

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۸، شماره ۳۰، پاییز ۱۳۹۹

ص ص: ۷۵-۵۹

موانع کلان تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی

معصومه گلکاری حق^۱ - مصطفی افشاری^{۲*} - زهرا علم^۳ - اکرم اصفهانی نیا^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران ۲. استادیار گروه

مدیریت ورزشی، پژوهشکده مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران ۳. استادیار، گروه

تربیت بدنی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران ۴. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول،

دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۰۶، تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۰۶/۰۳)

چکیده

تحقیق حاضر با هدف موانع کلان تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی طراحی شد. تحقیق حاضر از نوع، توصیفی تحلیلی است که به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق خبرگان حوزه مدیریت ورزشی بودند که در عرصه های دانش مدیریت ورزشی و تجاری سازی دانش، تجربه و تخصص مناسب را داشتند. ابزار تحقیق حاضر شامل پرسشنامه محقق ساخته بود. به منظور ساختاردهی به موانع مؤثر بر تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی از روش مدل سازی ساختاری تفسیری و همچنین روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. بدین سبب به منظور انجام روش آماری تحلیل عاملی اکتشافی از نرم افزار اسپاس اس استفاده شد. به منظور بررسی و تحلیل روش مدل سازی ساختاری تفسیری از نرم افزار میک مک استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که در کل شش عامل (مدیریتی، زیرساختی، آموزشی، فرهنگی، مالی و فردی) ۸۵/۹۷۶ درصد از واریانس کل سؤالات را در بر گرفت. نتایج همچنین نشان داد که موانع فردی، مهارتی و محیطی جزو موانع مستقل کلیدی است که بر سایر موانع تأثیر می گذارد. با توجه به یافته های تحقیق، مشخص شد که به منظور توسعه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی نیاز است تا برخی موانع فردی، مهارتی و محیطی مورد توجه قرار گیرد و برنامه ریزی به منظور رفع این موانع طراحی و اجرا شود.

واژه های کلیدی

تجاری سازی، تحقیقات، دانش، مدیریت ورزشی، موانع فردی، موانع محیطی.

مقدمه

دانش به عنوان یکی از ظرفیت‌های مهم در جوامع سبب شده است تا نقش مهمی در توسعه و عملکرد کشورها داشته باشد. دانش در شکل اولیه خود سبب ایجاد ظرفیت‌های تأثیرگذار نمی‌شود. به عبارتی به منظور بهره‌گیری از دانش نیاز است تا دانش ایجاد شده در مسیرهای خود استفاده شود (۱۲). تجاری‌سازی دانش از نیازهای مهم در جوامع به منظور استفاده از ظرفیت‌های موجود علم، آگاهی و دانش است (۲۵). تجاری‌سازی دانش به طور خلاصه به تبدیل علم به محصولات و خدمات اشاره دارد. تجاری‌سازی دانش همچنین به ورود دانش در صنعت و بهره‌گیری از آن در حوزه‌های مختلف اشاره دارد. تجاری‌سازی دانش اگرچه فواید بی‌شماری را به ارمغان می‌آورد، سبب ایجاد اعتباری ارزشمند برای تحقیقات محققان و به طور کلی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی می‌شود (۱۹). در مسیر تجاری‌سازی دانش نیاز است تا جنبه‌های مختلفی بررسی شود. به عبارتی تجاری‌سازی دانش نیازمند برخورداری از زیرساخت‌های مختلفی است که همین مسئله به بروز ابهاماتی در روند تجاری‌سازی دانش منجر شده است (۲۲). لی^۱ و همکاران (۲۰۲۰) مشخص کردند که تجاری‌سازی دانش به علت ابهامات موجود در روند توسعه آن دچار مشکلاتی شده است (۲۴). در توسعه تجاری‌سازی دانش نیاز است تا ابهامات موجود رفع و مسائل و جنبه‌های مختلف آن بررسی شود. به طور حتم روند توسعه تجاری‌سازی دانش در محیط‌های مختلف دچار مخاطرات مختلفی است که این مسئله سبب پیچیده شدن روند تجاری‌سازی دانش در سطح بین‌المللی شده است (۲۶). تجاری‌سازی نتایج تحقیق یکی از گام‌های مهم نظام نوآوری است که می‌توان آن را به صورت یک فرایند یا

حداقل یک فعالیت در نظر گرفت. تجاری‌سازی دانش در رشته‌ها و حوزه‌های مختلف وضعیت‌های گوناگونی را تجربه می‌کنند (۵). بی‌شک روند توسعه تجاری‌سازی دانش در تمامی رشته‌ها شرایط یکسانی ندارد و در برخی رشته‌ها و حوزه‌ها این مسئله وضعیت مناسبی دارد و در برخی رشته‌ها و حوزه‌ها نیز تجاری‌سازی دانش دچار مشکلات عمده‌ای است (۱۲). یکی از رشته‌های مهم در سطح بین‌المللی که همواره سعی در کمک به عملکرد صنعت و خدمات داشته است، ورزش است. حوزه‌های مختلف ورزش از جمله مدیریت ورزشی همواره در سطح جهانی نقش مهمی در بهبود عملکرد حوزه‌های مرتبط با ورزش داشته‌اند. از طرفی با انجام تحقیقات علمی و ایجاد نوآوری‌های مورد نیاز نقش مهمی در روند تجاری‌سازی تحقیقات در ورزش دارند (۲۱). اهمیت تجاری‌سازی تحقیقات در رشته مدیریت ورزشی نیز از جمله مسائل مهم و ضروری است. این در حالی است که با بررسی‌های انجام گرفته خلأ تحقیقاتی در این حوزه به خوبی مشاهده می‌شود. در تحقیقات مختلفی نگرانی‌هایی در خصوص کیفیت و کمیت تحقیقات مدیریت ورزشی به انجام رسیده است. همواره توسعه تحقیقات مدیریت ورزشی از جمله مسائلی بوده است که تمامی پژوهشگران در این حوزه روی این مسئله تمرکز داشته‌اند (۱۴). این مسئله اهمیت تحقیقات در مدیریت ورزشی را نشان می‌دهد. کلاوسن^۲ و همکاران (۲۰۱۸) اشاره کردند که تجاری‌سازی از مسائل مهم در حوزه مدیریت ورزشی است (۱۳). راتن^۳ (۲۰۱۱) مشخص کرد که قابلیت‌های رشته مدیریت ورزشی به منظور توسعه عملکرد ورزش سبب شده است تا تجاری‌سازی دانش در آن مهم مشخص شود (۲۷). وید^۴ (۲۰۰۵) نیز اشاره داشت که تجاری دانش مدیریت ورزشی می‌تواند به افزایش اعتبار این رشته نیز

3. Ratten
4. Weed

1. Li
2. Clausen

کمک کند (۳۰). اینجولراس^۱ (۲۰۰۲) در تحقیق خود اشاره کرد که تجاری سازی منابع انسانی در مدیریت ورزشی از مسائل مهم به منظور توسعه مدیریت ورزشی است (۱۸). جونز و همکاران (۲۰۰۸) اشاره داشتند که برنامه های موجود در مدیریت ورزشی می بایستی در پاسخ به نیازهای جامعه از جمله تجاری سازی در این رشته ورزشی در تمامی ابعاد از جمله تحقیقات باشد (۲۳). دوهرتی^۲ (۲۰۱۲) نیز در تحقیق خود اشاره کرد که رشته مدیریت ورزشی از جمله رشته های نوپاست که نیاز است تا با تحقیقات جامع و متنوع در این حوزه به گسترش این رشته دانشگاهی اقدام کرد. وی اشاره کرد که کاربردی کردن تحقیقات مدیریت ورزشی ضمن توسعه کمی و کیفی این رشته دانشگاهی، به تجاری سازی تحقیقات در مدیریت ورزشی منجر می شود (۱۵). اگرچه تحقیقات مختلفی تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی را مطالعه کرده اند، جنبه های مختلف تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی از جمله موانع موجود در این حوزه مطالعه نشده است. عدم بررسی موانع تجاری سازی دانش سبب می شود تا برنامه ریزی مناسبی به منظور توسعه تجاری سازی دانش ایجاد نشود. بی شک در روند تجاری سازی دانش موانعی وجود دارد که مطالعه این موانع می تواند آگاهی لازم در خصوص تجاری سازی دانش را افزایش دهد. تحقیقات مختلفی تجاری سازی دانش را بررسی و مطالعه کرده اند. بریزالپ^۳ (۲۰۱۷) مشخص کرد که موانع مربوط به افزایش آگاهی در خصوص ضرورت و کارکردهای تجاری سازی تحقیقات، نقش مؤثری در تجاری سازی تحقیقات در دانشگاه دارد (۸). دولماز و همکاران (۲۰۱۵) موانع مربوط به فناوری را یکی از موانع مهم در مسیر تجاری سازی تحقیقات مشخص کردند (۱۶).

