

طراحی الگوی تجاری سازی محصولات پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

مجری: محسن اسمعیلی

عضو هیات علمی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی. ۱۳۹۷

مهمترین تفاوت دنیای امروز با دیروز، سرعت تحولات فناورانه است که با تغییر در قلمرو بکارگیری و تجاری سازی فناوری همراه است. کاهش بودجه‌های دولتی باعث شده تا مؤسسات تحقیقاتی سعی کنند در یک برنامه چند ساله به شکل مستقل بودجه‌های خود را تأمین نمایند. پژوهشگاه تربیت بدنی نیز از این مقوله مستثنی نیست. از اینرو توجه ویژه به فناوری نوین در حوزه ورزش و حرکت به سوی تولید محصولات و کالاهای ورزشی از راهبردهای اخیر پژوهشگاه می‌باشد. مرور مطالعات حوزه ورزش نشان داده است که به مساله تجاری سازی کمتر توجه شده است. با توجه به نوپا بودن این مساله و نداشتن تجربیات لازم هدف از این پژوهش طراحی مدل تجاری سازی محصولات پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی است.

این تحقیق از نوع تحقیقات اکتشافی و دارای ماهیت کیفی است که از روش نظریه داده بنیاد استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را صاحب نظران و متخصصان مربوط به موضوع تجاری سازی اعم از کارشناسان، اساتید دانشگاه، در حیطه های علمی و اجرایی ورزش داخل پژوهشگاه و خارج از پژوهشگاه تشکیل می دادند. در این پژوهش، تعداد نمونه خاصی از قبل تعیین نشد و تا زمانی که مدل به مرحله ساخت و اشباع نرسید نمونه گیری ادامه پیدا کرد و در نهایت ۲۳ مصاحبه به انجام رسید. روش نمونه گیری غیر تصادفی و هدفمند بود که از تکنیک گلوله برفی نیز استفاده شد.

برای جمع آوری داده‌ها در مرحله اول از مطالعات کتابخانه ای و بررسی آیین نامه ها و اسناد و کتب و سایت های اینترنتی استفاده شد و در مرحله دوم از مصاحبه به صورت سؤالات باز به شکل نیمه ساختاریافته از نمونه ها استفاده شد. برای انجام مصاحبه از دستگاه ضبط صدا با اجازه نمونه استفاده شد. رویکرد سیستماتیک برگرفته از استراس و کوربین اساس کار کیفی این تحقیق بود. بدین منظور از کد گذاری سه مرحله ای باز، محوری و گزینشی استفاده شد. در این تحقیق مقوله های اصلی

مبانی نظری، تحقیق و بررسی، عوامل اقتصادی و مالی، موانع و تهدیدات، تسهیل کننده ها، مؤسسات و سازمان ها، عوامل محیطی، ارزیابی، طرح و برنامه، منابع، بازاریابی، عوامل قانونی و حقوقی، رویکردها، عوامل ساختاری، عوامل بازرگانی، عوامل مدیریتی، مهارت، ویژگیهای شخصی، پیامدها، عوامل نگرشی، عوامل سیاسی، عوامل انگیزشی، عوامل اجتماعی و آموزش در الگوی پارادایمی سیستماتیک قرار گرفته و در نهایت الگوی تحقیق از آن مستخرج شد که شامل سه لایه محیط خارجی، محیط داخلی و هسته مرکزی بود.

به منظور کد گذاری از نرم افزار مکس کیودای ورژن ۱۰ استفاده شد. الگوی مستخرج از این تحقیق با روش گروه کانونی مورد تایید مجدد چند تن از اساتید و کارشناسان قرار گرفت. این الگو مقوله های اصلی حاضر در تجاری سازی محصولات پژوهشگاه را تبیین نموده و میتواند در نهایت موجب پیامدهای مثبتی برای این موسسه علمی شود.

کلمات کلیدی: تجاری سازی، پژوهشگاه علوم ورزشی، محصول، رویکرد کیفی