

تدوین مدل راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کارآفرین محور در ایران: یک نظریه ی برخاسته از داده‌ها

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

چکیده:

مقدمه و هدف: حدود یک دهه از تصویب قانون حمایت از کارآفرینان در قالب استقرار شرکت‌های دانش بنیان سپری شده است. از این منظر، ضرورت دارد پژوهش هایی در باره ی کارآفرینی، کسب و کارهای جدید در حوزه ورزش یا همان شرکت های ورزشی دانش بنیان در کشور انجام گیرد. از این رو، هدف این مقاله طراحی مدل شرکت های ورزشی دانش بنیان کارآفرین محور در ایران بود.

روش شناسی: در این راستا از رویکرد کیفی و از نظریه برخاسته از داده ها روش استراوس و کوربین بهره گرفته شده است. پس از انجام ۲۰ مصاحبه ی عمیق و نیمه ساختاریافته با متخصصان و صاحب نظران، اشباع نظری حاصل گشت و مقوله‌های اصلی پس از تکمیل فرایند کدگذاری استخراج گردید.

یافته ها و نتیجه گیری: پس از تکمیل یافته‌ها، عوامل ساختاری و دولتی، چشم انداز و فرآیندها، فناوری اطلاعات و زیر ساخت سخت از علل اصلی، عوامل داخلی و خارجی شرکت و ایجاد واحد تخصصی ورزشی مادر از جمله عوامل زمینه ای و عوامل سازمانی و فرهنگی از جمله عوامل مداخله گر در این پژوهش بود. عوامل تیم سازی، منابع انسانی متخصص و کارآفرین، سیستم حمایتی و تسهیل مقررات از راهبردهای این پژوهش بود که می تواند به اشتغال زایی، خودکفایی اقتصادی، توسعه ورزش و رشد و احیای شرکت های ورزشی دانش بنیان کمک شایانی نماید.

واژگان کلیدی: استراوس و کوربین، ایران، شرکت های ورزشی دانش بنیان، کارآفرینی در ورزش، مدل راهبردی

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. این مقاله مستخرج

از رساله دکتری می‌باشد.

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

(نویسنده مسئول)، Honari_h@yahoo.com

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

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

مقدمه

در جهانی که فناوری منجر به اقتصادی مبتنی بر دانش شده است، تعداد کارکنان دانشی نسبت به کارکنان صنعتی چندین برابر شده است. دانش بیش از هر منبع گرانبهایی در موقعیت بازار و رقابت برای سازمانها اهمیت یافته است (۱). لذا سازمان و جامعه دانش بنیان یک شعار یا تحلیل آینده پژوهانه محض نیست، بلکه الزامی است که در برنامه چهارم توسعه کشور^۱، سیاستهای کلان نظام اداری جمهوری اسلامی ایران^۲، پیش بینی و تاکید شده است. لذا با توجه به سند راهبردی وزارت ورزش و جوانان و شرایط و جایگاه آن در نظام، این سازمان بزرگ و مهم نه تنها از این قاعده مستثنی نبوده بلکه از جایگاه ویژه ای برخوردار است. بنابراین شناسایی، مستند سازی و ذخیره سازی انواع اطلاعات و دانش موجود برای بهره گیری در فعالیت ها و محصولات فقط با عناصر و مولفه های سازمان دانش بنیان قابل تحقق می باشد (۲). طبق قانون حمایت از شرکت ها و موسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری ها و اختراعات، شرکت های دانش بنیان، شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم افزایی علم و ثروت، توسعه ای اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی پژوهش و توسعه (شامل طراحی تولید کالا و خدمات) در حوزه ی فناوری های برتر و با ارزش افزوده بالا تشکیل می شود (۳). از طرفی بسیاری از موسسات بر این نتیجه رسیده اند که برای عملکرد موثر در اقتصاد امروز، تبدیل شدن به یک اقتصاد دانش بنیان امری ضروری است، طبق تعریف او.ای.سی.دی^۳ اقتصاد دانش بنیان، اقتصادی است که بر اساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته و سرمایه گذاری در دانش و صنایع دانش پایه مورد توجه خاص قرار می گیرند (۴). از مهم ترین و اساسی ترین مسائل اقتصاد دانش بنیان، تجاری سازی نتایج دانشگاهی، ایجاد شرکت های زایشی و ایجاد شرکت های دانش بنیان می باشد. با این وجود تعداد کمی از شرکت های زایشی و دانش بنیان علی الخصوص شرکت های زایشی و دانش بنیان ورزشی به درستی می دانند که دانش بنیان شدن به چه معناست و چگونه می توان کارآفرینی را در این شرکت ها به مرحله اجرا در آورد. اقدامات انجام گرفته در طول دو دهه گذشته مانند « ایجاد سازمان پژوهش های علمی و صنعتی ایران»، « بازنگری اصل ۴۴ قانون اساسی با هدف تقویت بخش خصوصی»، « توجه به موضوع کارآفرینی و اقتصاد دانش

^۱ ایرانی اسلامی، همچون سایر جوامع پیشرو، طی دو دهه آینده باید به یک جامعه دانش بنیان پیشرفته و تراز اول در منطقه آسیای جنوب غربی تبدیل گردد. (برنامه چهارم توسعه کشور)

^۲ دانش بنیان کردن نظام اداری از طریق بکارگیری اصول مدیریت دانش و یکپارچه سازی اطلاعات، با اعتناء بر ارزش های اسلامی

