازی، خصوصی سازی، توانمندسازی و قوانین و مقررات) و پیامدها دارای سه مقوله فرعی (توسعه پایدار، توسعه صنعت ورزش و رشد اقتصادی) هستند. تعداد ۸۶ گزاره یا کد اولیه با مجموع ۲۰۵ فراوانی کلی مربوط به مصاحبه‌ها نیز برای هریک از مقولات فرعی به دست آمد.



شکل ۱- الگوی پیشنهادی بر اساس پارادایم استراوس و کوربین (۱۹۹۸)

Figure 1- Proposed Model Based on Strauss and Corbin Paradigm (1998)

در این پژوهش، براساس مکتب استراوس و کوربین (۱۹۹۸) از ابزارهای تحلیل هم‌پوشانی، تحلیل آماری، نظر خبرگان و ادبیات و دانش استفاده شد؛ بنابراین با توجه به شکل شماره یک، نتایج نشان می‌دهد که شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر به‌عنوان ابعاد توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر راهبردها اثر می‌گذارند و درنهایت راهبردها بر پیامدها اثر می‌گذارند.

نتایج

با توجه به نظریه داده‌بنیاد به تحلیل داده‌ها در قالب کدگذاری باز، محوری و انتخابی پرداخته شد.



جدول ۱- نتایج کدگذاری اولیه، کدگذاری باز و کدگذاری محوری

Table 1- Results of Initial Coding, Open Coding and Axial Coding

کدهای اولیه Basic Codes	مقولات فرعی Subcategories	مقولات اصلی Main Categories	کد محوری Axial Code
برگزاری همایش‌های ورزشی استارت‌آپی، فرصت‌های فناورانه ورزشی توسط بخش خصوصی، الگوبرداری از فناوری سایر کشورها، نیازسنجی فناورانه برای صنایع ورزشی، توسعه بخش بازاریابی و تبلیغات	فناورانه Technologically		توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی Development of Sports Knowledge-based Companies
به‌کارگیری منتورهای ورزشی، آموزش به فارغ‌التحصیلان ورزشی، انتخاب و آموزش افراد خلاق و باتجربه، تقویت واحدهای آموزشی و پژوهشی سازمان‌های ورزشی، برگزاری دوره‌های آموزشی	آموزشی Educational	شرایط علی Causal Conditions	
مقررات دست‌وپاگیر مالی برای تأسیس شرکت، ارائه تسهیلات مالی مناسب، سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی و خصوصی، جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، مشارکت با سایر شرکت‌های دانش‌بنیان	مالی Financial		
زمینه پذیرش تکنولوژی جدید، توسعه فرهنگ کار تیمی، نهادینه‌کردن فرهنگ کارآفرینی، نهادینه‌کردن اخلاق حرفه‌ای، اصلاح باور عمومی درباره تناسبات ورزشی	فرهنگی Cultural		
ثبات سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها، اجرایی‌شدن قوانین دانشی توسط وزارت ورزش، حمایت‌های دولتی، اثر تحریم بر رشد اقتصادی، توسعه دانش‌بنیان در شرایط تحریم‌ها	نظام اداری کشور The Administrative System of the Country	شرایط زمینه‌ای Background Conditions	
تأکید بر اقتصاد مقاومتی و درون‌گرا، تأکید بر خصوصی‌سازی، توسعه اقتصادی با تأکید بر دانش بومی، حمایت از سهام شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی	اقتصادی و سیاسی Economic and Political		
ارتباط صنعت و دانشکده تربیت‌بدنی، تجاری‌سازی تحقیقات ورزشی، ایجاد مراکز کارآفرینی ورزشی در دانشگاه‌ها، تدوین واحد کارآفرینی، هم‌زمانی آموزش و مهارت	علمی Academic		



