

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<sup>۱</sup> - مصطفی افشاری<sup>۲\*</sup> - زهرا علم<sup>۳</sup> - اکرم اصفهانی نیا<sup>۴</sup>

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 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 به‌عنوان 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. به‌عبارتی به‌منظور بهره‌گیری از دانش نیاز است تا دانش ایجاد شده در مسیرهای خود استفاده شود (۱۲). تجاری‌سازی دانش از نیازهای مهم در جوامع به‌منظور استفاده از ظرفیت‌های موجود علم، آگاهی و دانش است (۲۵). تجاری‌سازی دانش به‌طور 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 به‌طور کلی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی می‌شود (۱۹). در مسیر تجاری‌سازی دانش نیاز است تا جنبه‌های مختلفی بررسی شود. به‌عبارتی تجاری‌سازی دانش نیازمند برخورداری از زیرساخت‌های مختلفی است که همین مسئله به بروز ابهاماتی در روند تجاری‌سازی دانش منجر شده است (۲۲). لی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) مشخص کردند که تجاری‌سازی دانش به‌علت 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. به‌طور 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 به‌صورت 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 به‌خوبی 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<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) اشاره کردند که تجاری‌سازی از مسائل مهم در حوزه مدیریت ورزشی است (۱۳). راتن<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) مشخص کرد که قابلیت‌های رشته مدیریت ورزشی به‌منظور توسعه عملکرد ورزش سبب شده است تا تجاری‌سازی دانش در آن مهم مشخص شود (۲۷). وید<sup>۴</sup> (۲۰۰۵) نیز اشاره داشت که تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی می‌تواند به افزایش اعتبار این رشته نیز

3. Ratten  
4. Weed

1. Li  
2. Clausen

فینی<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۹) مشخص کردند که محققان به‌واسطه ناهماهنگی میان نیازهای جامعه و تحقیقات خود نقش مهمی در عدم تجاری‌سازی دانش دارند (۲۰). از طرفی برخی تحقیقات انجام‌شده مشکلات بازاریابی موجود در نمایش و ارائه تحقیقات علمی را در روند تجاری‌سازی دانش مهم معرفی کردند (۲۶). حسین و همکاران (۲۰۱۸) مشکلات اقتصادی در ساختار یک جامعه را از جمله موانع در تجاری‌سازی دانش معرفی کردند. بی‌شک در محیط دارای سیستم ضعیف اقتصادی انتظار می‌رود که روند تجاری‌سازی دانش دچار مشکلات عمده‌ای شود (۲۲). انیس و احمد<sup>۵</sup> (۲۰۱۶) مشخص کردند که تجاری‌سازی دانش به یک فرهنگ کلی در صنایع نیاز دارد که بتواند پذیرای تحقیقات انجام‌گرفته در دانشگاه‌ها باشد (۶). علی<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۹) اشاره داشتند که نظارت بر روند تحقیقات علمی می‌تواند به تجاری‌سازی آن کمک کند (۴). بی‌شک عدم نظارت بر روند تحقیقات علمی انجام‌شده سبب شده است تا تجاری‌سازی دانش در ایران دچار مشکلات عمده‌ای شود (۱). عدم نظارت بر تحقیقات سبب می‌شود تا اعتبار تحقیقات دچار خدشه شود و این مسئله روند توسعه تجاری‌سازی دانش را مختل می‌کند (۷).

ابهامات اساسی در خصوص موانع موجود در روند تجاری‌سازی دانش و همچنین معرفی موانع مختلف از سوی محققان سبب شده است تا نتوان به‌صورت کلی مجموعه‌ای از موانع را به‌منظور تجاری‌سازی دانش در سطح بین‌المللی و برای تمامی رشته‌های تحصیلی ارائه داد (۶). به‌عبارتی تفاوت‌های موجود در رشته‌های تحصیلی مختلف و همچنین تفاوت‌های اساسی در محیط‌های فرهنگی، اقتصادی و جغرافیایی کشورها سبب شده است تا امروزه به