فینی^۴ و همکاران (۲۰۱۹) مشخص کردند که محققان به واسطه ناهماهنگی میان نیازهای جامعه و تحقیقات خود نقش مهمی در عدم تجاری سازی دانش دارند (۲۰). از طرفی برخی تحقیقات انجام شده مشکلات بازاریابی موجود در نمایش و ارائه تحقیقات علمی را در روند تجاری سازی دانش مهم معرفی کردند (۲۶). حسین و همکاران (۲۰۱۸) مشکلات اقتصادی در ساختار یک جامعه را از جمله موانع در تجاری سازی دانش معرفی کردند. بی شک در محیط دارای سیستم ضعیف اقتصادی انتظار می رود که روند تجاری سازی دانش دچار مشکلات عمده ای شود (۲۲). انیس و احمد^۵ (۲۰۱۶) مشخص کردند که تجاری سازی دانش به یک فرهنگ کلی در صنایع نیاز دارد که بتواند پذیرای تحقیقات انجام گرفته در دانشگاه ها باشد (۶). علی^۶ و همکاران (۲۰۱۹) اشاره داشتند که نظارت بر روند تحقیقات علمی می تواند به تجاری سازی آن کمک کند (۴). بی شک عدم نظارت بر روند تحقیقات علمی انجام شده سبب شده است تا تجاری سازی دانش در ایران دچار مشکلات عمده ای شود (۱). عدم نظارت بر تحقیقات سبب می شود تا اعتبار تحقیقات دچار خدشه شود و این مسئله روند توسعه تجاری سازی دانش را مختل می کند (۷). ابهامات اساسی در خصوص موانع موجود در روند تجاری سازی دانش و همچنین معرفی موانع مختلف از سوی محققان سبب شده است تا نتوان به صورت کلی مجموعه ای از موانع را به منظور تجاری سازی دانش در سطح بین المللی و برای تمامی رشته های تحصیلی ارائه داد (۶). به عبارتی تفاوت های موجود در رشته های تحصیلی مختلف و همچنین تفاوت های اساسی در محیط های فرهنگی، اقتصادی و جغرافیایی کشورها سبب شده است تا امروزه به

5. Hussain

6. Anis & Ahmad

7. Anis & Ahmad

1. Enjolras

2. Doherty

3. Breazeal

4. Fini

شناسایی موانع تجاری سازی در هر رشته ای و در هر منطقه جغرافیایی نیاز باشد. با این توجه رشته مدیریت ورزشی نیز به عنوان رشته ای کلیدی در سطح بین المللی و ملی نیاز دارد تا تجاری سازی دانش خود را به صورت پایدار ایجاد کند.

رشته مدیریت ورزشی از جمله رشته های جدید در عرصه علوم انسانی است که در سطح بین المللی در حال گسترش و توسعه است. بررسی های تاریخی نشان می دهد که در سال ۱۹۶۶ اولین برنامه های آموزشی به منظور توسعه مدیریت ورزشی در دانشگاه اوهایو شکل گرفت (۲۳). تاریخی این رشته نشان می دهد که قدمت آن چندان تاریخی نیست و این مسئله لزوم توسعه و گسترش روزافزون در این رشته را نشان می دهد. این در حالی است که امروزه رشد تحقیقات شکل گرفته در حوزه مدیریت ورزشی سبب شده است تا این رشته در عرصه های علمی در مسیر رشد و توسعه قرار گیرد (۵). این در حالی است که ماهیت رشته تحصیلی مدیریت ورزشی، لزوم ایجاد تحقیقات جامع به منظور تجاری سازی در این رشته تحصیلی را به خوبی نشان می دهد (۱۱). خلاصه تحقیقاتی در خصوص تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی سبب شده است تا در سطح بین المللی استفاده چندان از این رشته تحصیلی نشود. در سطح ملی نیز امروزه رشته مدیریت ورزشی کمترین نقش را در روند حل مشکلات و رفع نیازهای ورزشی کشور دارد. این در حالی است که روند توسعه رشته های تحصیلی و مراکز علمی و تحقیقاتی در خصوص مدیریت ورزشی در کشور به سرعت در حال افزایش است. اگرچه زیرساخت های اولیه به منظور توسعه تحقیقات مدیریت ورزشی در بسیاری از این مراکز و دانشگاه ها وجود ندارد، اما از تحقیقات انجام گرفته در این حوزه نیز عملاً بهره چندان نشده است. رشد تعداد تحقیقات و نشریات تخصصی در حوزه مدیریت ورزشی و اجرای طرح های

پژوهشی گسترده در حوزه مدیریت ورزشی بیانگر رشد کمی دانش مدیریت ورزشی است. اگرچه از منظر کیفی نیاز است تا تحقیقات مدیریت ورزشی نیز بررسی و مطالعه شود، اما امروزه دانش مدیریت ورزشی در حوزه های سازمانی، صنعتی و خدماتی ورزش مورد بهره گیری قرار نگرفته است. از طرفی نبود شواهد علمی در خصوص موانع تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی سبب شده است تا شواهدی در خصوص علل عدم تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی ایجاد نشود. به عبارتی مشکلات موجود در روند توسعه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی در ایران نامشخص است که این مسئله ناشی از فقدان تحقیقات جامع در این خصوص است. این مسئله سبب شده است تا خلاصه تحقیقاتی ناشی از فقدان تحقیقات در خصوص شناسایی و بررسی موانع تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی درک شود. نبود تحقیقات جامع در خصوص موانع تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی در ایران سبب شده است تا آگاهی لازم در خصوص مشکلات موجود در روند تجاری سازی دانش در این رشته تحصیلی وجود نداشته باشد. به عبارتی این مسئله سبب شده است تا دغدغه لازم به منظور بهره گیری از دانش مدیریت ورزشی در روند توسعه صنایع و خدمات ورزشی در کشور ایران ایجاد نشود.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است که به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق خبرگان حوزه مدیریت ورزشی بودند که در عرصه های دانش مدیریت ورزشی و تجاری سازی دانش تجربه و تخصص مناسب را داشتند. با توجه به عدم شناخت از خبرگان آگاه به موضوع تحقیق، به منظور انتخاب نمونه های تحقیق از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده شد. براساس انتخاب گلوله برفی، تعداد ۱۸ نفر به عنوان نمونه تحقیق

مشخص شدند. جدول ۱، ویژگی های جمعیت شناختی خبرگان تحقیق را نشان می دهد.