توانمندی تولیدی و فنی Production and Technical Capabilities	کسب مهارت‌های تولیدی و فنی ورزشی، کسب مهارت تولید محصولات جدید ورزشی، طراحی محصول براساس نیازهای مشتریان، توسعه توانمندی‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، حمایت از استارت‌آپ‌های ورزشی	
وضعیت بازار هدف Target Market Situation	آگاهی مضرات جراحی تناسب اندام، اصلاح نگرش جامعه به ورزش، افزایش سهم ورزش در سبد خانوار، نیازسنجی بازار با توجه به بحران‌های جامعه، افزایش آگاهی مضرات توسل به دارو و دوپینگ	شرایط مداخله‌گر Interfering Conditions
ماهیت صنعت ورزش The Nature of the Sports Industry	استفاده از تکنولوژی‌های روز ورزش، استانداردسازی، بسترسازی مناسب بازاریابی و درآمدزایی، همکاری کارتل گونه، وابستگی موفقیت تجاری به موفقیت ورزشی	
فضای کسب‌وکار Business Space	افزایش قدرت ریسک ورود به صنعت ورزش، ایجاد فضای رقابتی کسب‌وکار ورزشی، حذف سیاسی‌بازی، بازاریابی و درآمدزایی، خدمات فناورانه ورزشی	
جهانی‌سازی	حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی، ارتباطات بین‌المللی در ورزش، تعرفه‌های ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان فراملیتی، عرضه محصولات دانش‌بنیان ورزشی در بازار بین‌المللی	
خصوصی‌سازی Globalization	کاهش زدوبندهای دولتی، ایجاد فضای رقابتی در بخش خصوصی، بهبود عملکرد باشگاه‌های ورزشی، تکنولوژی‌های نوین در باشگاه‌های ورزش، برون‌سپاری فعالیت‌های سازمان‌های ورزشی خصوصی	
راهبردها Strategies	بازاریابی داخلی و ابزارهای برندسازی، مهارت‌های بازاریابی، حمایت‌های مادی و معنوی پارک‌های علم و فناوری، بهره‌مندشدن مسئولان پارک از سود شرکت‌ها، ایجاد صندوق‌های حمایت از فناوری ورزشی	
توانمندسازی Empowerment	قوانین و مقررات حمایت از تولید و فناوری ورزشی، فراهم‌کردن فرصت قانونی برابر، رفع موانع تولید شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، رفع مشکلات قانونی در ثبت اختراعات ورزشی، توسعه قوانین حفاظت از دارایی‌های فکری	
قوانین و مقررات Terms and Conditions		
توسعه پایدار	توسعه پایدار اقتصادی، توسعه پایدار زیست‌محیطی، توسعه پایدار فرهنگی، توسعه پایدار اجتماعی	پیامدها Consequences