کمک کند (۳۰). اینجولراس<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) در تحقیق خود اشاره کرد که تجاری‌سازی منابع انسانی در مدیریت ورزشی از مسائل مهم به‌منظور توسعه مدیریت ورزشی است (۱۸). جونز و همکاران (۲۰۰۸) اشاره داشتند که برنامه‌های موجود در مدیریت ورزشی می‌بایستی در پاسخ به نیازهای جامعه از جمله تجاری‌سازی در این رشته ورزشی در تمامی ابعاد از جمله تحقیقات باشد (۲۳). دوهرتی<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) نیز در تحقیق خود اشاره کرد که رشته مدیریت ورزشی از جمله رشته‌های 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 تجاری‌سازی تحقیقات در مدیریت ورزشی منجر می‌شود (۱۵). اگرچه تحقیقات مختلفی تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی را مطالعه کرده‌اند، جنبه‌های مختلف تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی از جمله موانع موجود در این حوزه مطالعه نشده است. عدم بررسی موانع تجاری‌سازی دانش سبب می‌شود تا برنامه‌ریزی مناسبی به‌منظور توسعه تجاری‌سازی دانش ایجاد نشود. بی‌شک در روند تجاری‌سازی دانش موانعی وجود دارد که مطالعه این موانع می‌تواند آگاهی لازم در خصوص تجاری‌سازی دانش را افزایش دهد. تحقیقات مختلفی تجاری‌سازی دانش را بررسی و مطالعه کرده‌اند. برزیالپ<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) مشخص کرد که موانع مربوط به افزایش آگاهی در خصوص ضرورت و کارکردهای تجاری‌سازی تحقیقات، نقش مؤثری در تجاری‌سازی تحقیقات در دانشگاه دارد (۸). دولماز و همکاران (۲۰۱۵) موانع مربوط به فناوری را یکی از موانع مهم در مسیر تجاری‌سازی تحقیقات مشخص کردند (۱۶).

5. Hussain

6. Anis &amp; Ahmad

7. Anis &amp; Ahmad

1. Enjolras

2. Doherty

3. Breazeal

4. Fini

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 حوزه‌های سازمانی، صنعتی و خدماتی ورزش مورد بهره‌گیری قرار نگرفته است. از طرفی نبود شواهد علمی در خصوص موانع تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی سبب شده است تا شواهدی در خصوص علل عدم تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی ایجاد نشود. به عبارتی مشکلات موجود در روند توسعه تجاری‌سازی 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 خلأ تحقیقاتی ناشی از فقدان تحقیقات در خصوص شناسایی و بررسی موانع تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی درک شود. نبود تحقیقات جامع در خصوص موانع تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی در ایران سبب شده است تا آگاهی لازم در خصوص مشکلات موجود در روند تجاری‌سازی دانش در این رشته تحصیلی وجود نداشته باشد. به عبارتی این مسئله سبب شده است تا دغدغه لازم به منظور بهره‌گیری 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 عرصه‌های دانش مدیریت ورزشی و تجاری‌سازی دانش تجربه و تخصص مناسب را داشتند. با توجه به عدم شناخت از خبرگان آگاه به موضوع تحقیق، به منظور انتخاب نمونه‌های تحقیق از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شد. براساس انتخاب گلوله‌برفی، تعداد ۱۸ نفر به عنوان نمونه تحقیق

شناسایی موانع تجاری‌سازی در هر رشته‌ای و در هر منطقه جغرافیایی نیاز باشد. با این توجه رشته مدیریت ورزشی نیز به عنوان رشته‌ای کلیدی در سطح بین‌المللی و ملی نیاز دارد تا تجاری‌سازی دانش خود را به صورت پایدار ایجاد کند.

رشته مدیریت ورزشی از جمله رشته‌های جدید در عرصه علوم انسانی است که در سطح بین‌المللی در حال گسترش و توسعه است. بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد که در سال ۱۹۶۶ اولین برنامه‌های آموزشی به منظور توسعه مدیریت ورزشی در دانشگاه اوهایو شکل گرفت (۲۳). تاریخچه این رشته نشان می‌دهد که قدمت آن چندان تاریخی نیست و این مسئله لزوم توسعه و گسترش روزافزون در این رشته را نشان می‌دهد. این در حالی است که امروزه رشد تحقیقات شکل گرفته در حوزه مدیریت ورزشی سبب شده است تا این رشته در عرصه‌های 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 تجاری‌سازی در این رشته تحصیلی را به خوبی نشان می‌دهد (۱۱). خلأ تحقیقاتی در خصوص تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی سبب شده است تا در سطح بین‌المللی 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 رشته‌های تحصیلی و مراکز علمی و تحقیقاتی در خصوص مدیریت ورزشی در کشور به سرعت در حال افزایش است. اگرچه زیرساخت‌های اولیه به منظور توسعه تحقیقات مدیریت ورزشی در بسیاری از این مراکز و دانشگاه‌ها 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 طرح‌های