جدول ۱. ویژگی های جمعیت شناختی خبرگان تحقیق

خبرگان	مدرک تحصیلی	سابقه شغلی	سمت	تخصص
خبره ۱	دکتری	۱۰ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت کسب و کار
خبره ۲	دکتری	۱۸ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۳	دکتری	۲۲ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۴	کارشناسی ارشد	۱۵ سال	عضو هیأت علمی	کسب و کار ورزشی
خبره ۵	دکتری	۱۲ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۶	دکتری	۸ سال	کارمند	مدیریت کسب و کار
خبره ۷	دکتری	۸ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت دولتی
خبره ۸	دکتری	۸ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۹	دکتری	۸ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۰	دکتری	۱۰ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۱	کارشناسی ارشد	۱۷ سال	مدیر سازمان	مدیریت تجاری سازی
خبره ۱۲	دکتری	۱۵ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۳	دکتری	۱۲ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۴	دکتری	۱۵ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۵	دکتری	۱۲ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۶	دکتری	۵ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت تجاری سازی
خبره ۱۷	دکتری	۷ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۸	دکتری	۵ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت تجاری سازی

ورزشی شناسایی شد و مورد اتفاق نظر خبرگان قرار گرفت و در نهایت این ۳۲ مانع، به عنوان موانع مؤثر بر توسعه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی مشخص شد؛ بنابراین روش دلفی در تحقیق حاضر در دو مرحله انجام گرفت. در نهایت به منظور چارچوب بندی موانع شناسایی شده از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

به منظور ساختاردهی به موانع مؤثر بر تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی از روش مدل سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. این پرسشنامه به مقایسه دوبه دو موانع کلی شناسایی شده در تحقیق حاضر براساس استانداردهای این روش می پردازد. روایی محتوایی این پرسشنامه ها با استفاده از نظرهای هفت تن از استادان دانشگاهی بررسی شد. همچنین در خصوص روایی محتوای

ابزار تحقیق حاضر، پرسشنامه محقق ساخته بود. این پرسشنامه به بررسی موانع تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی پرداخته است. این پرسشنامه دارای ۳۲ سؤال شامل ۳۲ مانع مؤثر بر توسعه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی بود. به منظور شناسایی این موانع از مطالعه جامع منابع و همچنین بررسی نظرهای خبرگان در قالب روش دلفی استفاده شد. بدین منظور در ابتدا تعداد ۲۲ مانع شناسایی شد و سپس با بررسی و انجام روش دلفی در مرحله اول، تعداد ۱۰ مانع دیگر از منظر خبرگان به موانع شناسایی شده اضافه شد. این ۱۰ مانع از جمله موانعی است که از منظر خبرگان، مربوط به شرایط و ویژگی های رشته مدیریت ورزشی در کشور ایران است. سپس در مرحله دوم روش دلفی، ۳۲ مانع مؤثر بر توسعه تجاری سازی دانش مدیریت

این پرسشنامه‌ها با استفاده از فرم‌های روایی سنجی شاخص روایی محتوایی و نسبت روایی محتوا تأیید شد. مقدار نسبت روایی محتوا با توجه به تعداد استادان (۷ نفر)، ۰/۹۹ و مقدار شاخص روایی محتوایی، ۰/۹۹ برای پرسشنامه‌ها به‌دست آمد؛ بنابراین روایی محتوای پرسشنامه‌های تحقیق تأیید شد.

همان‌طور که ذکر شد، برای انجام این پژوهش از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده است. این روش دارای پنج گام شامل ایجاد ماتریس خودتعاملی ساختاری، به‌دست آوردن ماتریس دستیابی، تعیین سطح و ماتریس استاندارد، تشکیل مدل ساختاری تفسیری و تحلیل میک‌مک است. بدین‌سبب به‌منظور انجام روش آماری تحلیل عاملی اکتشافی از نرم‌افزار اسپاس اس اس استفاده شد. به‌منظور بررسی و تحلیل روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری از نرم‌افزار میک‌مک استفاده شد. همچنین خروجی بخش مدل‌سازی ساختاری تفسیری مدل مفهومی بود که از روش تحلیل عاملی جهت بررسی روابط میان متغیرهای مدل استفاده شد. به‌عبارتی مدل تحقیق حاضر در بخش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌واسطه روش تحلیل عاملی بررسی و آزمون شد. بدین‌منظور برای تجزیه و تحلیل آن از نرم‌افزار پی‌اس‌اس^۱ استفاده شد. با توجه به تعداد نمونه‌های تحقیق، پیش‌فرض‌های استفاده از نرم‌افزارهای واریانس محور رعایت نشد و از این‌رو به‌منظور

انجام تحلیل عاملی از نرم‌افزارهای کوواریانس محور استفاده شد. از این‌رو نرم‌افزار پی‌اس‌اس نسخه ۲ به‌عنوان یک نرم‌افزار کوواریانس محور جهت تحلیل داده‌های تحقیق حاضر استفاده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

نتایج توصیفی تحقیق حاضر نشان داد که گروه سنی ۴۰-۵۰ سال با فراوانی ۴۷ درصد بیشترین فراوانی را در رده سنی دارا بود. همچنین نتایج توصیفی تحقیق مشخص کرد که سطح تحصیلات دکتری با حدود ۸۸/۸ درصد بیشترین فراوانی را در میان نمونه‌های تحقیق شامل شد. به‌منظور استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی، ابتدا، به‌منظور بررسی کفایت حجم نمونه‌برداری از آزمون کفایت نمونه‌برداری کیز-می-یر-الکین استفاده شد که میزان این آزمون ۰/۸۷۹ به‌دست آمد که بیانگر مناسب بودن میزان این آماره است. سپس برای اینکه مشخص شود همبستگی بین مواد آزمون در جامعه برابر صفر نیست، از آزمون کرویت بارتلست استفاده شد که نتایج این آزمون در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنادار شد. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که در کل ۷ مانع (مهارتی، فرهنگی، مالی-اقتصادی، فردی، محیطی، حمایتی-قانونی و بازاریابی) ۸۵/۹۷۶ درصد از واریانس کل سؤالات را در بر گرفت. جدول ۲ نتایج واریانس هریک موانع شناسایی شده را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نتایج واریانس موانع شناسایی شده

موانع	ارزش ویژه	درصدی از واریانس	درصد تجمعی
موانع حمایتی-قانونی	۷/۸۰۴	۲۷/۵۴۱	۲۷/۵۴۱
موانع مهارتی	۵/۸۷۹	۱۴/۵۶۲	۴۲/۱۰۳
موانع فردی	۳/۶۸۷	۱۳/۸۷۰	۵۵/۹۷۳
موانع محیطی	۲/۲۰۱	۱۱/۱۲۵	۶۷/۰۹۸
موانع مالی-اقتصادی	۲/۱۰۷	۱۰/۷۷۸	۷۷/۸۷۶
موانع فرهنگی	۱/۵۸۷	۴/۶۵۲	۸۲/۵۲۸
موانع بازاریابی	۱/۱۲۳	۳/۴۴۸	۸۵/۹۷۶