بنیان در برنامه های توسعه ی چهارم، پنجم، ششم، « ایجاد پارک های علم و فناوری و مراکز رشد» و « تاسیس صندوق نوآوری و شکوفایی» برای حمایت از کارآفرینان و شرکت های دانش بنیان به عنوان تحقق یکی از اهداف برنامه های توسعه حکایت از تصمیم سیاست گذاران در استقبال چنین تغییراتی دارد. در بررسی پیشینه داخلی پژوهش از آنجا که تاکنون پژوهشی در خصوص شرکت های ورزشی دانش بنیان انجام نگردیده است لذا به ذکر سایر پیشینه های مرتبط بسنده می گردد. خیاطیان و همکاران (۱۳۹۴) بر اساس تحلیل ویژگی های شرکت های دانش بنیان از ادبیات تحقیق، ۶ ویژگی زیر را به عنوان اصلی ترین ویژگی شرکت های دانش بنیان ذکر کرد: ۱- جدید بودن فناوری ۲- جوان بودن شرکت ها ۳- اندازه شرکت ۴- استقلال شرکت ها ۵- ویژگی موسسان و سرمایه انسانی ۶- موضوع فعالیت (۵). اسفندیاری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان " تاثیر گرایش کارآفرینانه و گرایش بازار بر موفقیت توسعه محصول جدید در شرکت های دانش بنیان" به این نتیجه دست یافتند که شرکت های دانش بنیان باید توجه داشته باشند که برای بهبود توسعه محصول جدید رویکرد کارآفرینی سودمند است و مدیران ارشد و اجرایی این شرکت ها باید خط مشی هایی برای بهبود کارآفرینی تدوین نمایند (۶). همچنین اقبال مجد و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش با عنوان " تاثیر کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار در شرکت های دانش بنیان" عوامل محیطی، قابلیت های پویای کسب و کار و کارآفرینی راهبردی از عوامل موثر بر عملکرد کسب و کار برشمرد (۷). در زمینه موانع پیش روی توسعه کارآفرینی از طریق ورزش هادوی و همکاران (۱۳۹۶) مهم ترین موانع را به ترتیب تبلیغات از طریق رسانه ها، تاسیس باشگاه ها و موسسات ورزشی، مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی، آموزش رشته های مختلف ورزشی، اعطای وام به جوانان دارای طرح های اشتغال زایی ورزشی، پرورش نیروی انسانی متخصص، تورسم ورزشی و تاسیس سایت های اینترنتی ورزشی عنوان نمودند (۸). در پژوهش های خارج از کشور هم و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در بررسی توسعه ورزش از طریق کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که بیان فرآیندهای کارآفرینی، آموزش های راهبردی، تعاملات کنترل شده و جنبه های اجتماعی از عوامل موثر بر توسعه ورزش از طریق ایجاد کارآفرینی هستند (۹). در ردیابی ظرفیت های استراتژیک ایجاد شرکت های دانش بنیان در دانشگاه ها کارتن^۲ و همکاران (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که گسترش شرکت های دانشی کسب و کار از طریق دانشگاه ها و افزایش توانایی های استراتژیک دانشگاه ها موجب قدرت و اعتبار و کارآفرینی دانش می گردد (۱۰). راتن^۳ (۲۰۱۸) نیز در تحلیل شناسایی فعالیت های کلیدی کارآفرینی به واسطه دانش ورزشی متغیرهایی مانند استعداد یابی و فراهم نمودن دانش

¹ Hemme et al

¹ Carton et al

² Ratten

آموزان و دانشجویان ورزشی دانش ورزشی، فناوری، ارتباط بین حوزه آموزش و نهادهای رسمی دولت، توسعه قابلیت های استخدامی از طریق دانش ورزشی تاثیر گذار عنوان نموده اند. حیثه مربوط به کارآفرینی ورزش، سطوح مختلفی از افراد، سازمان و گروه ها را در بر می گیرد (۱۱). در ورزش نیز، کارآفرینان همان دانشجویان و دانش آموزان تربیت بدنی، استارتاپ های ورزشی، صاحبان ایده خلاقانه، صاحبان صنایع، گروهی از کسب و کارهای ورزشی، بازیکنان ورزشی، مالکان تیم های ورزشی، نمایندگان ورزشی و... به شمار می روند. لذا سازمان های مربوطه و علی الخصوص شرکت های ورزشی دانش بنیان باید شرایطی را فراهم آورند که در کل سازمان، فضا و روحیه ی کارآفرینی بر آن حکم فرما شود و افراد بتوانند به راحتی و مستمر و به طور فردی و گروهی، در سازمان به فعالیت های کارآفرینانه بپردازند. بر اساس گزارش سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی درباره ایران در سال ۲۰۱۷، در بین افرادی که در سه سال گذشته قصد کارآفرینی داشته اند، ۱۶ درصد وارد مرحله کارآفرینی نوپا شده اند. از بین کارآفرینانی که در مرحله ثبات قرار داشتند ۲۷ درصد تصمیم به خروج از کسب و کار گرفتند. بر اساس این گزارش، میانگین نرخ خروج از کسب و کار در جهان حدود ۲/۵ درصد است در حالیکه این نرخ در ایران ۳/۲ درصد و بیشتر از میانگین است. از آنجا که نمی توان اثر شرکت های کوچک را در پایداری اقتصادی کشورها نادیده گرفت، برای پیشرو بودن در این امر، کشورها اقدام به سیاست گذاری و برنامه ریزی های بلند مدت کرده و مشوق ها و شرایطی را به وجود می آورند تا پتانسیل سازنده کسب و کارها و شرکت های خرد، کوچک و متوسط برای رسیدن به کارآفرینی و پایداری در فعالیت ها و ایجاد اشتغال مولد استفاده کنند (۱۲). لذا بسیاری از دولت ها متقاعد شده اند جهت ایجاد و توسعه کارآفرینی باید بستر بقا را برای ایجاد کسب و کارهای خرد در قالب شرکت های دانش بنیان در مراکز رشد، پارک های علم و فناوری و... فراهم سازند (۱۳). یکی از معضلات موجود در ورزش و عدم موفقیت بعد کارآفرینی ورزشی، عدم توجه به پژوهش ها، تحقیقات، طرح ها، ایده ها، اختراعات و... صورت گرفته در این حوزه می باشد. که در این راستا شرکت های ورزشی دانش بنیان می توانند از پژوهش ها، تحقیقات و طرح های علمی در مسیر ارتقای ورزش در تمامی ابعاد استفاده و منجر به کارآفرینی و ایجاد اشتغال گردند. تا زمانی که دانش ما درباره ی فرآیندهای کارآفرینی و مبتنی بر علم و دانش شرکت های ورزشی جدید دانش بنیان بهبود نیابد موفقیت و شکست شرکت ها نیز مساله مبهمی خواهد بود و با توجه به اینکه ایجاد شرکت های ورزشی دانش بنیان جدید دارای اهمیت است، می توان میزان خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی آنها را نیز به عنوان عاملی در نظر گرفت که در دستیابی به اهداف سیاست های بلند مدت در زمینه اشتغال و رشد اقتصادی در شرایط تحریم اهمیت بسزایی دارد. در این راستا در صورت عدم توجه و حمایت مسئولین از فناوران و شرکت های نوپای دانش بنیان، استارتاپ های ورزشی باعث سرخوردگی جوانان نخبه و خروج نخبگان از