مشخص شدند. جدول ۱، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان تحقیق

خبرگان	مدرک تحصیلی	سابقه شغلی	سمت	تخصص
خبره ۱	دکتری	۱۰ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت کسب‌وکار
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	کسب‌وکار ورزشی
خبره ۵	دکتری	۱۲ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۶	دکتری	۸ سال	کارمند	مدیریت کسب‌وکار
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 تجاری‌سازی
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 تجاری‌سازی
خبره ۱۷	دکتری	۷ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت ورزشی
خبره ۱۸	دکتری	۵ سال	عضو هیأت علمی	مدیریت تجاری‌سازی

ورزشی شناسایی شد و مورد اتفاق نظر خبرگان قرار گرفت و در نهایت این ۳۲ مانع، به‌عنوان موانع مؤثر بر توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی مشخص شد؛ بنابراین روش دلفی در تحقیق حاضر در دو مرحله انجام گرفت. در نهایت به‌منظور چارچوب‌بندی موانع شناسایی‌شده از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

به‌منظور ساختاردهی به موانع مؤثر بر تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. این پرسشنامه به مقایسهٔ دوبه‌دو موانع کلی شناسایی‌شده در تحقیق حاضر براساس استانداردهای این روش می‌پردازد. روایی محتوایی این پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرهای هفت تن از استادان دانشگاهی بررسی شد. همچنین در خصوص روایی محتوایی

ابزار تحقیق حاضر، پرسشنامهٔ محقق‌ساخته بود. این پرسشنامه به بررسی موانع تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی پرداخته است. این پرسشنامه دارای ۳۲ سؤال شامل ۳۲ مانع مؤثر بر توسعهٔ تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی بود. به‌منظور شناسایی این موانع از مطالعهٔ جامع منابع و همچنین بررسی نظرهای خبرگان در قالب روش دلفی استفاده شد. بدین‌منظور در ابتدا تعداد ۲۲ مانع شناسایی شد و سپس با بررسی و انجام روش دلفی در مرحلهٔ اول، تعداد ۱۰ مانع دیگر از منظر خبرگان به موانع شناسایی‌شده اضافه شد. این ۱۰ مانع از جمله موانعی است که از منظر خبرگان، مربوط به شرایط و ویژگی‌های رشتهٔ مدیریت ورزشی در کشور ایران است. سپس در مرحلهٔ دوم روش دلفی، ۳۲ مانع مؤثر بر توسعهٔ تجاری‌سازی دانش مدیریت

انجام تحلیل عاملی از نرم‌افزارهای کوواریانس محور استفاده شد. از این رو نرم‌افزار پی‌ال‌اس 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 کیزر-می‌یر-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 بارلت 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 هر یک موانع شناسایی شده را نشان می‌دهد.

این پرسشنامه‌ها با استفاده از فرم‌های روایی‌سنجی 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 پی‌ال‌اس 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 پی‌ال‌اس استفاده شد. با توجه به تعداد نمونه‌های تحقیق، پیش‌فرض‌های استفاده از نرم‌افزارهای واریانس محور رعایت نشد و از این رو به‌منظور