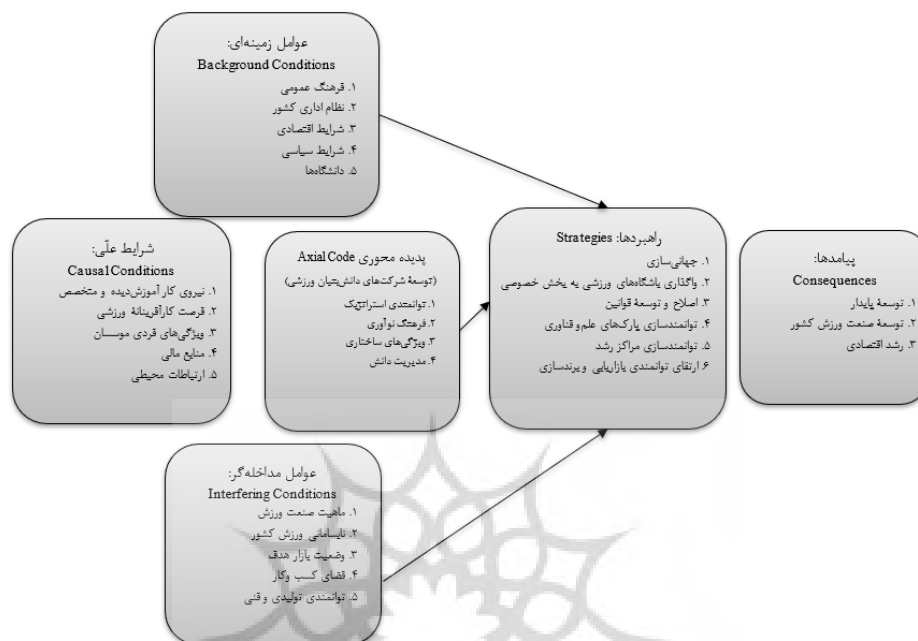


<p>خدمات فناورانه و مدرن در بخش ورزش، صرفه‌جویی در هزینه‌های ورزش حرفه‌ای کشور، افزایش سهم صنعت ورزش کشور از تولید ناخالص داخلی، بهبود عملکرد فنی بخش ورزش</p> <p>افزایش تولید ناخالص داخلی، کاهش وابستگی به کالای خارجی، پیشگیری از هزینه‌های درمانی دولت، کاهش واردات تجهیزات ورزشی و خروج ارز از کشور، کاهش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان علوم ورزشی</p>	<p>Sustainable Development</p> <p>توسعه صنعت ورزش</p> <p>Development of sports industry</p> <p>رشد اقتصادی</p> <p>Economic Growth</p>
--	---

در جدول شماره یک، کدهای اولیه، مقولات اصلی و فرعی و کد محوری مدل توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی مشخص شده است؛ به این صورت که پنج مقوله اصلی با توجه به رویکرد داده‌بنیاد شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تشکیل شدند که هر یک مقوله‌های فرعی دیگر نیز دارند که حول یک کد محوری به نام «توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی» تشکیل شده‌اند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی





شکل ۲- مدل پارادایمی پژوهش (عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی)

Figure 2 - Paradigm Model of Research (Factors Affecting the Development of Sports Knowledge-Based Companies)

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش شد مدل کیفی عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در ایران طراحی شود. در مقایسه پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین می‌توان گفت که مهم‌ترین و بارزترین شرایط علی اثرگذار بر توسعه شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان که همه مصاحبه‌شوندگان به آن اذعان داشتند، الگوبرداری از فناوری سایر کشورها، آموزش به فارغ‌التحصیلان ورزشی و درنهایت سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی و خصوصی بود. در راستای همخوانی با نتایج این پژوهش، محمدکاظمی و زعفریان (۲۰۱۴) به شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات پرداختند. رومزی و همکاران (۱۳۹۸) نیز به این نتیجه رسیدند که ارتباطات و شبکه‌های علمی مقوله‌ای بسیار مهم و اساسی در مدل ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن‌هاست و تولیدات علمی و آموزش به فارغ‌التحصیلان در ایران، به‌ویژه در علوم انسانی از کشورهای پیشرفته پایین‌تر است و فقر



تولید علم در کشور، مشکلی تاریخی، سیاسی، فرهنگی و روان‌شناختی است. در این باره می‌توان گفت، تولید علم، تولید ثروت است و با پرورش افراد فرهیخته می‌توان باعث رشد جامعه، ارزش‌ها و هنجارها را رقم زد که رسالت این حوزه است. بدین‌منظور با الگوبرداری از سایر کشورهای موفق در این زمینه و آموزش به فارغ‌التحصیلان رشته‌های مختلف ورزشی می‌توان به این موضوع مهم دست یافت. نتایج این بخش با پژوهش منصوری، وظیفه و یوسفی (۲۰۱۷) همخوانی دارد. آن‌ها دریافتند، عوامل توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در شش گروه فناوری، فرهنگی و اجتماعی، نیروی انسانی، حمایتی، عوامل مرتبط با دولت و عوامل زیرساخت‌ها طبقه‌بندی می‌شود. همچنین خانمرادی، سجادی و زرتشتیان (۲۰۲۰) در پژوهش خود، واماندگی تولیدکنندگان بزرگ ورزش، ریسک تولیدکنندگان جوان، محدودیت مشاغل ورزشی در کشور و توقف اقتصاد ورزش در سطح پژوهش را موانع تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی دانستند. در این باره می‌توان اظهار کرد، ورود به بازار کسب‌وکار در علوم ورزشی آن هم در قالب شرکت دانش‌بنیان ریسک و استرس شغلی در بین فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی به وجود می‌آورد؛ زیرا کسب‌وکار در حوزه علوم ورزشی کشور ما جایگاه تعریف‌شده‌ای ندارد و دانشجویان برای ریسک‌پذیری در ورود به این بخش آماده نشده‌اند؛ از این رو ورود شرکت‌های خصوصی و دولتی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه، ارائه تسهیلات مالی مناسب، سرمایه، جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، مشارکت با سایر شرکت‌های دانش‌بنیان برای غلبه بر این مشکلات به‌عنوان راهکار مناسب پیشنهاد می‌شود.