جدول ۳. نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی

ردیف	گویه ها	موانع حمایتی-قانونی	موانع مهارتی	موانع فردی	موانع محیطی	موانع مالی-اقتصادی	موانع فرهنگی	موانع بازاریابی
۱	فقدان آیین نامه ها و قوانین مربوط به تجاری سازی دانش در کشور	۰/۸۷۴						
۲	عدم پیاده سازی قوانین مربوط به حقوق مالکیت فکری در کشور	۰/۸۱۴						
۳	نبود سیاست های حمایتی دولتی در رشته مدیریت ورزشی	۰/۷۳۹						
۴	نبود آزادی عمل استادان مدیریت ورزشی در دانشگاه	۰/۷۱۰						
۵	عدم حمایت دانشگاه ها در جهت تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۷۰۱						
۶	نبود ابزارهای فناورانه جهت استفاده دانشجویان و استادان مدیریت ورزشی	۰/۶۸۵						
۷	دسترسی سخت و دشوار برخی دانشجویان و استادان مدیریت ورزشی به پایگاه های اطلاعاتی	۰/۵۲۲						
۸	نامناسب بودن شیوه های تدریس در مقاطع تحصیلی مدیریت ورزشی	۰/۸۲۳						
۹	پایین بودن سطح علمی استادان رشته مدیریت ورزشی	۰/۸۱۹						
۱۰	مهارت پایین دانشجویان و استادان در انجام تحقیقات کاربردی	۰/۷۱۴						
۱۱	نبود کارکنان متخصص در دانشگاه ها به منظور تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۶۲۲						
۱۲	نبود آموزش های پژوهش محور حقیقی در دانشگاه ها	۰/۶۰۹						
۱۳	نبود انگیزه از سوی دانشجویان و استادان به منظور تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۸۳۹						
۱۴	نبود خودباوری در میان دانشجویان و استادان به منظور تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۷۴۱						
۱۵	ناآشنایی دانشجویان و استادان با اولویت های بازار و صنعت در حوزه مدیریت ورزشی	۰/۶۹۸						
۱۶	عدم استفاده دانشجویان و استادان مدیریت ورزشی از تمامی پتانسیل ها و ظرفیت های دانشگاه ها و مراکز علمی	۰/۶۰۸						
۱۷	عدم آشنایی دانشجویان و استادان مدیریت ورزشی با پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری	۰/۵۶۲						
۱۸	نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۸۰۱						
۱۹	نبود فضای رقابتی در رشته مدیریت ورزشی به منظور کاربردی کردن تحقیقات مراکز علمی و دانشگاهی	۰/۷۷۹						
۲۰	نبود دغدغه از سوی بازار کار به منظور کاربردی کردن تحقیقات مدیریت ورزشی	۰/۶۰۹						
۲۱	عدم ارزیابی های دستاوردهای پژوهشی استادان و دانشجویان مدیریت ورزشی	۰/۵۸۷						
۲۲	نبود ارتباط با صنعت از سوی مراکز علمی و دانشگاه های فعال در رشته مدیریت ورزشی	۰/۵۱۲						
۲۳	پایین بودن میزان سرمایه گذاری های دانشگاه ها به منظور توسعه رشته مدیریت ورزشی و تحقیقات مربوط به این رشته	۰/۸۱۹						

ادامه جدول ۳. نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی

ردیف	گویه‌ها	موانع حمایتی-قانونی	موانع مهارتی	موانع فردی	موانع محیطی	موانع مالی-اقتصادی	موانع فرهنگی	موانع بازاریابی
۲۴	ریسک سرمایه‌گذاری و زمان بالای بازگشت سرمایه در ارتباط با تحقیقات مدیریت ورزشی					۰/۶۸۷		
۲۵	توزیع ناعادلانه منابع موجود در رشته مدیریت ورزشی					۰/۶۲۹		
۲۶	پایین بودن سهم پژوهشگران از درآمدهای حاصل از تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی					۰/۵۷۹		
۲۷	هزینه‌های بالای تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی					۰/۵۲۹		
۲۸	نبود شبکه‌سازی در حوزه تحقیقات در رشته مدیریت ورزشی						۰/۷۴۸	
۲۹	نبود فرهنگ کارآفرینی در میان دانشجویان و استادان رشته مدیریت ورزشی						۰/۶۲۹	
۳۰	نبود فرهنگ تحقیق و پژوهش گروهی در میان استادان و دانشجویان مدیریت ورزشی						۰/۵۵۸	
۳۱	نبود استراتژی‌های بازاریابی به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی							۰/۷۸۴
۳۲	نبود کمیته‌های بازاریابی به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی در دانشگاه‌ها و مراکز علمی							۰/۶۲۰

جدول ۳ نتایج بار عاملی مربوط به هر گویه و دسته‌بندی موانع را نشان می‌دهد.

همان‌طور که نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد، تعداد ۷ مانع مؤثر بر توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی وجود دارد. در این بین فقدان آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط به تجاری‌سازی دانش در کشور موجود با بار عاملی ۰/۸۷۴، مهم‌ترین گویه موانع حمایتی-قانونی؛ نامناسب بودن شیوه‌های تدریس در مقاطع تحصیلی مدیریت ورزشی با بار عاملی ۰/۸۲۳، مهم‌ترین گویه موانع مهارتی، نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی با بار عاملی ۰/۸۰۱، مهم‌ترین گویه موانع محیطی؛ نبود انگیزه از سوی دانشجویان و استادان به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی با بار عاملی ۰/۸۳۹، مهم‌ترین گویه موانع فردی؛ پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری‌های دانشگاه‌ها به‌منظور توسعه رشته مدیریت ورزشی و تحقیقات مربوط به این رشته با بار عاملی ۰/۸۱۹، مهم‌ترین گویه موانع مالی-اقتصادی؛ نبود شبکه‌سازی در حوزه تحقیقات در رشته مدیریت ورزشی با بار عاملی ۰/۷۴۸،

مهم‌ترین گویه موانع فرهنگی و در نهایت نبود کمیته‌های بازاریابی به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی در دانشگاه‌ها و مراکز علمی با بار عاملی ۰/۷۸۴، مهم‌ترین گویه موانع فردی است. از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌منظور ساختاردهی به موانع مؤثر بر توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی استفاده شد. در این تحقیق ۷ مانع شناسایی شده شامل موانع مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی، آموزشی، فردی و مالی به‌عنوان معیارها و عناصر مدنظر در مرحله اول روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. در ادامه تحقیق به‌منظور انجام روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، از ایجاد ماتریس خود تعاملی ساختاری استفاده شد.

در ادامه تحقیق ماتریس دسترسی نهایی مطابق با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌دست آمد. نتایج این ماتریس در جدول ۴ به نمایش گذاشته است.

جدول ۴. ماتریس خودتعاملی ساختاری

موانع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
موانع فردی (شماره ۱)	X		A	V	V	V	V
موانع مهارتی (شماره ۲)			X	V	V	V	V
موانع محیطی (شماره ۳)				V	O	O	O
موانع مالی-اقتصادی (شماره ۴)					V	O	O
موانع بازاریابی (شماره ۵)						V	V
موانع حمایتی-قانونی (شماره ۶)							O
موانع فرهنگی (شماره ۷)							

جدول ۵. ماتریس دسترسی نهایی

موانع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	نفوذ
موانع فردی (شماره ۱)	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۶
موانع مهارتی (شماره ۲)	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
موانع محیطی (شماره ۳)	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۶
موانع مالی-اقتصادی (شماره ۴)	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۲
موانع بازاریابی (شماره ۵)	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۳
موانع حمایتی-قانونی (شماره ۶)	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۲
موانع فرهنگی (شماره ۷)	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
وابستگی	۳	۲	۳	۴	۴	۵	۵	

جدول ۵ ماتریس نهایی را نشان می‌دهد. در این ماتریس علائم ۰ و ۱ پس از نوع روابط میان موانع تبیین شد و پس از اصلاحات انجام گرفته براساس روش مدل سازی ساختاری تفسیری، برخی از این اعداد تغییر یافت که این مسئله با علامت * مشخص شد. جدول ۵ سطح مربوط به هریک از موانع را نشان می‌دهد که سطح بندی های انجام گرفته بر اساس خروجی ها و ورودی های انجام شده است.