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	گویه‌ها	موانع حمایتی-قانونی	موانع فردی	موانع محیطی	موانع مالی-اقتصادی	موانع فرهنگی	موانع بازاریابی
۱	فقدان آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط به تجاری‌سازی دانش در کشور	۰/۸۷۴					
۲	عدم پیاده‌سازی قوانین مربوط به حقوق مالکیت فکری در کشور	۰/۸۱۴					
۳	نبود سیاست‌های حمایتی دولتی در رشته مدیریت ورزشی	۰/۷۳۹					
۴	نبود آزادی عمل استادان مدیریت ورزشی در دانشگاه	۰/۷۱۰					
۵	عدم حمایت دانشگاه‌ها در جهت تجاری‌سازی 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 پایگاه‌های اطلاعاتی	۰/۵۲۲					
۸	نامناسب بودن شیوه‌های 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 دانشگاه‌ها به منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۶۲۲					
۱۲	نبود آموزش‌های پژوهش‌محور حقیقی در دانشگاه‌ها	۰/۶۰۹					
۱۳	نبود انگیزه از سوی دانشجویان و استادان به منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۸۳۹					
۱۴	نبود خودباوری در میان دانشجویان و استادان به منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی	۰/۷۴۱					
۱۵	ناآشنایی دانشجویان و استادان با اولویت‌های بازار و صنعت در حوزه مدیریت ورزشی	۰/۶۹۸					
۱۶	عدم استفاده دانشجویان و استادان مدیریت ورزشی از تمامی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های دانشگاه‌ها و مراکز علمی	۰/۶۰۸					
۱۷	عدم آشنایی دانشجویان و استادان مدیریت ورزشی با پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری	۰/۵۶۲					
۱۸	نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری‌سازی 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 ارزیابی‌های دستاوردهای پژوهشی استادان و دانشجویان مدیریت ورزشی	۰/۵۸۷					
۲۲	نبود ارتباط با صنعت از سوی مراکز علمی و دانشگاه‌های فعال در رشته مدیریت ورزشی	۰/۵۱۲					
۲۳	پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری‌های دانشگاه‌ها 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	

مسئله با علامت \* ۱ مشخص شد. جدول ۵ سطح مربوط به هریک از موانع را نشان می‌دهد که سطح‌بندی‌های انجام‌گرفته بر اساس خروجی‌ها و ورودی‌های انجام‌شده است.

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 انجام‌گرفته براساس روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، برخی از این اعداد تغییر یافت که این

جدول ۶. تعیین سطح موانع شناسایی‌شده

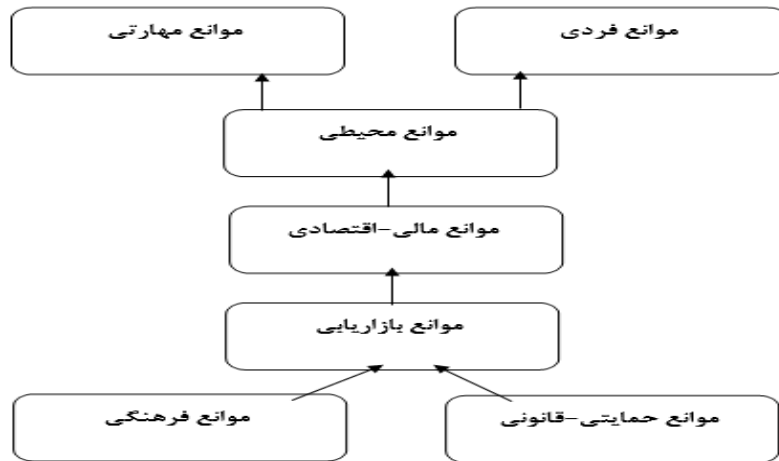
موانع	ورودی	خروجی	مشترک	سطح
موانع فردی (شماره ۱)	۱،۳،۴،۵،۶،۷	۱،۲،۳	۱،۳	پنجم
موانع مهارتی (شماره ۲)	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷	۲،۳	۲،۳	پنجم
موانع محیطی (شماره ۳)	۱،۲،۳،۴،۶،۷	۱،۲،۳	۱،۲،۳	چهارم
موانع مالی-اقتصادی (شماره ۴)	۴،۵	۱،۲،۳،۴	۴	سوم
موانع بازاریابی (شماره ۵)	۵،۶،۷	۱،۲،۴،۵	۵	دوم
موانع حمایتی-قانونی (شماره ۶)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

می‌شوند. برای مثال در جدول ۶ موانع فرهنگی با ورودی ۷ و مشترکان ۷ دارای ورودی و مشترکات یکسان‌اند. این مسئله در موانع حمایتی-قانونی نیز مشخص است. از این رو این دو مانع به‌عنوان موانع سطح اول مشخص می‌شوند. این مسئله نشان‌دهنده زیربنایی بودن این موانع در راستای

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 مدل‌سازی ساختاری تفسیری، در صورتی که ورودی‌ها و مشترکات هر مانع برابر باشد، به‌عنوان سطح اول مشخص

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.

