

ارائه مدل عوامل موثر بر شکل گیری نوآوری پنهان در باشگاه های ورزشی

سعید خانمرادی^۱، فاطمه صیادی^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

چکیده

بسیاری از فعالیت های کارآفرینانه در حوزه ی ورزش عمدتاً به صورت پنهان انجام می شوند. هدف این پژوهش نیز شناسایی عواملی است که باعث شکل گیری نوآوری پنهان در باشگاه های بدنسازی می شود و درصدد ارائه ی راهکارهایی در مورد نحوه ی استفاده ی باشگاه های ورزشی از ظرفیت نوآوری پنهان برای فعالیت های کارآفرینانه و نوآورانه است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و پژوهشی کیفی است که با استفاده از رویکرد گرند تئوری و با نرم افزار ۱۲-۳ maxqda poro انجام می گیرد. جامعه آماری شامل مدیران باشگاه های بدنسازی شهر کرمانشاه می باشد نمونه گیری هدف مند و اطلاعات محور بود و فرایند نمونه گیری با توجه به رویکرد غیر احتمالی آن تا نقطه ای ادامه پیدا کرد که به اشباع نظری یا تثوریکال رسیدیم از طرفی حجم نمونه بر اساس این نقطه اشباع که بر آمده از اهداف تحقیق است به دست آمد بنابراین ۱۴ مصاحبه انجام گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از استراتژی گرند تئوری با استفاده از نرم افزار MAXQDA در سه بخش کد گذاری باز، کد گذاری محوری و کد گذاری انتخابی استفاده گردید. نتایج نشان داد که ۵ مقوله (رقبا، فرهنگ، توان مالی باشگاه، مشتری و محتوای ایده) و ۲۳ کد اولیه با ۵۹ فراوانی به عنوان عوامل شکل گیری نوآوری پنهان در باشگاه های ورزشی شناسایی شدند همچنین بین تبلیغات ویژه و غیر رسمی بودن ایده و بین رابطه ی بهره مندی باشگاه از امکانات مناسب با محتوای ایده رابطه مثبت و معنی داری شناسایی گردید. نتیجه گیری می شود که مسئولین باشگاه های ورزشی، این مولفه ها و کدها را شناسایی کرده و آن ها را در راستای ایجاد نوآوری پنهان در باشگاه های ورزشی به کار ببرند.

واژگان کلیدی: باشگاه، بدنسازی، نوآوری پنهان.