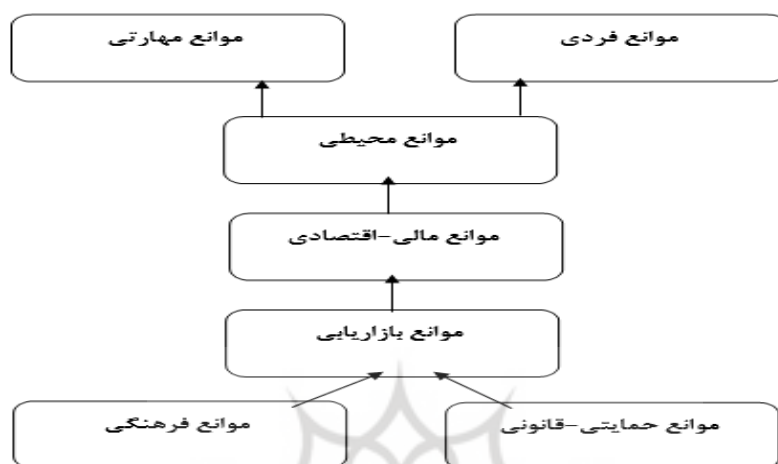
جدول ۶. تعیین سطح موانع شناسایی شده

موانع	ورودی	خروجی	مشترک	سطح
موانع فردی (شماره ۱)	۱،۳،۴،۵،۶،۷	۱،۲،۳	۱،۳	پنجم
موانع مهارتی (شماره ۲)	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷	۲،۳	۲،۳	پنجم
موانع محیطی (شماره ۳)	۱،۲،۳،۴،۶،۷	۱،۲،۳	۱،۲،۳	چهارم
موانع مالی-اقتصادی (شماره ۴)	۴،۵	۱،۲،۳،۴	۴	سوم
موانع بازاریابی (شماره ۵)	۵،۶،۷	۱،۲،۴،۵	۵	دوم
موانع حمایتی-قانونی (شماره ۶)	۶	۱،۲،۳،۵،۶	۶	اول
موانع فرهنگی (شماره ۷)	۷	۱،۲،۳،۵،۶،۷	۷	اول

با توجه به نتایج جدول ۶، مشخص شد که پنج سطح کلی، در تحقیق حاضر وجود دارد که این سطوح در قالب مدل در شکل ۱ به نمایش گذاشته است. مطابق با فرایند روش مدل سازی ساختاری تفسیری، در صورتی که ورودی ها و مشترکات هر مانع برابر باشد، به عنوان سطح اول مشخص می‌شوند. برای مثال در جدول ۶ موانع فرهنگی با ورودی ۷ و مشترکان ۷ دارای ورودی و مشترکات یکسان اند. این مسئله در موانع حمایتی-قانونی نیز مشخص است. از این رو این دو مانع به عنوان موانع سطح اول مشخص می‌شوند. این مسئله نشان دهنده زیربنایی بودن این موانع در راستای

فرهنگی و موانع حمایتی-قانونی، در سطح دوم موانع بازاریابی، در سطح سوم موانع مالی-اقتصادی، در سطح چهارم موانع محیطی و در نهایت در سطح پنجم موانع فردی و مهارتی قرار دارد.

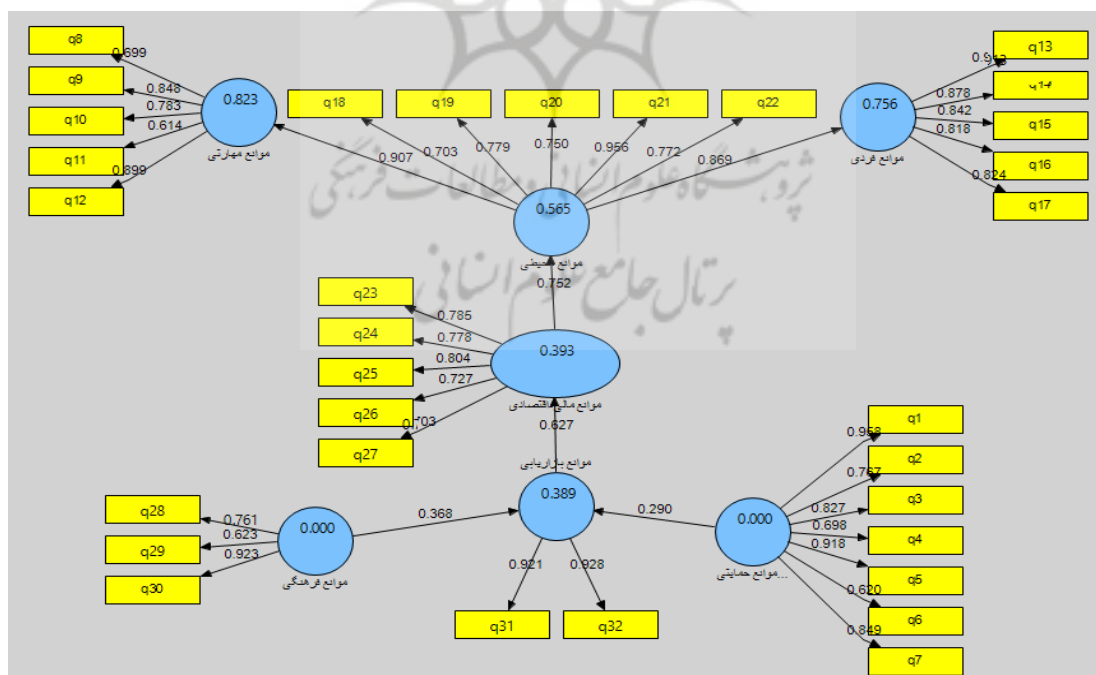
تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی است. پس از تعیین سطح اول، شماره این موانع از جدول حذف و بقیه موانع بررسی می شوند. این مرحله تا جایی که دیگر مانعی وجود نداشته باشد، انجام خواهد گرفت. در پایان مشخص شد که تحقیق حاضر دارای ۵ سطح است که در سطح اول، موانع



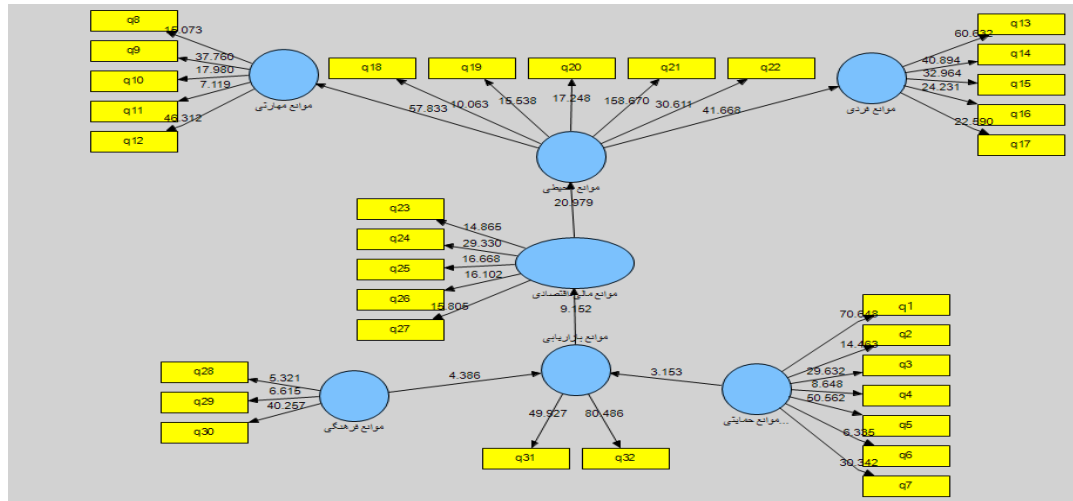
شکل ۱. مدل ساختاری تفسیری موانع

شکل ۲، نتایج آماری مدل تحقیق در حالت بار عاملی

و میزان تی را نشان می دهد.



شکل ۲. مدل آماری تحقیق در حالت بارهای عاملی



شکل ۳. مدل تحقیق در حالت معناداری تی

جدول ۷ برازش مدل تحقیق حاضر را نشان می دهد.