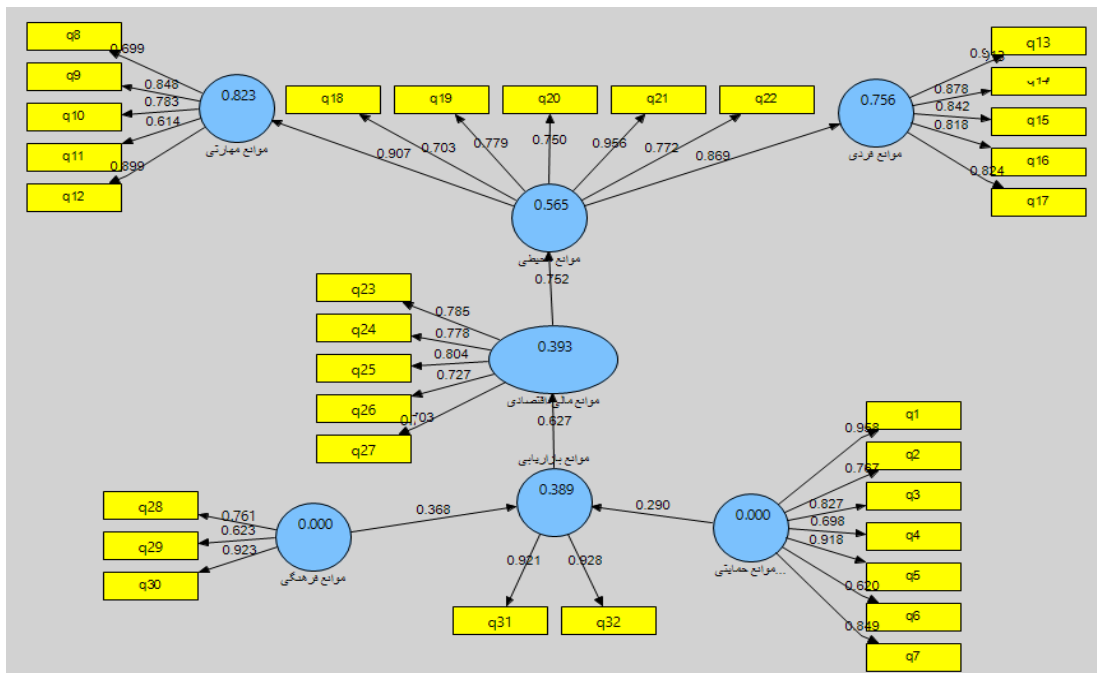
تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی است. پس از تعیین سطح اول، شماره این موانع از جدول حذف و بقیه موانع بررسی می‌شوند. این مرحله تا جایی که دیگر مانعی وجود نداشته باشد، انجام خواهد گرفت. در پایان مشخص شد که تحقیق حاضر دارای ۵ سطح است که در سطح اول، موانع