ازجمله شاخص‌ترین شرایط زمینه‌ای در این پژوهش، ارتباط صنعت و دانشکده تربیت‌بدنی، تأکید بر خصوصی‌سازی، توسعه دانش‌بنیان در شرایط تحریم و نهادینه‌کردن اخلاق حرفه‌ای بودند. خانمرادی و همکاران (۱۳۹۸) در نتایجی همخوان، عنوان کردند که امروزه صنعت ورزش به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و دارای سریع‌ترین رشد در بین صنایع است. همچنین محمدکازمی و همکاران (۱۳۹۳) ارتقای فرهنگ ورزشی در میان هواداران را بالاترین اولویت در فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت ورزش معرفی کردند. رومزی و همکاران (۱۳۹۸) نیز به این نتیجه رسیدند که فقر تولید علم در کشور، مشکلی تاریخی، سیاسی، فرهنگی و روان‌شناختی است و رضایی و صالحی‌پور (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت ورزش ایران» به این نتیجه رسیدند که عوامل سیاست-زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، توسعه منابع انسانی، ارتقای زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی، اصلاح ساختار، تجاری‌سازی، خصوصی‌سازی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت ورزش، به‌عنوان ده مولفه مؤثر در توسعه صنعت ورزش ایران هستند. در تبیین همخوانی یافته‌های پژوهش با نتایج پژوهش‌های مذکور، می‌توان گفت که اولین و مهم‌ترین نکته اشتغال در



حوزه صنعت ورزش، بخش صوصی است که متأسفانه در کشور ما عملکرد بخش خصوصی در حوزه ورزش موفقیت‌آمیز نبوده یا موفقیت زیادی را به دنبال نداشته است؛ بنابراین راه‌اندازی و توسعه یک تجارت ورزشی آن هم در قالب شرکت دانش‌بنیان در گام نخست نیازمند فضای خصوصی‌سازی ورزشی مناسب در کشور است. زمانی این امر مهم می‌تواند تحقق یابد که اقتصاد ورزشی جزو اولویت‌های هیئت‌دولت باشد و برنامه‌های حمایتی توسط دولت برای این بخش در نظر گرفته شود و همچنین بین نیروهای اجرایی و دانشگاهی ارتباط خوبی برقرار شود. درنهایت می‌توان گفت، با نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای و خصوصی‌سازی موفق و کارآمد و ازبین‌رفتن خلأ میان دانشگاه و نیروی اجرایی، امکان توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان حتی در زمان تحریم‌ها نیز وجود دارد. آمار و ارقام نشان از اهمیت روبه‌رشد صنعت ورزش دارد و شایان ذکر است که موفقیت‌های موجود جز با کارآفرینی و نوآوری میسر نمی‌شود. در آینده‌ای نزدیک کارآفرینی به‌عنوان رکن اصلی و اساسی، موفقیت در صنعت ورزش همه کشورها را به خود اختصاص خواهد داد و در صورت محقق‌شدن این امر مهم، صنعت ورزش از سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی برخوردار می‌شود (خانمرادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ قربانی و وحدانی، ۱۳۹۵).

مهم‌ترین شرایط مداخله‌گر در این پژوهش (توانمندی تولیدی و فنی، وضعیت بازار هدف، ماهیت صنعت ورزش و فضای کسب‌وکار)، طراحی محصول براساس نیاز مشتریان، استانداردسازی و بازاریابی و درآمدزایی بودند. بعد از مشخص‌شدن اهمیت ظرفیت‌های ورزشی و استفاده از این ظرفیت توسط کارآفرینان ورزشی به‌منظور تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان، وارد حوزه کارآفرینی ورزشی می‌شویم. در همسویی با این یافته‌ها، کوزه‌چیان، احسانی، عظیم‌زاده، کردنائیج و پیتس (۲۰۱۴) عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی را در شش مؤلفه با عناوین سیاست‌های حمایتی دولت، عوامل قانونی و حقوقی، نظام آموزشی، عوامل فرهنگی، سیاست‌های تجاری و عوامل حاکمیتی شناسایی کردند. خانمرادی و همکاران (۱۳۹۸) نیز تولیدات ورزشی، طراحی لباس ورزشی بانوان، ساخت تجهیزات ورزشی، بازاریابی ورزشی و صادرات کالاهای ورزشی را برای راه‌اندازی تجارت ورزشی عرصه مناسبی برای کارآفرینان ورزشی برشمردند که می‌توانند در قالب شرکت دانش‌بنیان مطرح شوند. در تبیین همخوانی این نتایج می‌توان گفت، برای شروع به کار و تأسیس و توسعه شرکت دانش‌بنیان باید با فرایند کارآفرینی آشنایی کافی وجود داشته باشد و با توجه به ماهیت صنعت ورزش باید محصول یا خدمات مدنظر با نوآوری ترکیب شود. توانمندی در تولید با ارائه محصولات مورد نیاز مشتری همراه با نوآوری، اصلاح نگرش جامعه به ورزش، به‌ویژه به‌عنوان