جدول ۷. شاخص های برازش مدل آماری تحقیق

موانع حمایتی - قانونی	موانع مهارتی	موانع فردی	موانع محیطی	موانع اقتصادی	موانع فرهنگی	موانع بازاریابی	
آلفای کرونباخ	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۸۵	۰/۸۲	۰/۸۴	۰/۸۱	
پایایی ترکیبی	۰/۹۲	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۸۴	
روایی همگرا	۰/۶۲	۰/۵۷	۰/۴۸	۰/۵۹	۰/۵۲	۰/۶۳	
R ²	-	۰/۸۲۳	۰/۷۵۶	۰/۵۶۵	۰/۳۹۳	-	۰/۳۸۹
Q ²	۰/۷۴	۰/۶۲	۰/۶۰	۰/۷۱	۰/۶۲	۰/۶۶	۰/۶۸
GOF	-	۰/۷۱۴	۰/۶۷۳	۰/۶۳۳	۰/۴۹۳	-	۰/۵۱۴

نتایج برازش مدل تحقیق حاضر نشان می دهد که مدل تحقیق در تمامی شاخص ها از سطح مناسبی برخوردار است، از این رو می توان گفت که مدل تحقیق حاضر از برازش مناسبی برخوردار است.

تحلیل میک مک

در این مرحله با استفاده از نرم افزار میک مک نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص خواهد شد و پس از تعیین قدرت نفوذ یا اثرگذاری و قدرت وابستگی موانع، می توان تمامی موانع شناسایی شده را در یکی از خوشه های چهارگانه روش ماتریس اثر متغیرها در چهار گروه طبقه بندی کرد. اولین گروه شامل متغیرهای

مستقل (خودمختار) می شود که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی دارند. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها مجزا هستند و ارتباطات کمی دارند. گروه دوم متغیرهای وابسته اند که از قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی بالایی برخوردارند. گروه سوم متغیرهای پیوندی هستند که از قدرت نفوذ و وابستگی بالایی برخوردارند. در واقع هر گونه عملی بر روی این متغیرها سبب تغییر در سایر متغیرها می شود. گروه چهارم متغیرهای مستقل (کلیدی) را در برمی گیرد. این متغیرها دارای قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی می باشند. شکل ۴، تحلیل میک مک در تحقیق حاضر را به نمایش گذاشته است.

قدرت نفوذ	۸	گروه چهارم متغیرهای مستقل (کلیدی)				گروه سوم متغیرهای پیوندی		
	۷		۲					
	۶			۱-۳				
	۵							
	۴							
	۳				۵			
	۲				۴	۶		
	۱	گروه اول متغیرهای مستقل				۷	گروه دوم متغیرهای وابسته	
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
قدرت وابستگی								

شکل ۴. تحلیل میک مک

مسئله لزوم برنامه‌ریزی در این حوزه را بیش از پیش مشخص می‌کند (۶). دولمانز و همکاران (۲۰۱۵) مشخص کردند که برخی موانع مربوط به تکنولوژی، تجهیزات و زیرساخت‌ها از جمله موانع مهم تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌هاست (۱۶). این در حالی است که در تحقیق حاضر موانع مربوط به فناوری و تکنولوژی بسیار کم‌رنگ بود و در موانع شناسایی‌شده جایگاه مهمی ندارد. با این توجه می‌توان گفت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات دولمانز و همکاران (۲۰۱۵) ناهمخوان است. با توجه به اینکه تحقیق دولمانز و همکاران (۲۰۱۵) در میان تمامی رشته‌های دانشگاهی انجام شده و از طرفی رشته مدیریت ورزشی با بسیاری از رشته‌های دیگر مهندسی و پزشکی متفاوت است، از این‌رو علت بروز این ناهمخوانی را می‌توان تفاوت‌های احتمالی در میان محیط و رشته‌های مورد بررسی در تحقیق حاضر و تحقیق دولمانز و همکاران (۲۰۱۵) دانست. از طرفی این مسئله نشان می‌دهد که برخی حوزه‌های اصلی به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی از جمله مسائل مربوط به افراد، استادان و دانشجویان از اهمیت بیشتری برخوردار است و در فضای فعلی مهم‌تر است. دولی و کنی (۲۰۱۵) مشخص کردند که برخی حیطه‌های مربوط به مهارت، حمایت، قوانین و فردی از جمله حیطه‌های مهم در مسیر تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی است (۱۷). کارتالوس و همکاران (۲۰۱۸) نیز

با توجه به جدول بالا مشخص شد که موانع فرهنگی و موانع حمایتی-قانونی جزو موانع وابسته‌اند که بیشتر از سوی سایر موانع تأثیرپذیرند. نتایج همچنین نشان داد که موانع فردی، مهارتی و محیطی جزو موانع مستقل کلیدی است که بر سایر موانع تأثیرگذار است. نتایج نشان داد که موانع مالی-اقتصادی و موانع بازاریابی جزو موانع مستقل خودمختار است که سبب تأثیرگذاری بر سایر موانع است. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها مجزا هستند و ارتباطات کمی دارند. نتایج تحقیق همچنین نشان داد که از میان موانع شناسایی‌شده، هیچ‌کدام جزء متغیرهای پیوندی نیست.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که هفت مانع فردی، محیطی، مهارتی، مالی-اقتصادی، حمایتی-قانونی، بازاریابی و فرهنگی در توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی نقش بسزایی دارند. گستردگی موانع ایجادشده در خصوص توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی ناشی از پیچیدگی تجاری‌سازی دانش و نیاز به زیرساخت‌های اولیه در این حوزه است. این مسئله نیاز به برنامه‌ریزی‌های جامع به‌منظور توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی را نشان می‌دهد. انیس و احمد (۲۰۱۶) اشاره داشتند که موانع گسترده‌ای در روند تجاری‌سازی دانش وجود دارد که این

مشخص کردند که در مسیر تجاری سازی دانش برخی موانع مهارتی، فرهنگی و بازاریابی نقش مهمی را ایفا می کنند (۹).
 اپادهاپالا و همکاران (۲۰۱۸) نیز مشخص کردند که عوامل زمینه ای از جمله مسائل قانونی و زیرساختی و همچنین عوامل فردی از جمله کارآفرینی و توانایی های نوآوری پژوهشگران، عوامل مهم و اساسی در مسیر تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی است (۲۹). کشاورز، فراهانی و علیزاده (۱۳۹۶) در تحقیق خود پی بردند که شش عامل زیرساخت های مالی و اداری، توانمندی های محقق، نظام آموزشی، راهبردهای تحقیقاتی و تعاملی، شخصیتی و فرهنگی و شبکه اطلاعاتی بر رفتار ذی نفعان در تجاری سازی تحقیقات فیزیولوژی ورزش تأثیر دارند (۳).
 با این توجه می توان گفت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات دولی و کنی (۱۷)، کارتالوس و همکاران (۹)، اپادهاپالا و همکاران (۲۹) و همچنین نتایج تحقیقات کشاورز و همکاران (۳) همخوان است. به نظر می رسد در مسیر تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی موانع مختلفی وجود دارد که هریک از این موانع سبب مختل شدن فرایند تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی شده است. این مسئله نشان دهنده این مهم است که برنامه ریزی تک بعدی به منظور رفع موانع موجود در توسعه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی کاربرد مناسبی نخواهد داشت و نیاز به نگاه عمیق و جامع در مسیر رفع موانع تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی است.