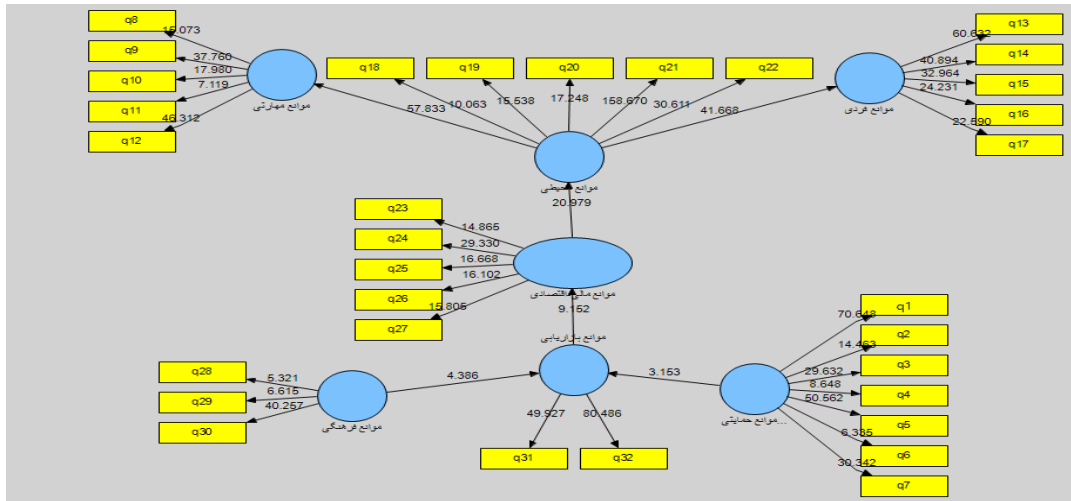
شکل ۱. مدل ساختاری تفسیری موانع

شکل ۲، نتایج آماری مدل تحقیق در حالت بار عاملی

و میزان تی را نشان می‌دهد.



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	
۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۸۵	۰/۸۲	۰/۸۴	۰/۸۰	۰/۸۱	آلفای کرونباخ
۰/۹۲	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۸۳	۰/۸۴	پایایی ترکیبی
۰/۶۲	۰/۵۷	۰/۴۸	۰/۵۹	۰/۵۲	۰/۵۰	۰/۶۳	روایی همگرا
-	۰/۸۲۳	۰/۷۵۶	۰/۵۶۵	۰/۳۹۳	-	۰/۳۸۹	R <sup>2</sup>
۰/۷۴	۰/۶۲	۰/۶۰	۰/۷۱	۰/۶۲	۰/۶۶	۰/۶۸	Q <sup>2</sup>
-	۰/۷۱۴	۰/۶۷۳	۰/۶۳۳	۰/۴۹۳	-	۰/۵۱۴	GOF

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 میک‌مک

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

برنامه‌ریزی به‌منظور رفع این موانع می‌تواند بسیاری از مشکلات موجود در مسیر تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی را رفع کند. ترکیان تبار، محداسماعیل و نوشین فرد (۱۳۹۵) در تحقیق خود مشخص کردند که برخی موانع از جمله موانع فردی و محیطی نقش مهمی در فرایند تجاری‌سازی تحقیقات علمی دارد (۲). دولی و کنی (۲۰۱۵) نیز مشخص کردند که موانع فردی و مهارتی نقش مهمی در تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی دارد (۱۷). هیملسکی و پاول (۲۰۱۷) نیز مشخص کردند که موانع مهارتی نقش مهمی در مسیر تجاری‌سازی دانش دارد (۲۱). با این توجه می‌توان 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 به‌منظور تجاری‌سازی سبب می‌شود تلاش‌های اولیه در این حوزه شکل نگیرد. در حقیقت موانع فردی ضمن تأثیرگذاری بر تلاش‌های اولیه به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی سبب عدم خودباوری در میان دانشجویان و استادان به‌منظور تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی می‌شود. اگرچه در تحقیقات دولی و کنی (۲۰۱۵) و هیملسکی و پاول (۲۰۱۷) به برخی مسائل فردی به‌منظور تجاری‌سازی 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 به‌نظر می‌رسد محققان مدیریت ورزشی نیز این مشکل را دارند و با توجه به برخورداری از توانایی‌های علمی به‌منظور انجام تحقیقات علمی، اما در هماهنگی میان تحقیقات خود و خلأهای موجود جامعه دچار مشکلات عمده‌ای هستند.