کشور، عدم توسعه اقتصاد کشور و وابستگی همیشگی کشور به محصولات و کالاهای ورزشی با تکنولوژی های بالای خارجی خواهد بود. لذا ایجاد بسترهای مناسب و بهبود فضای کسب و کار و توسعه ی کارآفرینی در این حوزه، باعث ایجاد و رشد شرکت های ورزشی دانش بنیان شده که منجر به اشتغال زائی، رشد سریع اقتصادی، توسعه بخش خصوصی، کمک به دولت، ایجاد رفاه و رضایت بیشتر مردم خواهد شد. به علاوه با وجود پارک های علم و فناوری، مراکز رشد در اکثر استان های کشور، استقرار استارتاپ ها و شرکت های نوپای ورزشی دانش بنیان در پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی و همچنین استقرار تعدادی شرکت های ورزشی دانش بنیان در دانشگاه ها و لزوم توجه به بعد کارآفرینی این شرکت ها جهت توسعه و پایداری آنها، نتایج این تحقیق می تواند مسئولان شرکت های دانش بنیان، دانشگاه ها، مسئولان پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، پارک های علم و فناوری و مراکز رشد را با شاخص ها و مولفه های اثرگذار و همچنین مدل علمی کارآفرینی شرکت های دانش بنیان در حوزه ورزش آشنا کرده و به تصمیم گیری آن ها جهت مدیریت این شرکت ها کمک نماید. با عنایت به اینکه ایجاد و توسعه شرکت های ورزشی دانش بنیان در آغاز راه خود بوده و از آنجا که تاکنون پژوهشی در خصوص شرکت های دانش بنیان ورزشی انجام نگردیده است بررسی و انجام تحقیقاتی در خصوص شاخص ها و عوامل تاثیرگذار و از همه مهم تر ارائه و طراحی مدل کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان ضروری به نظر می رسد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به روش کیفی و از نوع نظریه ی زمینه یابی^۱ (گرندد تئوری) بود. در پژوهش های کیفی پژوهشگر از طریق روش ها و رویه های تفسیر، از نظر مشارکت کنندگان و در بستر نهادی و اجتماعی خاص آنها به درک پدیده ها نائل می شود (۱۴). تا زمانی که از داده ها مفهوم جدیدی برون داد نکند، فرآیند اشباع نظری ادامه می یابد. این پژوهش پس از انجام ۲۰ مصاحبه به اشباع نظری رسید. مرحله اول پژوهش به صورت مطالعات کتابخانه ای (مطالعه مقالات، کتب، اسناد، جراید و...) به اجرا در آمد و به توصیف و تحلیل پژوهش های مرتبط با کارآفرینی در شرکت های ورزشی دانش بنیان اختصاص یافت. در مرحله دوم، از مصاحبه های^۲ عمیق و نیمه ساختارمند با نخبگان و صاحب نظران آگاه استفاده شد (۱۴). با توجه به ماهیت اجرایی کار برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش را اعضای هیئت علمی، دانشجویان دکتری و ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه با تجربیات مرتبط با موضوع، شرکت های

1 Grounded theory

2 Interviews. Semi-structured

دانش بنیان، پارک های علم و فناوری، مراکز رشد ورزشی و غیر ورزشی (عمدتاً مدیران ارشد) و کارشناسان صنعت می باشند. در ادامه برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند و به صورت گلوله‌برفی^۱ استفاده گردید.

غالب مطالعات، الگوی کد گذاری پارادایمی را برای تحلیل داده‌های حاصل از گرند تئوری معرفی می‌کنند که در قالب یک فرآیند کدگذاری سیستماتیک^۲ شامل سه مرحله کدگذاری باز^۳، کدگذاری محوری^۴ و کدگذاری انتخابی^۵ منجر به ایجاد این الگو می‌شود (۱۴).

یافته های پژوهش

بر اساس رهیافت سیستماتیک استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت که در جدول ۱ ابعاد و ویژگی ها (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 موثر بر کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان

کد گذاری باز، مقوله‌های کلی (مفاهیم)	کدگذاری محوری، مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها)	کدگذاری انتخابی، ابعاد و ویژگی‌ها (گویه‌ها)
عوامل ساختاری، دولتی و مالی / چشم انداز و فرآیندهای شرکت های ورزشی دانش بنیان / فناوری اطلاعات و ارتباطات/ زیر ساخت سخت	ساختار ارتباط میان دولت و کارآفرینان، عوامل دولتی، مالی/ ویژگی های سازمانی شرکت های ورزشی دانش بنیان، فرآیند و روش های کار شرکت های ورزشی دانش بنیان/ فناوری اطلاعات، ارتباطات داخلی و خارجی، وسایل ارتباط جمعی، شبکه های اجتماعی، ایجاد محیط الکترونیکی و دیجیتالی، تجارت الکترونیک/ مراکز رشد، پارک های علم و فناوری، مدارس، دانشگاه ها، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی	سیاست گذاری همکاری هرچه بیشتر سازمان های خصوصی و دولتی، سیاست گذاری در یک شورای متشکل از وزارت خانه های مرتبط، افزایش بودجه سرمایه گذاری در بخش علوم و تحقیقات، تدوین نظام نامه های محدود کردن افراد متخصص در رابطه با ترک کشور، مشوق های مالیاتی، بیمه ای، گمرکی، موفقیت تربیت بدنی و علوم ورزشی در کشور، سیاست ها و دستورالعمل های ابلاغی از سوی دولت، تسهیل ضوابط و روابط ارائه تسهیلات، ارتباط نهادهای دولتی، پشتیبانی راه اندازی مراکز رشد، پارک های علم و فناوری، شرکت های دانش بنیان توسط دولت، ایجاد مرکز شناسایی، جذب و حمایت از نخبگان فناوری، اجبار

- 3 snowball sampling
- 4 Coding systemati
- 5 Open coding
- 6 Axial coding
- 7 Selective coding

صنایع بزرگ دولتی به خرید از شرکت های دانش بنیان، حمایت از تحقیق و توسعه، کارآفرینی و نوآوری توسط دولت، ایجاد فضای رقابت برای ارائه ایده های نو، شناسایی سرمایه های نامشهود، تولید محصولات و فناوری های پیشرفته با همکاری سایر حوزه های تولید (الکترونیک، فناوری زیست، فناوری نانو، فناوری اطلاعات، آزمایشگاهی، اپتیک، مهندسی پزشکی و...)، ارتباط با سازمان ها و نهاد های ورزشی و حضور در کمیته های آنان/ ایجاد زیرساخت های اطلاعاتی و تسهیل تبادل اطلاعات و دانش، زیر ساخت و ابزار های فناوری اطلاعات و ارتباطات، تعاملات آموزشی، پژوهشی و فناوری با نهاد های بین المللی ورزش، ارتباطات قوی با منابع برون سازمانی، وجود شبکه روابط اجتماعی شرکت (متشکل از مشتریان، تامین کنندگان و شرکاء کاری)، شبکه روابط میان شرکت با سایر شرکت های مشابه، روابط قوی و مستمر اعضای هیات علمی و مدیران با سازمان ها و برعکس در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، استفاده از رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، مجلات عمومی و ورزشی خبرگزاری و سایت خبری جهت گسترش ارتباطات و ترویج شرکت های ورزشی دانش بنیان، معرفی شرکت های ورزشی دانش بنیان در رسانه های اینترنتی و تعاملی مانند فیس بوک، اینستاگرام، تلگرام و...، برگزاری چالش های کارآفرینی در ورزش از طریق شبکه های اجتماعی بین دانشجویان و صاحب نظران صاحب ایده ورزشی، برگزاری مسابقات یک پرسش یک ایده در شبکه های اجتماعی ورزشی/ استقرار شرکت های بزرگ دانش بنیان ورزشی در مراکز رشد و پارک های علم و فناوری، هم افزایی بین شرکت های مستقر در مراکز رشد و پارک های علم و فناوری، منتفع شدن مسئولان مراکز رشد و پارک های علم و فناوری از سود شرکت های مستقر، حمایت های لازم در مرحله پیش رشد و...