در میان موانع شناسایی شده، موانع فردی، مهارتی و محیطی نقش مهمی را ایفا می کنند. نتایج مدل سازی ساختاری تفسیری در تحقیق حاضر مشخص کرد که موانع فردی، مهارتی و محیطی به عنوان موانع مستقل کلیدی بر سایر موانع تأثیر می گذارد. این مسئله نشان دهنده این مهم است که موانع فردی، مهارتی و محیطی به واسطه قدرت نفوذ خود سبب شکل گیری سایر موانع می شوند. به عبارتی

برنامه ریزی به منظور رفع این موانع می تواند بسیاری از مشکلات موجود در مسیر تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی را رفع کند. ترکیان تبار، محاسماعیل و نوشین فرد (۱۳۹۵) در تحقیق خود مشخص کردند که برخی موانع از جمله موانع فردی و محیطی نقش مهمی در فرایند تجاری نتایج تحقیقات علمی دارد (۲). دولی و کنی (۲۰۱۵) نیز مشخص کردند که موانع فردی و مهارتی نقش مهمی در مسیر تجاری سازی دانش دارد (۲۱). با این توجه می توان گفت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات ترکیان تبار و همکاران (۳۲) دولی و کنی (۱۷) و هیملسکی و پاول (۲۱) همخوان است.

موانع فردی با کاهش انگیزش دانشجویان و استادان به منظور تجاری سازی سبب می شود تلاش های اولیه در این حوزه شکل نگیرد. در حقیقت موانع فردی ضمن تأثیرگذاری بر تلاش های اولیه به منظور تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی سبب عدم خودباوری در میان دانشجویان و استادان به منظور تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی می شود. اگرچه در تحقیقات دولی و کنی (۲۰۱۵) و هیملسکی و پاول (۲۰۱۷) به برخی مسائل فردی به منظور تجاری سازی دانش اشاره شده است، منظور از مشکلات مهارتی موجود در این تحقیقات، ضعف در انجام تحقیقات علمی نبوده، بلکه ضعف در آشنایی با خلأهای صنعتی موجود است. این در حالی است که در ایران به نظر می رسد محققان مدیریت ورزشی نیز این مشکل را دارند و با توجه به برخورداری از توانایی های علمی به منظور انجام تحقیقات علمی، اما در هماهنگی میان تحقیقات خود و خلأهای موجود جامعه دچار مشکلات عمده ای هستند.

از طرفی موانع مهارتی نیز به عنوان مانع مهم دیگر در جهت توسعه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی، ارتباط

نزدیکی با موانع فردی دارد. به نوعی بخشی از موانع مهارتی، نشأت گرفته شده از نبود انگیزش در میان دانشجویان و استادان است. یکی از مسائل مهم در موانع مهارتی، نامناسب بودن شیوه های تدریس در دانشگاه هاست. عدم ارتقای روحیه پژوهشی دانشجویان به عنوان یکی از مهم ترین مشکلات روش های تدریس فعلی قابل درک است. کائوفیلد و اوگاویگو (۲۰۱۵) مشخص کردند که روش های تدریس استادان نقش مهمی در تجاری سازی دانش و همچنین ارتقای روحیه پژوهشی دانشجویان دارد (۱۰). ضعف در نظام آموزشی یکی از مشکلات موجود در روند تجاری سازی دانش است (۲۸). از طرفی مطابق با تحقیقات فیناردی و برزنیتز (۲۰۱۷) و باگیچسن (۲۰۰۷) ضعف در نظام آموزشی سبب می شود تا مهارت های مناسبی به منظور کاربردی کردن تحقیقات ایجاد نشود (۱۹، ۷). به نظر می رسد مشکلات آموزشی در مدیریت ورزشی نشأت گرفته شده از ضعف آموزشی-پژوهشی موجود در نظام آموزشی کشور ایران است که مطابق با الگوهای جدید و نوین بین المللی نیست و همچنان در دانشگاه های بسیاری روند آموزش به صورت سنتی خود است. این مسئله بدون شک ضمن کاهش اعتبار علم و دانش ایجاد شده از این محیط ها سبب می شود تا تحقیقات علمی مناسب جهت کاربردی شدن نیز شکل نگیرد.

از طرفی موانع محیطی، به عنوان موانعی که شرایط کلی را به منظور عدم تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی فراهم می کند، نقش مهمی در شکل گیری سایر موانع دارد. ترکیان تبار و همکاران (۱۳۹۵) مشخص کردند که موانع محیطی شرایط کلی تجاری سازی تحقیقات را تحت تأثیر قرار می دهد (۲). به عبارتی موانع محیطی با ایجاد برخی مشکلات کلی برای دانشجویان و استادان سبب مختل شدن فرایند تجاری سازی تحقیقات مدیریت ورزشی می شود. در

این بین نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی به عنوان یکی از مهم ترین گویه های موانع محیطی، نقش مهمی را ایفا می کند. مشخص شده که وجود مراکز آموزشی تخصصی به منظور تجاری سازی دانش نقش مهمی در بهبود فرایند تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی دارد. به نظر می رسد نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی سبب شده است تا دغدغه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی به وجود نیاید. از طرفی موانع محیطی، فردی و مهارتی سبب خواهد شد تا علاوه بر کاهش ضرورت تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی، پتانسیل ها و فواید تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی را نیز پنهان کند و سبب مختل شدن تمامی حوزه های درگیر در فرایند تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی شود. فقدان نظارت ها در روند تحقیقات سبب می شود تا اعتبار تحقیقات انجام شده در سطح مناسبی نباشد. با توجه به فقدان نظارت ها در خصوص تحقیقات علمی انجام شده در حوزه مدیریت ورزشی و به طور کلی در تمامی رشته ها در ایران می توان انتظار داشت که اعتبار دانش ایجاد شده مدیریت ورزشی در سطح مطلوبی نباشد که بتواند در قالب تجاری سازی مورد استفاده حوزه های مربوط به ورزش قرار گیرد.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر و مشخص شدن اهمیت موانع فردی در تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی پیشنهاد می شود تا با برگزاری نشست های مشترک میان محققان و مدیران صنایع و حوزه های ورزشی به مشخص کردن اولویت ها و نیازهای مهم صنایع و حوزه های مربوط به ورزش برای محققان مدیریت ورزشی اقدام کرد. همچنین در این خصوص پیشنهاد می شود تا بازدیدهای علمی از صنایع، خدمات و سازمان های ورزشی برای محققان و دانشجویان مدیریت ورزشی به منظور شناسایی مشکلات

ورزشی اقدام کرد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر و مشخص شدن اهمیت موانع محیطی در تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی پیشنهاد می شود تا انجمن های تخصصی در خصوص مدیریت ورزشی جهت مدیریت و توانمندسازی محققان حوزه مدیریت ورزشی ایجاد شود. همچنین دانشکده های تربیت بدنی و مراکز علمی در حوزه ورزش کمیته ها و گروه های ویژه تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی ایجاد شود. در این خصوص پیشنهاد می شود تا این کمیته ها و گروه ها سعی در ایجاد ارتباطات مستقیم میان محققان با صنایع، خدمات و سازمان های ورزشی داشته باشند.