عامل مهم در کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی، بازاریابی و درآمدزایی کافی و زیاد در کنار تخصص و دانش کافی می‌تواند باعث تأسیس و در ادامه توسعه شرکت دانش‌بنیان شود.

عوامل راهبردها در این پژوهش (جهانی‌سازی، خصوصی‌سازی، توانمندسازی و قوانین و مقررات)، ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان فراملیتی، بهبود عملکرد باشگاه‌های ورزشی، مهارت‌های بازاریابی و مشکلات قانونی در ثبت اختراعات ورزشی بودند. حرکت جهانی شکل‌گرفته به‌سوی ایجاد جوامع فراصنعتی و دانشی، سطح تخصص، دانش و مهارت افراد، انتظارات آنان از کارفرما و به‌دنبال آن استراتژی‌های اعمال‌شده توسط کشورها درباره اشتغال افراد در بخش‌های خصوصی و دولتی را دستخوش تغییرات اساسی کرده است. از سوی دیگر، همگام با جهانی‌شدن و الگوبرداری از کشورهای پیشرفته در حوزه ماهیت مشاغل، تخصص و شایستگی‌های افراد، چشم‌انداز پیش روی ایران در این خصوص ترکیبی از اراده ملی برای رسیدن به جایگاه مناسب جهانی، برنامه‌ها و اقدام‌های در دست اجرا و روندهای موجود داخلی و خارجی است. نتایج این قسمت با پژوهش‌های خانم‌رادی و همکاران (۱۳۸۹)، رومزی و همکاران (۱۳۹۸)، رستگار و گل‌شاه (۱۳۹۸) و محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳) که در بخش مهارت‌های بازاریابی، ایجاد لوگو و نشانه‌های الکترونیکی در صنعت ورزش را یکی از فرصت‌های شناسایی‌شده در ایجاد ارزش، ثروت و اشتغال برای جامعه و زمینه‌ساز موفقیت و رونق اقتصاد دانستند، همخوان است. در توضیح این نتایج باید گفت، نبود مرجعیت علمی و حمایتگر از جمله کمبودهای موجود بر سر راه تجاری‌سازی پژوهش‌های حوزه علوم ورزشی و ثبت اختراعات ورزشی است که نیازمند انجام اقدام اساسی در این زمینه است. همان‌طور که قانون مالکیت معنوی برای اختراعات و اکتشافات تدوین شده است، باید قانونی جامع و کامل نیز درباره زیرساخت‌های نرم و انسانی و حمایت از پدیدآورندگان این نوع فناوری‌ها تدوین شود. با توجه به این نتایج، ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آن به‌سمت فراملیتی و پی‌بردن به تأثیرداشتن مهارت بازاریابی، برندسازی و ایجاد لوگو و نشان‌های الکترونیکی به‌منظور فرهنگ‌سازی، ایجاد ضمانت‌های اجرایی زیاد و اطمینان‌سازی برای فرصت‌های کارآفرینانه به‌منظور توسعه شرکت دانش‌بنیان ورزشی، پیشنهاد می‌شود.