از طرفی موانع مهارتی نیز به‌عنوان مانع مهم دیگر در جهت توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی، ارتباط

مشخص کردند که در مسیر تجاری‌سازی دانش برخی موانع مهارتی، فرهنگی و بازاریابی نقش مهمی را ایفا می‌کنند (۹). اپادهاپالا و همکاران (۲۰۱۸) نیز مشخص کردند که عوامل زمینه‌ای از جمله مسائل قانونی و زیرساختی و همچنین عوامل فردی از جمله کارآفرینی و توانایی‌های نوآوری پژوهشگران، عوامل مهم و اساسی در مسیر تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی است (۲۹). کشاورز، فراهانی و علیزاده (۱۳۹۶) در تحقیق خود پی بردند که شش عامل زیرساخت‌های مالی و اداری، توانمندی‌های محقق، نظام آموزشی، راهبردهای تحقیقاتی و تعاملی، شخصیتی و فرهنگی و شبکه اطلاعاتی بر رفتار ذی‌نفعان در تجاری‌سازی تحقیقات فیزیولوژی ورزش تأثیر دارند (۳). با این توجه می‌توان 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. به‌نظر می‌رسد در مسیر تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی موانع مختلفی وجود دارد که هریک از این موانع سبب مختل شدن فرایند تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی شده است. این مسئله نشان‌دهنده این مهم است که برنامه‌ریزی تک‌بعدی به‌منظور رفع موانع موجود در توسعه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی کاربرد مناسبی نخواهد داشت و نیاز به نگاه عمیق و جامع در مسیر رفع موانع تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی است.

در میان موانع شناسایی‌شده، موانع فردی، مهارتی و محیطی نقش مهمی را ایفا می‌کنند. نتایج مدل‌سازی ساختاری تفسیری در تحقیق حاضر مشخص کرد که موانع فردی، مهارتی و محیطی به‌عنوان موانع مستقل کلیدی بر سایر موانع تأثیر می‌گذارد. این مسئله نشان‌دهنده این مهم است که موانع فردی، مهارتی و محیطی به‌واسطه قدرت نفوذ خود سبب شکل‌گیری سایر موانع می‌شوند. به‌عبارتی

این بین نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین گویه‌های موانع محیطی، نقش مهمی را ایفا می‌کند. مشخص شده که وجود مراکز آموزشی تخصصی به‌منظور تجاری‌سازی دانش نقش مهمی در بهبود فرایند تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی دارد. به‌نظر می‌رسد نبود مراکز علمی درگیر در فرایند تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی سبب شده است تا دغدغه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی به‌وجود نیاید. از طرفی موانع محیطی، فردی و مهارتی سبب خواهد شد تا علاوه بر کاهش ضرورت تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی، پتانسیل‌ها و فواید تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی را نیز پنهان کند و سبب مختل شدن تمامی حوزه‌های درگیر در فرایند تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی شود. فقدان نظارت‌ها در روند تحقیقات سبب می‌شود تا اعتبار تحقیقات انجام‌شده در سطح مناسبی نباشد. با توجه به فقدان نظارت‌ها در خصوص تحقیقات علمی انجام‌شده در حوزه مدیریت ورزشی و به‌طور کلی در تمامی رشته‌ها در ایران می‌توان انتظار داشت که اعتبار دانش ایجادشده مدیریت ورزشی در سطح مطلوبی نباشد که بتواند در قالب تجاری‌سازی مورد استفاده حوزه‌های مربوط به ورزش قرار گیرد.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر و مشخص شدن اهمیت موانع فردی در تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی پیشنهاد می‌شود تا با برگزاری نشست‌های مشترک میان محققان و مدیران صنایع و حوزه‌های ورزشی به مشخص کردن اولویت‌ها و نیازهای مهم صنایع و حوزه‌های مربوط به ورزش برای محققان مدیریت ورزشی اقدام کرد. همچنین در این خصوص پیشنهاد می‌شود تا بازدیدهای علمی از صنایع، خدمات و سازمان‌های ورزشی برای محققان و دانشجویان مدیریت ورزشی به‌منظور شناسایی مشکلات