تولید محصول مبتنی بر محور فناوری، استفاده از

نوآوری و ایده پردازی/
مدیریت دانش/ تحقیقات
بازار و مشتریان

ایده پردازی فناورانه، ایده بازار، تبدیل دانش به محصولات تخصصی/ مدیریت و رهبری چرخه دانش/ رشد و ایجاد نیاز در بازار

عوامل سازمانی / عوامل فرهنگی

عوامل داخلی، عوامل خارجی، واحد تخصصی مادر

فرصت های سازمانی و ورزشی در تولید محصولات فناورانه، ارزیابی از فرصت توسط تیم تحقیق و توسعه، ایده پردازی و ایده محوری بر اساس نیازهای ورزشی کشور، طوفان ذهنی ایده ها، ارتباط دادن ایده های نو، طراحی ایده های اقتصادی، برگزاری همایش ها و رویدادها جهت شناسایی ایده ها و ایده پردازان برتر، اجرای رویداد ایده بازار، ایده بازار تخصصی مطابق با نیاز روز کشور در حوزه ورزش، برگزاری رویدادهایی مانند ایده بازار تخصصی، ایده بازار علمی - تخیلی، ایده بازارهای سازمانی، ایده بازار دانشجویی، ایده بازار دانش آموزی، رویداد سرآمدان، پل ارتباطی بین نفرات نخبه و خلاق و فناور با صنعت ورزش، شرکت در نمایشگاه ها و استارتاپ ویکندهای تخصصی، جزیره ای برگزار شدن همایش های استارتاپ های ورزشی/ تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح، نقشه و طرح دانش، یادگیری و دانش آفرینی به شیوه مستمر، هوشمند و موفقیت آمیز، خدمات دانشی (اطلاعات موجود در پایگاه های اطلاعاتی)/ آگاهی بازارهای مرتبط با صنعت ورزش، شناسایی و توانمند کردن شرکای استراتژیک در حوزه های مختلف، نوآوری در محصولات و خدمات متناسب با نیاز روز ...

متخصصان و مشاوران، یکپارچگی، امنیت سرمایه گذاری، اساتید و نخبگان کشور، برند سازی/ فرهنگ سازی، بومی سازی محصولات ورزشی

استفاده از هیات موسس با تخصص های مختلف، تشکیل موسسان بر اساس توانایی، متناسب بودن تعداد هیات موسس با حجم کاری، مشاوره های تخصصی (اقتصادی، بازاریابی، بیمه، منابع انسانی، حقوقی)، جزیره ای رفتار نمودن شرکت های دانش بنیان ورزشی، هم ردیف سازی از اهداف و فرآیندهای کسب و کار، یکپارچگی عملیاتی و تاکتیکی تولید کنندگان ورزشی/ نبود امنیت سرمایه گذاری بر ایده های شرکت، توسعه شغلی و پیشرفت شغلی، ایجاد اختلال در فعالیت اساتید در دو عرصه همزمان علمی-آموزشی و تجاری، آشنا نبودن اساتید و نخبگان کشور با مسائل بازاریابی، بازارهای بین المللی و.../ تقش هویت و تعهد برند بر عملکرد

بودجه و برنامه ریزی مالی، ساختار سازمانی مناسب و انعطاف پذیر، ساختار N شکل، عوامل فردی کارآفرینان، سطوح مدیریت (مدیریت عالی، میانی و عملیاتی)/ صنعت، عوامل سیاسی، بازار و رقابت، نوسانات، ابهام و بی ثباتی اقتصادی/ ایجاد واحد توسعه و تحقیقات مادر ورزشی

برند، برند سازی داخلی و خارجی، ایجاد اعتماد و وفاداری به برند های ورزشی داخلی، ایجاد ارزش ویژه برند، / آموزش به مردم و تغییر نگرش مردم به ورزش، فرهنگ سازی پژوهش به کارآفرینان حوزه ورزش، فرهنگ سازی باور و پذیرش تکنولوژی و فناوری های جدید، خلق محصول و ارائه خدمات مبتنی بر فرهنگ و ارزش های اسلامی- ایرانی، فرهنگ خلاقیت و نوآوری، بومی سازی محصولات ورزشی متناسب با شرایط فرهنگی کشور، بیهینه کردن تدریجی ارزش آفرینی بومی و...

برنامه ریزی، هماهنگی و نظارت جهت توسعه فعالیت های فناورانه شرکت های دانش بنیان ورزشی، شرکت های مستقر در پژوهشگاه، شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری و مراکز رشد، ایجاد اتاق فکر متشکل از متخصصان حوزه کارآفرینی ورزش کشور، کمک به تجهیز دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی به تجهیزات علوم ورزشی، پشتیبانی های سخت افزاری و نرم افزاری از شرکت های دانش بنیان، تهیه گزارش های ملی از وضعیت ورزش کشور و رصد کردن چالش های فرا روی آن، تسهیل دسترسی کارآفرینان فناور به سرمایه از طریق دولت، دسترسی به سرمایه های ریسک پذیر، سیاست های حمایتی مالی، نظام بانکی مناسب، ایجاد صندوق های حمایت از فناوری و کارآفرینی، چارچوب های مالی، ساختار شبکه ای- تیمی، ساختار غیرمتمرکز، رسمیت کم و بدون مرز، کنار یکدیگر قرار دادن اجزای مختلف سازمانی، ایجاد مجموعه های موقتی از افراد و واحد های سازمانی به جای شکل دهی یک ساختار دائمی، توجه به کارکنان سطوح پایین سازمان در جریان ارتباطات، ارتباطات غیر رسمی به ارتباطات رسمی و عمودی، کاری، همکاری مشترک موسسان یا یکدیگر، تحمل ابهام، برون گرایی، سازش پذیری، داشتن هدف و تعهد به رشد، روحیه کار تیمی، حمایت و اختیار لازم مدیران میانی مانند مدیران وزارت ورزش و جوانان، علوم، آموزش و پرورش از طرف مدیران عالی، آموزش

عوامل رفتاری /
سیستم حمایت و
نظارت / تسهیلات و
قوانین

تیم سازی، منابع انسانی، رهبری موثر / ایجاد واحد تخصصی کارآفرینی دانش بنیان و دفتر ایده بازار در وزارت ورزش و جوانان، وزارت علوم، وزارت آموزش و پرورش، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، ایجاد مراکز کارآفرینی دانش بنیان و دفتر ایده بازار در فدراسیون ها و هیات های ورزشی، ایجاد مراکز کارآفرینی دانش بنیان و دفتر ایده بازار در دانشگاه ها و مدارس، ایجاد پست های سازمانی کارآفرینی رسمی برای پیشبرد فرآیند خلق دانش در وزارت ورزش، آموزش و پرورش، علوم، ادارات کل ورزش و جوانان، استفاده از نیروی انسانی کارآفرین به صورت NGO / قوانین و مقررات اداری