پیامدها در این پژوهش (توسعه پایدار، توسعه صنعت ورزش و رشد اقتصادی)، خدمات فناورانه و مدرن در بخش ورزش بود. با توجه به این نتایج می‌توان گفت، اقتصاد ورزش باید جزو اولویت‌های هیئت‌دولت باشد و برنامه‌های حمایتی باید توسط دولت برای بخش اقتصاد ورزش در نظر گرفته شود تا بتوان بر جذابیت ظرفیت‌های صنعت ورزش به‌منظور توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی افزود. همچنین شناسایی تجاری ورزشی در بستر خدمات فناورانه و مدرن، ارتقای فرصت کارآفرینانه را



به دنبال خواهد داشت. این یافته با نتایج پژوهش‌های خانمرادی و همکاران (۱۳۹۸) و محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳) همخوان است. محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «شناسایی فرصت‌های (کسب‌وکار) کارآفرینانه در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات»، فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات را در سه گروه عمده فرصت‌های خدماتی، ایجاد و فروش و بازاریابی معرفی کردند. با توجه به این یافته‌ها پیشنهاد می‌شود، دولت در بخش ورزش، به‌ویژه توسعه پایدار اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و استفاده از فرصت‌های موجود در افزایش تولید ناخالص، کم‌کردن وابستگی به کالاهای خارجی، کم‌کردن واردات تجهیزات ورزشی و همچنین ارتقای فرهنگ جامعه در زمینه استفاده از خدمات فناورانه و مدرن بیش‌ازپیش سرمایه‌گذاری کند؛ زیرا این کار موجب بالارفتن سطح دانش ورزش و در نتیجه افزایش شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی و به تبع آن افزایش سلامت عمومی در جامعه خواهد شد.

ورزش، صنعت است و این واقعیتی است که باعث ایجاد فرصت‌های اشتغال در جهان خواهد شد؛ بنابراین تمام سیستم‌های اجرایی در کشور باید زمینه اشتغال‌زایی و کسب درآمد از این صنعت را حتی در قالب توسعه به‌سمت فراملیتی مهیا کنند و این امر مهم با پذیرش ریسک‌پذیری و تلاش برای کاهش آن در ورود به عرصه تجارت ورزشی میسر خواهد شد. مسلم است که تأسیس و توسعه شرکت دانش‌بنیان ورزشی با تأمین سرمایه اولیه و در ادامه کار حمایت مالی از طرف دولت و در نهایت، نگاه ویژه سازمان خصوصی‌سازی به تجارت ورزشی به‌منظور ایجاد فضای کارآفرینانه در صنعت ورزش، میسر خواهد شد. براساس یافته‌های پژوهش، به معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری، مدیران و اساتید دانشکده‌های ورزشی، مدیران استارت‌آپ‌های ورزشی، مسئولان پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد و سایر نهادهای مسئول در حوزه ورزش پیشنهاد می‌شود، با تولید محتوا در این حوزه‌ها توسط فدارسیون‌ها، هیئت‌ها و باشگاه‌های ورزشی و تشخیص نیازسنجی جامعه و هدف‌گذاری بازار می‌توان در توسعه ایده و طرح و همچنین تولید محصولات دانش‌بنیان ورزشی مؤثر بود. یکی دیگر از چالش‌های توسعه محصولات دانش‌بنیان ورزشی، ارتباط دانشگاه با صنعت است. از آنجاکه دانشگاه و صنعت به‌عنوان بارزترین مبانی توسعه هر کشور هستند، ارتباط مستحکم این دو نهاد، توسعه پایدار را به ارمغان خواهد بود. براساس ماده ۴۵ قانون برنامه چهارم توسعه کشور، نقش مهم دیگر مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها، ایجاد علم و فناوری با نگاه و هدف گسترش بازار محصولات دانایی‌محور و دانش‌بنیان است. در جهت دستیابی به این امر مهم در قالب تجاری‌سازی و کاربردی‌کردن دستاوردهای پژوهشی و نوآوری‌ها می‌توان با رفع موانع این تعامل در توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی گام مؤثر برداشت. در صورتی که ترویج و توسعه ورزش زیرنظر مدیریت مشخص قرار نداشته