نزدیکی با موانع فردی دارد. به‌نوعی بخشی از موانع مهارتی، نشأت گرفته‌شده از نبود انگیزش در میان دانشجویان و استادان است. یکی از مسائل مهم در موانع مهارتی، نامناسب بودن شیوه‌های تدریس در دانشگاه‌هاست. عدم ارتقای روحیه پژوهشی دانشجویان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مشکلات روش‌های تدریس فعلی قابل درک است. کائوفیلد و اوگاویگو (۲۰۱۵) مشخص کردند که روش‌های تدریس استادان نقش مهمی در تجاری‌سازی دانش و همچنین ارتقای روحیه پژوهشی دانشجویان دارد (۱۰). ضعف در نظام آموزشی یکی از مشکلات موجود در روند تجاری‌سازی دانش است (۲۸). از طرفی مطابق با تحقیقات فیناردی و برزنیتز (۲۰۱۷) و باگیچین (۲۰۰۷) ضعف در نظام آموزشی سبب می‌شود تا مهارت‌های مناسبی به‌منظور کاربردی کردن تحقیقات ایجاد نشود (۱۹، ۷). به‌نظر می‌رسد مشکلات آموزشی در مدیریت ورزشی نشأت گرفته‌شده از ضعف آموزشی-پژوهشی موجود در نظام آموزشی کشور ایران است که مطابق با الگوهای جدید و نوین بین‌المللی نیست و همچنان در دانشگاه‌های بسیاری روند آموزش به‌صورت سنتی خود است. این مسئله بدون شک ضمن کاهش اعتبار علم و دانش ایجادشده از این محیط‌ها سبب می‌شود تا تحقیقات علمی مناسب جهت کاربردی شدن نیز شکل نگیرد.

از طرفی موانع محیطی، به‌عنوان موانعی که شرایط کلی را به‌منظور عدم تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی فراهم می‌کند، نقش مهمی در شکل‌گیری سایر موانع دارد. ترکیان تبار و همکاران (۱۳۹۵) مشخص کردند که موانع محیطی شرایط کلی تجاری‌سازی تحقیقات را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۲). به‌عبارتی موانع محیطی با ایجاد برخی مشکلات کلی برای دانشجویان و استادان سبب مختل شدن فرایند تجاری‌سازی تحقیقات مدیریت ورزشی می‌شود. در

ورزشی اقدام کرد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر و مشخص شدن اهمیت موانع محیطی در تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی پیشنهاد می‌شود تا انجمن‌های تخصصی در خصوص مدیریت ورزشی جهت مدیریت و توانمندسازی محققان حوزه مدیریت ورزشی ایجاد شود. همچنین دانشکده‌های تربیت بدنی و مراکز علمی در حوزه ورزش کمیته‌ها و گروه‌های ویژه تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی ایجاد شود. در این خصوص پیشنهاد می‌شود تا این کمیته‌ها و گروه‌ها سعی در ایجاد ارتباطات مستقیم میان محققان با صنایع، خدمات و سازمان‌های ورزشی داشته باشند.

موجود این حوزه‌ها انجام گیرد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر و مشخص شدن اهمیت موانع مهارتی در تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی پیشنهاد می‌شود تا با برگزاری دوره‌های بین‌المللی برای استادان مدیریت ورزشی ایران و حضور آنان در کشورهای توسعه‌یافته به افزایش مهارت و معلومات در خصوص تجاری‌سازی دانش مدیریت ورزشی آنان اقدام کرد. همچنین در این خصوص پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد و اجرای استانداردهای آموزشی، نحوه تدریس و سرفصل‌های درسی را با تجاری‌سازی دانش هماهنگ کنند. در این خصوص می‌توان با وضع استانداردهای شفاف و ایجاد چک‌لیست‌هایی به اجرایی کردن مسائل مربوط به نحوه تدریس در رشته مدیریت

#### منابع و مأخذ

۱. پرنودی، منصور؛ قهرمانی، محمد؛ ابوالقاسمی، محمود؛ فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۳). «موانع تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاهی در رشته‌های علوم پایه دانشگاه‌های تهران»، آموزش عالی ایران، ش ۶، دوره ۴، ص ۱۰۶-۸۳.
۲. ترکیان تبار، منصور؛ محمداسماعیل، صدیقه؛ نوشین فرد، فاطمه. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی نتایج تحقیقات علمی در شرکت‌های دانش‌بنیان 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 ذی‌نفعان در تجاری‌سازی 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., Giaque, D., Ruoranen, 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 Hagh<sup>1</sup>- Mostafa Afshari\*<sup>2</sup> - Zahra Alam<sup>3</sup> -Akram Esfahaninia<sup>4</sup>

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