<p>های کارآفرینی به مدیران پایه مانند مدیران شرکت های ورزشی دانش بنیان، اعتماد مسئولان صنایع به شرکت ها و محصولات دانش بنیان، نیاز به تغییر در صنایع بزرگ دولتی، ایجاد صنایع بزرگ اقتصادی خصوصی، وجود تحریم های بین المللی، وجود مشکلات در مراودات بین المللی، برنامه ریزی و اعمال سیاست های تشویقی از طریق تشکیل شرکت های بازاریابی برای صدور محصولات ورزشی فناورانه به خارج از کشور، اندازه ی بازار، توسعه یافتگی منطقه فعالیت شرکت و...</p> <p>تشکیل تیم های کاری و همکاری های بین فردی در شناسایی راه حل ها و به کار گیری دانش جدید، امکان انتقال دانش سازمانی در سطوح عمودی و افقی با گسترش تیم های کاری، نیروی کار تحصیل کرده، ماهر، خلاق و نوآور، دارایی، سرمایه فکری ناملموس کارکنان، استفاده از دانشجویان فعال به عنوان کارآموز، قرار دادن ارزیابی های کیفی در دست افراد با صلاحیت، برقراری نظام پیشنهادات، استفاده از سبک رهبری مدیریت مشارکتی جهت تشویق و تسهیل مشارکت زبردستان در تصمیم گیری ها، تشویق به پذیرفتن مسئولیت کار/ برنامه ریزی، هماهنگی و نظارت جهت توسعه فعالیت های فناورانه شرکت های دانش بنیان ورزشی، شرکت های مستقر در پژوهشگاه، شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری و مراکز رشد، ایجاد اتاق فکر متشکل از متخصصان حوزه کارآفرینی ورزش کشور، پشتیبانی های سخت افزاری و نرم افزاری از شرکت های دانش بنیان، تهیه گزارش های ملی از وضعیت ورزش کشور و رصد کردن چالش های فرا روی آن، تشویق پژوهشگران، فناروان، کارآفرینان برتر در عرصه علوم ورزشی، رتبه بندی و ارزیابی متخصصان حوزه فناوری تربیت بدنی و علوم ورزشی، شناسایی و معرفی نخبگان حوزه ورزش به صنایع، ارائه مشاوره های مالی و حقوقی به ایده پردازان و سرمایه گذاران توسط مشاوران مجرب</p>	<p>رشد پایدار اقتصادی در شرایط تحریم/ ارزش گذاری مبتنی بر فناوری نوین، محصولات بر محور دانش، افزایش بهره وری سازمانی/ ماندگاری نخبگان، فناروان و دانشگران، فراهم شدن فضای کسب و کار مناسب برای فارغ التحصیلان ورزشی، ایجاد کسب و کار و تجارت جدید/ توسعه ورزش آموزشی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای، توسعه ی پژوهش های تقاضا محور و کاربردی/ ترویج تفکر خلاق/ تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی و فناوری در سطح ملی و بین المللی/ هویت سازی برند</p>	<p>خودکفایی اقتصادی/ رشد، احیا و تجدید حیات شرکت ها ورزشی دانش بنیان/ اشتغال/ رشد و توسعه ورزش/ خلاقیت و نوآوری/ افزایش رضایت، رفاه و سرمایه های اجتماعی/ برند سازی جهانی ایده ها</p>
--	---	---

ملی و بین المللی، ایجاد بستری برای فعالیت سرمایه گذاران و کارآفرینان خطر و...

تولید محصولات پیشرفته با همکاری سایر حوزه های تولید، برنامه ریزی شرکت های دانش بنیان برای رشد سرمایه گذاری و تولید با همکاری همه صنایع، رشد تولید ناخالص داخلی، دانش محور شدن اقتصاد، استفاده از همه ظرفیت های اقتصادی کشور، رشد نسبی اقتصاد دانش بنیان، چند محصولی و وابسته نبودن به نفت، افزایش موانع واردات محصولات خارجی و ایجاد شرایط مناسب جهت بومی سازی تولید برای شرکت های ورزشی دانش بنیان/ ارائه خدمات و محصولات ورزشی بهتر به جامعه، استفاده از دانش و تخصص داخلی، خارج شدن ورزش از فضای سنتی، نوآوری های قبلی، اختراعات و پیشنهادات فنی و خدمات دانشی، اثربخشی سازمان، کارایی سازمان، بهبود بهره وری نیروی انسانی، بهبود بهره وری سرمایه (سخت افزار، نرم افزار)/ به کارگیری سربازان نخبه در شرکت های دانش بنیان ورزشی، افزایش جاذبه های مادی داخل کشور، تناسب بین فارغ التحصیلان نخبه با ایجاد فرصت های شغلی، ایجاد انگیزه در بین نخبگان کشور از طریق ایجاد و توسعه شرکت های دانش بنیان ورزشی/ فراگیر شدن ورزش در جامعه (ورزش همگانی)، ارتقای کیفیت ورزش آموزشی و پرورشی، توسعه و ارتقای ورزش قهرمانی و حرفه ای، ایجاد اعتبار و توجه بیشتر سیاست گذاران ورزشی به توسعه شرکت های دانش بنیان، توسعه علمی ورزش کشور، توسعه ی پژوهش های تقاضا محور و کاربردی/ تبدیل نوآوری تدریجی به نوآوری رادیکال، استفاده از روش های نوآور و خلاق برای تامین منابع مالی، استفاده از فرصت های داخلی و خارجی خلاقیت/ فراهم شدن بستری برای شناسایی و برند سازی ایده ها، ایده پردازان و مخترعان برتر و حمایت مادی و معنوی از آنها، جذب متخصصین برند سازی و طراحان خلاق با روش های به روز برند سازی و...