باشد، نمی‌تواند به اهداف اصلی خود دست پیدا کند؛ در نتیجه نیاز به مدیریت حوزه‌های ورزشی یکی از امور ضروری است. یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بهبود تدوین استراتژی شرکت‌ها، عامل مدیریتی است؛ زیرا این عامل مشخص می‌کند که چگونه مدیران آرمان و مأموریت سازمان را تعیین کرده، دسترسی به آن را تسهیل کرده و ارزش‌های مورد نیاز برای موفقیت درازمدت را ایجاد می‌کنند. این عامل شامل شاخص‌هایی از قبیل دانش و تجربه، میزان مشارکت، سرعت در تصمیم‌گیری، خلاقیت و نوآوری است. در پرتو این شاخص‌ها، با ایجاد مؤسسه‌های تخصصی در مراکز علم و فناوری می‌توان تعامل بیشتر دانشگاه با صنعت را ایجاد کرد و به‌ویژه با توسعه مهارت‌های لازم برای اساتید دانشگاه و دانشجویان علوم ورزشی، به‌طور هدفمند در توسعه محصولات ورزشی و دانش‌بنیان کردن آن‌ها نقش بسزایی ایفا کرد. ضرورت اتصال پروژه‌های دکتری تربیت‌بدنی و علوم ورزشی به شرکت‌های دانش‌بنیان لازم است؛ بر این اساس، دانشگاه‌هایی که به پذیرش دانشجوی دکتری تربیت‌بدنی و علوم ورزشی اقدام می‌کنند، لازم است به این زمینه وارد شوند تا پروژه‌های این بخش با هدف خلاقیت و نوآوری و همکاری دانشگاه و حمایت شتاب‌دهنده‌ها انجام شود. باید فعالیت این دانشجویان فناوری‌محور باشد؛ از این‌رو طرح پذیرش و تربیت دانشجوی دکتری با هدف تجاری‌سازی مدنظر قرار گیرد. از طریق ایجاد مراکز رشد تخصصی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، پیاده‌سازی محصولات فناورانه یا دانش‌بنیان، کم‌کردن هزینه‌ها و شناخت بازار رقابتی محصولات دانش‌بنیان، می‌توان ضریب خطای استارت‌آپ‌ها را کاهش داد و در بالندگی و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی مؤثر بود.

تشکر و قدردانی

این پژوهش برگرفته از رساله دکتری است. پژوهشگران بر خود لازم می‌دانند، از همه عزیزانی که در انجام این پژوهش همکاری داشته‌اند، مراتب تقدیر و تشکر خود را اعلام کنند.

References

1. Amini, E., Baniasadi, M., Hatami, M., & Vahidi, H. (2016). Survey of Factors affecting the development of knowledge-based companies, Using the Analytic Hierarchy (Case Study: Science and Technology Park of Tehran). *Journal of Technology Growth*, 12(48), 22. (in Persian).
2. Arman, M., & Shafiei, M. (2017). Competitive capabilities in the knowledge-based companies, a model to explain the role of strategic agility and strategic learning. *Management improvement studies*, 25(83), 25-50. (in Persian).
3. Asadnezhad, M., Hejazi, R., Akbari, M., & Hadizadeh, E. (2017). Designing the business model of herbal pharmaceutical knowledge-based companies. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 5(2), 47-63.



4. Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
5. Ghorbani, M., & Vahdani, M. (2016). Designing a model of competences of entrepreneurs in Iran's sports industry. *Sport Management Studies*, 8(39), 205-228. (in Persian).
6. Giger, M. L. (2018). Machine learning in medical imaging. *Journal of the American College of Radiology*, 15(3), 512-520.
7. Gorse, S., Chadwick, S., & Burton, N. (2010). Entrepreneurship through sports marketing: A case analysis of Red Bull in sport. *Journal of Sponsorship*, 3(4), 348-357.
8. Hattink, B., & Wichers, J. (2021). Sports and entrepreneurship. In *World Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 599-604). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
9. Jafari, E. M., & Alibelgi. (2016). To provide risk analysis approach of knowledge-based firm project by means of ANP-RFMEA Technique. *Journal of Technology Growth*, (48), 37-29. (in Persian).
10. Kabir, M. N. (2019). Knowledge-based social entrepreneurship: Understanding knowledge economy, innovation, and the future of social entrepreneurship. Cham: Springer.
11. Khanmoradi, S., Sajjadi, S. N., & Zardoshtian, S. (2020). Establishing a knowledge-based company in the field of sports science: A model mixed approach. *Applied Research in Sport Management*, 8(3), 113-128. (in Persian).
12. Khyatyan, M. S., Amiri, M., & Eliasi, M. (2015). Content Analysis of knowledge-based firms characteristics. *Organizational Resources Management Researches*, 5(2), 21-47.
13. Kozechian, H., Ehsani, M., Azimzadeh, S., Kordnaeij, A., & Pitts, B. (2014). A model for small and medium-sized sport enterprises start-up. *Sport Management and Development*, 3(1), 51-68. (in Persian).
14. Low, K. Y. J., & Ho, E. Y. C. (2016). A knowledge-based theory of the multinational economic organization. *Long Range Planning*, 49(6), 641-647.
15. Mansuri, S., Vazifeh, Z., & Yusefi Tabas, H. (2017). Prioritizing the effective factors in the development of knowledge-based companies of Kerman. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2), 319-338. (in Persian).
16. Mirghafoori, S., Morovati sharifabadi, A., & Zahedi, A. (2018). Designing an integrated model for developing the innovation and commercialization level of Iran's knowledge-based companies. *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 7(4), 107-142. (in Persian).
17. Mohamadkazemi, R., Zaffarian, R., khodayari, A & Javadinia, M. (2014). Identifying Entrepreneurial Business Opportunities in Sports Industry with an IT Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(1), 95-112. (in Persian).