موجود این حوزه ها انجام گیرد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر و مشخص شدن اهمیت موانع مهارتی در تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی پیشنهاد می شود تا با برگزاری دوره های بین المللی برای استادان مدیریت ورزشی ایران و حضور آنان در کشورهای توسعه یافته به افزایش مهارت و معلومات در خصوص تجاری سازی دانش مدیریت ورزشی آنان اقدام کرد. همچنین در این خصوص پیشنهاد می شود تا با ایجاد و اجرای استانداردهای آموزشی، نحوه تدریس و سرفصل های درسی را با تجاری سازی دانش هماهنگ کنند. در این خصوص می توان با وضع استانداردهای شفاف و ایجاد چک لیست هایی به اجرایی کردن مسائل مربوط به نحوه تدریس در رشته مدیریت

منابع و مآخذ

۱. پرندی، منصور؛ قهرمانی، محمد؛ ابوالقاسمی، محمود؛ فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۳). «موانع تجاری سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی در رشته های علوم پایه دانشگاه های تهران»، آموزش عالی ایران، ش ۶، دوره ۴، ص ۱۰۶-۸۳.
۲. ترکیان تبار، منصور؛ محمد اسماعیل، صدیقه؛ نوشین فرد، فاطمه. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر تجاری سازی نتایج تحقیقات علمی در شرکت های دانش بنیان ایران»، تعامل انسان و اطلاعات، ش ۳، دوره ۳، ص ۴۲-۳۲.
۳. کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل؛ علیزاده، ابوالفضل. (۱۳۹۶). «تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار ذی نفعان در تجاری سازی تحقیقات ورزشی»، مطالعات مدیریت رفتاری سازمانی در ورزش، ش ۴، دوره ۳، ص ۲۰-۱۱.
4. Ali, J., Ullah, H., & Sanauddin, N. (2019). Postgraduate Research Supervision: Exploring the Lived Experience of Pakistani Postgraduate Students. FWU Journal of Social Sciences, 13(1).
5. Alsop, W.L. & Fuller, G.C. (2000). Directory of academic programs in sport management. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, 1-22.
6. Anis, M., & Ahmad, N. (2016). Plant tissue culture: a journey from research to commercialization. In Plant Tissue Culture: Propagation, Conservation and Crop Improvement (pp. 3-13). Springer, Singapore.
7. Bagchi-Sen, S. (2007). Strategic considerations for innovation and commercialization in the US biotechnology sector. European Planning Studies, 15(6), 753-766.
8. Breazeal, C. (2017). Social robots: from research to commercialization. In Proceedings of the 2017 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction (pp. 1-1). ACM.
9. Cartalos, O., Svoronos, A. N., & Carayannis, E. G. (2018). The Evaluation Process of Research Commercialization Proposals and its Links to University Technology Transfer

- (TT) Strategy: A Case Study. In *From Agriscience to Agribusiness* (pp. 277-315). Springer, Cham.
10. Caulfield, T., & Ogbogu, U. (2015). The commercialization of university-based research: Balancing risks and benefits. *BMC medical ethics*, 16(1), 70-78.
 11. Chalip, L. (2006). Toward a distinctive sport management discipline. *Journal of sport management*, 20(1), 1-21.
 12. Chatterjee, D., Leisyte, L., Dasappa, S., & Sankaran, B. (2018). University research commercialization in emerging economies: a glimpse into the 'black box'. *Science and Public Policy*, 45(3), 361-372.
 13. Clausen, J., Bayle, E., Giauque, D., Ruoronen, K., Lang, G., Schlesinger, T., & Nagel, S. (2018). International sport federations' commercialisation: a qualitative comparative analysis. *European Sport Management Quarterly*, 1-20.
 14. Costa, C. A. (2000). Future of sport management research: a delphi story (Doctoral dissertation, *Journal of Sport Management*, 19(2), 117-142).
 15. Doherty, A. (2012). "It takes a village:" Interdisciplinary research for sport management. *Journal of Sport Management*, 27(1), 1-10.
 16. Dolmans, S., Shane, S., Jankowski, J., Reymen, I., & Romme, G. (2015, January). Investigating Status Effects in University Technology Commercialization. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2015, No. 1, p. 14566). Academy of Management.
 17. Dooley, L., & Kenny, B. (2015). Research Collaboration and Commercialization: The PhD Candidate Perspective. *Industry and Higher Education*, 29(2), 93-110.
 18. Enjolras, B. (2002). The commercialization of voluntary sport organizations in Norway. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 31(3), 352-376.
 19. Finardi, U., & Breznitz, S. M. (2017). Factors affecting university commercialization: Evidence from Italy. *EKONOMIAZ. Revista vasca de Economía*, 92(02), 222-245.
 20. Fini, R., Rasmussen, E., Wiklund, J., & Wright, M. (2019). Theories from the lab: how research on science commercialization can contribute to management studies. *Journal of Management Studies*, 56(5), 865-894.
 21. Hmieleski, K., & Powell, E. E. (2017). The psychological foundations of university science commercialization: A review of the literature and directions for future research. *Academy of Management Perspectives*, 32(1), 1-13.
 22. Hussain, W. M. H. W., Ab Rahman, M. N., & Zainol, Z. A. (2018). From University to Industry: Problem Challenges Commercialization Nanotechnology. *International Information Institute (Tokyo). Information*, 21(3), 885-894.
 23. Jones, D. F., Brooks, D. D., & Mak, J. Y. (2008). Examining sport management programs in the United States. *Sport Management Review*, 11(1), 77-91.
 24. Li, Y., Zhong, Z., Guan, J., Zhou, J., & Li, J. (2020). Firm size affecting efficiency of production and commercialization of knowledge: embedded in cluster development. *Asian Journal of Technology Innovation*, 1-25.

25. Mokhtar, A. H. A., Amboala, T., & Richardson, J. (2018). Entrepreneurship for Commercialization of University IT Research Outcomes. *Advanced Science Letters*, 24(2), 1443-1446.
26. Peifer, J. L., Johnson, D. R., & Ecklund, E. H. (2019). The moral limits of the market: science commercialization and religious traditions. *Journal of Business Ethics*, 157(1), 183-197.
27. Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International entrepreneurship and management journal*, 7(1), 57-69.
28. Smilor, R. W., Dietrich, G. B., & Gibson, D. V. (1993). The entrepreneurial university: The role of higher education in the United States in technology commercialization and economic development. *International Social Science Journal*, 45(135), 1-11.
29. Upadhyayula, V. K., Gadhamshetty, V., Shanmugam, K., Souihi, N., & Tysklind, M. (2018). Advancing game changing academic research concepts to commercialization: A Life Cycle Assessment (LCA) based sustainability framework for making informed decisions in Technology Valley of Death (TVD). *Resources, Conservation and Recycling*.
30. Weed, M. (2005). Research synthesis in sport management: Dealing with "chaos in the brickyard". *European Sport Management Quartely*, 5(1), 77-90.



The Great Barriers to the Commercialization of Sport Management Knowledge

Masoumeh Golkari Hagh¹- Mostafa Afshari*² - Zahra Alam³ -Akram Esfahaninia⁴

1.PhD Student, Department of Physical Education, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran 2.Assistant Professor, Sport Management Department, Sport Management Research Center, Physical Education and Sport Sciences Research Institute, Tehran, Iran 3.Assistant Professor, Department of Physical Education, Roudehen Branch, Islamic Azad University, Roudehen, Iran 4.Assistant Professor, Department of Physical Education, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

(Received:2019/09/28;Accepted:2020/08/24)

Abstract

The aim of this study was to analyze the great barriers to the commercialization of sport management knowledge. The present study was descriptive-analytic that was conducted as a field. The statistical population included sport management experts who had the proper knowledge, experience and expertise in sport management and commercialization of knowledge. A researcher-made questionnaire was used to collect data. In order to structure the barriers affecting the commercialization of sport management knowledge, interpretive structural modeling and exploratory factor analysis method were used. Therefore, SPSS software was used for exploratory factor analysis. The MicMac software was used to investigate and analyze the interpretive structural modeling. The results of exploratory factor analysis revealed that totally 6 factors (management, infrastructure, educational, cultural, financial and personal) included 85.976% of the total variance of the items. The results also showed that personal, skill and environmental barriers were key independent barriers that affected other barriers. According to these findings, it was determined that it is necessary to pay attention to some personal, skill and environmental barriers in order to develop the commercialization of knowledge of sport management and there should be planning to eliminate these barriers.

Keywords

Commercialization, environmental barriers, knowledge, personal barriers, research, sport management.

* Corresponding Author: Email: afshari.ua@gmail.com, Tel: +989124633979