شرایط علی

- * عوامل ساختاری، دولتی و مالی: ساختار ارتباط میان دولت و کارآفرینان، عوامل دولتی و مالی
- * چشم انداز و فرآیندهای شرکت های ورزشی دانش بنیان: ویژگی های سازمانی، چشم انداز، فرایندها و روش های کار شرکت های ورزشی دانش بنیان
- * فناوری اطلاعات، ارتباطات: فناوری اطلاعات، ارتباطات داخلی و خارجی، وسایل ارتباط جمعی، شبکه های اجتماعی، ایجاد محیط الکترونیکی و دیجیتال، تجارت الکترونیک
- * زیر ساخت سخت: مراکز رشد، پارک های علم و فناوری، مدارس، دانشگاه ها، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

شرایط زمینه ای

- * عوامل داخلی: بودجه و برنامه ریزی مالی، ساختار سازمانی مناسب و انعطاف پذیر، ساختار N شکل، عوامل فردی کارآفرینان، سطوح مدیریت
- * عوامل خارجی: صنعت، عوامل سیاسی، بازار و رقابت، نوسانات، ابهام و بی ثباتی اقتصادی
- * واحد تخصصی مادر: ایجاد واحد توسعه و تحقیقات مادر ورزشی

مقوله محوری (پدیده محوری)

- * نوآوری و ایده پردازی: ایده پردازی فناورانه، ایده بازار، تبدیل دانش به محصولات تخصصی، استارتآپ و بکند
- * مدیریت دانش: مدیریت و رهبری چرخه دانش
- * تحقیقات بازار و مشتریان: رشد و ایجاد نیاز در بازار

شرایط مداخله گر

- * عوامل سازمانی: متخصصان و مشاوران، یکپارچگی، امنیت سرمایه گذاری، اساتید و نخبگان کشور، برند سازی
- * عوامل فرهنگی: فرهنگ سازی، بومی سازی محصولات ورزشی

راهنماها:

- * عوامل رفتاری: تیم سازی، منابع انسانی متخصص و کارآفرین، رهبری موثر
- * سیستم حمایت و نظارت: ایجاد واحد تخصصی کارآفرینی دانش بنیان در وزارت های ورزش و جوانان و... ایجاد مراکز کارآفرینی دانش بنیان در در فدراسیون ها و هیات های ورزشی، ایجاد واحد تخصصی کارآفرینی دانش بنیان در مدارس و دانشگاه ها، ایجاد پست های سازمانی کارآفرینی رسمی در وزارت ورزش و جوانان و... استفاده از نیروی انسانی کارآفرین به صورت NGO
- * تسهیلات و قوانین: قوانین و مقررات اداری

پیامد ها:

- * خود کفایی اقتصادی: رشد پایدار اقتصادی در شرایط تحریم
- * رشد، احیا و تجدید حیات شرکت های ورزشی دانش بنیان: ارزش گذاری مبتنی بر فناوری نوین، محصولات بر محور دانش، افزایش بهره وری
- * اشتغال: ماندگاری نخبگان، فناوران، فراهم شدن فضای کسب و کار برای فارغ التحصیلان ورزشی، ایجاد کسب و کار جدید * برند سازی جهانی
- * رشد و توسعه ورزش: توسعه ورزش آموزشی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای، توسعه ی پژوهش های تقاضا محور و کاربردی
- * کارآفرینی بر محور خلاقیت و نوآوری: ترویج تفکر خلاق * افزایش رضایت، رفاه و سرمایه های اجتماعی

شکل ۱: الگوی راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کار آفرین فناور محور

در ایران

شکل ۱: الگوی راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کار آفرین فناور محور در ایران

بحث و نتیجه گیری:

شکل ۱: الگوی راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کار آفرین محور در ایران

شکل ۱: الگوی راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کار آفرین محور در ایران

شکل ۱: الگوی راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کار آفرین محور در ایران

بحث و نتیجه گیری

ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و توسعه رو به رشد شرکت های ورزشی دانش بنیان ایجاب می نماید تا مدلی جامع راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد و بر مبنای چنین مدل استراتژیک شرکت های ورزشی دانش بنیان کشور، خواهند توانست بدون تاثیر پذیری از شرایط محیطی حرکت توأم با موفقیت خود را استمرار بخشد. اما با توجه به گذشت بیش از یک دهه، تصویب حمایت دولتی از شرکت های دانش بنیان، کار تحقیقاتی جدی و جامعی در حوزه دانش بنیان ورزشی انجام نگرفته است. لذا در این پژوهش تلاش گردید تا مدل راهبردی مناسب شرکت های ورزشی دانش بنیان کارآفرین محور در ایران طراحی گردد. نتایج پژوهش نشان داد که مهمترین و اصلی ترین شرایط علی اثرگذار بر کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان در ایران که کلیه مصاحبه شوندگان به آن اذعان داشتند ساختار ارتباط بین کارآفرینان و دولت بود. این یافته با نتایج راتن (۲۰۱۸)، هادوی و همکاران (۱۳۹۶) اقبال مجدد (۱۳۹۷) همخوانی داشت. در تاکید این موضوع، مندعلی زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود بیان داشت که عوامل ساختاری، قوانین و مقررات، ارزش های حاکم بر جامعه نسبت به ورزش نتوانسته است توسعه کسب و کارهای ورزشی را تحت تاثیر قرار دهد و این ممکن است به دلیل وجود خلا قانونی، عدم حمایت دولت از کارآفرینان ورزشی باشد (۱۵). بطور کلی نتایج این پژوهش کیفی بیانگر آن بود که سیاستیون، شرکت های ورزشی دانش بنیان را به عنوان یک شعار، کلام و نه یک صنعت مبتنی بر دانش می پندارند و لذا در این مسیر از سوی مدیران وزارت های مربوطه (ورزش و جوانان، آموزش و پرورش، علوم) تلاشی کاربردی صورت نمی پذیرد. شکی نیست که گرانیکه و منشأ توسعه و کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان از دانشگاه ها، مدارس و وزارت های نامبرده با همکاری سایر ارگان ها و مراکز پژوهشی آغاز می گردد اما نتایج پژوهش نشان داد که شرکت های ورزشی دانش بنیان در ایران به صورت پراکنده عمل کرده و حمایت، نظارت و تسهیلات

مناسبی از سوی سازمان های نامبرده صورت نمی پذیرد. از طرفی از نظر پاسخ دهندگان یکی از گره های اصلی بر کارآفرینی ورزشی، ریشه در عدم توانایی شرکت های ورزشی دانش بنیان، پارک های علم و فناوری، شرکت های زایشی در جذب سرمایه های داخلی و خارجی دارد و از آنجا که حیات و ممت شرکت های ورزشی دانش بنیان به خلق ثروت از فناوری بستگی دارد لذا در این زمینه شایسته است با ایجاد سازو کاری برای تشویق، مشارکت و اعتماد سازی بخش خصوصی اقداماتی صورت گیرد. همچنین یکی دیگر از عوامل علی مهم در توسعه و کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان توجه به چشم انداز و فرآیند های شرکت های ورزشی دانش بنیان، از جمله طراحی بیانیه چشم انداز شرکت، توجه به بخش R&D شرکت، ایجاد فضای رقابت، تولید محصولات پیشرفته با همکاری سایر صنایع (الکترونیک، فناوری نانو، فناوری اطلاعات، مکانیک، اپتیک، مهندسی پزشکی و.....)، داشتن شعبه خارجی در سایر کشورها، اولویت تولید فناوری دارای تست بازار، موقعیت مکانی شرکت های ورزش دانش بنیان، داشتن چشم انداز و ماموریت رشد گرا، وجود نظامات پایه سازمانی و.... می باشد. به علاوه نتایج تحقیق حاضر نشان داد که معرفی زیر ساخت های سخت (مراکز رشد، پارک های علم و فناوری، مدارس، دانشگاه ها، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی) به عنوان یکی از عوامل مهم علی از سوی متخصصان و صاحب نظران نشان از اهمیت بالای آن است. این نوع مراکز از نظر کمی و کیفی در حوزه ورزش پیشرفت چندانی نداشته اند، لیکن لازم است دولت با همکاری سازمان های مربوطه توجه بیشتری به آنها نموده و توسعه ی این مراکز را در دستور کار خود قرار دهد. همچنین زیر ساخت هایی نرم برای توسعه کارآفرینی در شرکت های ورزشی دانش بنیان وجود دارد از جمله ایجاد شبکه های فناوری اطلاعات و ارتباطات، وسایل ارتباط جمعی، محیط دیجیتال و الکترونیکی و شبکه های اجتماعی که می توانند زمینه مناسبی برای کارآفرینی در حوزه ورزش خلق نمایند که با نتایج هادوی و همکاران (۱۳۹۶) و هم و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد.