18. Mohammadi, F., Kalateh Seifari, M., Razavi, M. H., & Farsijani, M. (2019). Designing qualitative model for economic development of Iran's sports industry with world-class manufacturing approach. *Applied Research in Sport Management*, 8(1), 69-84. (in Persian).
19. Pillet, J. C., & Carillo, K. D. A. (2016). Email-free collaboration: An exploratory study on the formation of new work habits among knowledge workers. *International Journal of Information Management*, 36(1), 113-125.
20. Rahimi, A., Ehsani, M., Saffari, M., & Hoseini, R. N. S. (2020). Role of human resource management practices and knowledge inertia in academic entrepreneurship actions of sport science students and graduates, *Human Resource Management in Sport Journal*, 7(2), 421-438. (in Persian).
21. Ramezanzournargesi, G., Ramezanzournargesi, S., & Ghafari, A. (2015). Key factors influencing and development of technological entrepreneurship in knowledge-based companies based in science and technology parks of Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(4), 749-766. (in Persian).
22. Rastegar, A. A., & Golshahi, B. (2019). The challenges of relationship between individuals and organization in knowledgebased companies. *Management Studies in Development and Evolution*, 28(92), 115-133. (in Persian).
23. Rezai, S. A., & SalehiPour, M. (2019). Analysis of effective factors on the development of Iran's sports industry with a Gran-Theory approach *Human Resource Management in Sport Journal*, 6(1), 89-107. (in Persian).
24. Roumezi, H., Hosseinpour, M., Bahmei, L., & Nasiri, M. (2020). Designing A model for the creation and development of knowledge-based companies in human sciences' fields. *Library and Information Sciences*, 22(4), 119-151. (in Persian).
25. Safaie, N., Taleghaninia, F., & Kiamanesh, A. (2017). Identifying and ranking key factors of success in knowledge management in knowledge-based companies (Case study: Science and Technology Park in Tehran University). *Journal of Technology Growth*, 13(50), 21-28. (in Persian).
26. Scillitoe, J. L., & Birasnav, M. (2021). Ease of market entry of Indian startups: Formal and informal institutional influences. *South Asian Journal of Business Studies*, 11(2), 195-215.
27. Wallis, L., Walmsley, A., Beaumont, E., & Sutton, C. (2020). 'Just want to surf, make boards and party': How do we identify lifestyle entrepreneurs within the lifestyle sports industry? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 917-934.
28. Wikner, J., & Bäckstrand, J. (2018). Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing. *Production & Manufacturing Research*, 6(1), 3-25.



استناد به مقاله

حمیدپور، هاله؛ فردوسی، محمدحسن؛ ندری، امیر؛ و اسمعیلی، محسن. (۱۴۰۱). طراحی مدل کیفی عوامل مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۴(۷۳)، ۵۳-۷۶. شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2021.10408.3388

Hamidpour, H., Ferdowsi, M. H., Nadri, A., & Esmaili, M. (2022). Designing a Quality Model of Factors Affecting the Development of Sports Knowledge-Based Companies. Sport Management Studies, 14(73), 53-76. (in Persian). DOI: 10.22089/smrj.2021.10408.3388