همانگونه که در شکل ۱ نمایش داده شده است، یکی از ضرورت های کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان ریشه در نوآوری و ایده پردازی خلاقانه دارد. یکی از راهکارهای اساسی رسیدن به ایده های نوین و خلاقانه برگزاری استارتاپ ویکند، نمایشگاه ها و همایش های استارتاپ های ورزشی، به صورت متمرکز و منظم، برگزاری همایش های دوره ای ایده بازار تخصصی، ایده بازار های سازمانی، دانشجویی، دانش آموزی، سرآمدان و... کنفرانس ها و دوره های بین المللی و الگو گیری در این زمینه می تواند در موفقیت بیشتر کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان و بهره مندی از ظرفیت های فکری افراد به منظور فائق آمدن بر مشکلات و مسائل موجود در حوزه تربیت بدنی و علوم ورزشی با مشارکت صنایع مختلف، بخش خصوصی از جمله باشگاه های خصوصی، دانشگاه ها، اعضای هیات علمی، دانشجویان و دانش آموزان صاحب ایده و سرمایه گذاران در تمامی گرایش ها (تجهیزات و امکانات ورزشی، تجهیزات

آزمایشگاهی، تجهیزات توانبخشی، بیومکانیک، مهندسی و فناوری ورزشی، نرم افزارهای ورزشی، تغذیه ورزشی، گردشگری ورزشی، محیط زیست و ورزش، رسانه و ورزش، کسب و کارهای ورزشی) کمک نماید. از منظر تاثیر عامل بازار نیز پژوهش نشان داد توجه به نیاز مشتری و گرایش به بازار نقش اساسی در کارآفرینی شرکت های مذکور ایفا می کند. به علاوه یکی از معضلاتی که در کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان وجود دارد عدم توانایی شرکت های ورزشی دانش بنیان در تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح، خلق و مستند سازی دانش، عدم وجود طرح و نقشه راه کارآفرینی در ورزش است لذا پیشنهاد می گردد طراحی مجدد در ساختار دانشگاه ها بر اساس بازنگری مجدد ماموریت ها، وظایف و نقش ها، برنامه ریزی برای تغییر محتوای دروس دانشگاهی متناسب با نیازهای صنعت و گرایش بازار در راستای تحقق دانشگاه کارآفرین صورت پذیرد. از جمله شرایط زمینه ای (بسترساز)، بودجه و برنامه ریزی مالی، ساختار سازمانی مناسب، عوامل فردی کارآفرینان، مدیریت، بازار و رقابت، نوسانات اقتصادی، سیاسی و صنعت نیز از جمله عوامل موثر بر کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان بود. همچنین اجرای ساختار سازمانی مناسب و انعطاف پذیر مانند ساختار سازمانی N شکل در شرکت های ورزشی دانش بنیان سودمند به نظر می رسد. و با نظر به اینکه عوامل فردی کارآفرینان بر خلق محصولات مبتنی بر خلاقیت و نوآوری آنها موثر است پیشنهاد می شود که شرکت های ورزشی دانش بنیان جهت تقویت کارآفرینی، نیروی انسانی و مدیرانی انتخاب کنند که دارای ویژگی هایی چون ریسک پذیری، وظیفه شناسی، داشتن هدف و تعهد به رشد، روحیه کار تیمی، رفتار کارآفرینانه و.... باشند. یکی دیگر از عواملی که بر کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان موثر است همکاری مدیران در تمامی سطوح (عالی، میانی و عملیاتی) در کشور است. یکی دیگر از معضلاتی که در کارآفرینی شرکت های دانش بنیان وجود دارد انتخاب اعضای هیات علمی به عنوان مدیر شرکت دانش بنیان ورزشی است و از آنجا که اعضای هیات علمی، دانش و تجربه کافی در حیطه بازار و رقابت های محیطی ندارند منجر به شکست شرکت های ورزشی دانش بنیان خواهد شد. از نظر پاسخ دهندگان یکی دیگر از گره های اصلی بر سر راه تعامل و هم افزایی شرکت های ورزشی دانش بنیان ریشه در عدم توانایی در جلب همکاری اعضای هیات علمی و همکاری دانشگاه ها دارد که در این مورد ایجاد یک واحد تخصصی ورزشی دانش بنیان مادر در پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی و ناظر به تمام فعالیت های استارتاپی ورزشی می تواند سودمند باشد. استفاده از متخصصان و مشاوران حوزه های مختلف در شرکت ها، یکپارچگی عملیاتی و تاکتیکی تولید کنندگان و ارائه دهندگان خدمات ورزشی با ایجاد هم افزایی بین شرکت های ورزشی دانش بنیان، اساتید و نخبگان، برند سازی و توجه به عوامل فرهنگی و نقش بسزای رسانه ها در ترویج فرهنگ سازی خرید محصولات بومی از دیگر لازمه های رسیدن به شرکت های ورزشی دانش بنیان کارآفرین در ایران است.

همچنین تیم سازی، منابع انسانی متخصص و کارآفرین، ایجاد واحد تخصصی کارآفرینی دانش بنیان و دفتر ایده بازار در پژوهشگاه، وزارت ورزش و جوانان، علوم، آموزش و پرورش و نهادهای مسئول ضروری به نظر می رسد همچنین ایجاد پست های سازمانی کارآفرینی رسمی برای پیشبرد فرآیند خلق دانش در ادارات کل ورزش و جوانان، آموزش و پرورش، علوم، استفاده از نیروی انسانی کارآفرین به صورت NGO در فدراسیون ها و هیات های ورزشی و در اختیار قرار دادن امکانات، به منظور تسریع دسترسی به فناوری های نوین، ایده ها، ایده پردازان و مخترعان برتر ضروری به نظر می رسد. از طرفی با توجه به اینکه عامل اصلی ایجاد شرکت های ورزشی دانش بنیان کارآفرین محور، فرد نخبه و فنآور است و به دلیل عدم حمایت های کافی از سوی مسئولین کشور در سال های گذشته، شاهد خروج نخبگان از کشور هستیم لذا در صورت حمایت دولت و ایجاد، توسعه و کارآفرینی شرکت های دانش بنیان در حوزه ورزش و سایر رشته ها و ایجاد ارتباط بین نخبگان صنایع مختلف، نیروهای نخبه و فنآور توان علمی خود را مصروف تولید محصولات و خدمات با تکنولوژی بالا کرده و هم خود و هم جامعه در شرایط تحریم منتفع شده و از خروج آنها از کشور جلوگیری می شود. همچنین بر اساس یافته های پژوهش به مدیران شرکت های ورزشی دانش بنیان، وزارت ورزش و جوانان، آموزش و پرورش، علوم و سایر نهادهای مسئول در حوزه ورزش پیشنهاد می گردد با توجه به مدل طراحی شده، نسبت به بازنگری چشم انداز، راهبردها، سیاست ها، برنامه ها، طراحی و اجرای نظام های مناسب در راستای کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان اقدام نمایند و به سمت یک دولت جوان و استارتآپی حرکت نموده تا بدین وسیله ضمن ایجاد فضای کسب و کار مناسب برای فارغ التحصیلان ورزشی، زمینه ایجاد کسب و کار و تجارت جدید فراهم گردد و از این طریق راه رسیدن به اشتغال زایی در حوزه ورزش، رشد پایدار اقتصادی در شرایط تحریم، خلاقیت و نوآوری، افزایش ثروت ملی و سرمایه های اجتماعی با کاهش وابستگی بودجه و ثروت ملی کشور به درآمدهای نفتی و مدیریت هدفمند درآمدهای حاصل از شرکت های ورزشی دانش بنیان، برند سازی جهانی و در نهایت رشد، احیا و تجدید حیات شرکت های ورزشی دانش بنیان و توسعه همه جانبه ورزش کشور، توسعه ی پژوهش های تقاضا محور و کاربردی و ارتقای سطح اعتماد و رضایتمندی عمومی کشور را هموار سازد. و در نهایت با توجه به اینکه، در زمینه شرکت های ورزشی دانش بنیان اصلا به این موضوع پرداخته نشده لذا نتایج این تحقیق می تواند موجب گسترش و توسعه مفاهیم نظری در خصوص ایجاد، توسعه و کارآفرینی شرکت های ورزشی دانش بنیان را فراهم آورده و پایه ای برای موضوعات تحقیقاتی در این زمینه باشد.

The Development of a Strategic Model of Entrepreneur-Centered Knowledge Based Sports Companies in Iran: A Grounded Theory

Sahar Pirjamadi¹, Habib Honari*², Gholam Ali Kargar³, Gholam Reza Shabani Bahar⁴

(Received: 2019/6/13; Accepted: 2020/9/15)

Abstract

Almost a decade has passed since the adoption of the Entrepreneurs Protection Act in the form of knowledge-based companies. Therefore, it is necessary to conduct research on entrepreneurship and new businesses in the field of sports, otherwise known as knowledge-based sports companies. Thus, the aim of this study was to design a model of the entrepreneur-centered knowledge based sports companies in Iran. In this regard, the qualitative approach was taken and the Strauss & Corbin Grounded Theory method was used. After conducting 20 deep and semi-structured interviews with experts, theoretical saturation was obtained and the main issues were extracted after completing the coding process. After the findings were complete, structural and governmental factors, vision and processes, IT and hard infrastructure were found to be the main factors. Additionally, Internal and external factors of the company, and the creation of a specialized maternal institute were the contextual factors. Also, organizational and cultural factors were the interferer factors in this study. Team building factors, expert and entrepreneur human resources, support systems, and facilitation of regulations were the procedures of that this study found to result in an increase in employment, economic self-sufficiency, sport development and growth, and the revival of knowledge-based sports companies.

Key words: Entrepreneurship in sport, Iran, Knowledge based sports Companies, Strauss and Corbin, Strategic Model

¹ Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

² Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author)

³ Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

⁴ Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

منابع

1. Venkitachalam, K. & Willmott, H. (2017). " Strategic knowledge management insights and pitfalls. International Journal of Information Management." Volume 37. PP: 313-316.
2. Papian, Nahid. (2014). " Designing and explaining the model of knowledge based organization in national media." Ph.D. Thesis. PP:21-30. (Persian)
3. Danesh fard, Karam Allah. (2016). " Analyze the factors affecting the strategy of establishing knowledge-based companies and provide a suitable model." Strategic Management Research. Volume 22, Number 61. PP: 29-53. (Persian)
4. 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, Number 131. PP: 1-3.
5. Khaiatian, Mohammad Sadegh; Tabatabaaiian, Habib Allah; Amiri, Maghsod and Eliasi, Mehdi. (2015). " Content analysis of knowledge-based companies." Organizational Resource Management Research. Volume 5, PP: 21-47. (Persian)
6. Esfandiari, Zeinab; Naiiji, Mohammad javad. (2017). " The impact of entrepreneurial orientation and market orientation on the success of new product development in knowledge-based companies." Journal of Technology Development, Volume 13, Number 52. PP: 1-7. (Persian)
7. Eghbal Mojed; Safari, Ali and Shaemi Barzaki; Ali. (2018). " The impact of strategic entrepreneurship on business performance: The role of organizational dynamic capabilities and business environment confusion in Isfahan knowledge-based companies." Journal of Entrepreneurship Development, Volume 11, Number 1. PP: 1-19. (Persian)
8. Hadavi, Faride; Saatchian, Vahid; Azizi, Bahador and Mohammadi, Mohannad. (2017). " The role of obstacles to the development of entrepreneurship through sports in Hamadan province and providing executive solutions." Strategic Studies of Sports and Youth, Number 38. PP: 37-54. (Persian)
9. Hemme, F., Morais, D, G., Bowers, M, T. & Todd, J, S. (2017). " Extending sport_based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry." Sport Management Review. PP: 1-13.

10. Carton, G., McMillan, C., & Overall, J. (2018). "Strategic capacities in us universities - the role of business schools as institutional builders." Central and Eastern European Online Library. PP: 186-198.

11. Ratten, V. (2018). "Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach." Education Training. Number 60. PP: 490-499.

12. Hector, M., Campos, G., & Haces, A. (2014). "Towards a Theory for Strategic Posture in New Technology Based Firms." Journal of Technology Management & Innovation, Volume 9, Number 2. PP: 77-85.

13. Franziska, L., Gorkan, A. & Reece, A. (2014). " The relationship between the entrepreneurial personality and the big five personality traits." Personality and Individual Differences, Number 63. PP: 58-63.

14. Strauss, A; Corbin, J. (2011). " Principles of qualitative method. Translated by Buick Mohammadi." Research Institute Publications. PP: 25-31.

15. Mandalizadeh, Zeinab. (2017). "The Role of institutional factors in the development of sports businesses." 10th International Conference on Physical Education and Sport Sciences. (Persian)