Presenting a model for the development of family businesses in sports with a grounded theory approach

Samaneh Babaei[1], **Farshad Tojari***[2], **Zahra Alam**[3]

Abstract

Purpose: The present study was conducted with the aim of developing a model for the development of family businesses in the sports sector using a grounded theory approach.

Method: This study employed a qualitative methodology and was carried out in the field. The qualitative method used in this research was grounded theory. The participants consisted of experts familiar with the subject, selected through purposive sampling with a homogeneous strategy while ensuring maximum diversity, and the process continued until theoretical saturation was reached. In total, 14 experts in family businesses and the sports industry were selected based on criteria such as at least five years of managerial or research experience, practical experience in establishing or managing a sports business, and a background of scientific publication or academic contribution in this area. Data were collected through semi-structured interviews.

Findings: The findings show that the development of family businesses in sport requires policymakers to pay attention to strengthening competitive and financial foundations, establishing supportive mechanisms to enhance governance clarity, social capital and legal structures, and designing operational strategies to improve innovation, networking and resilience.

Results: These results can serve as a basis for targeted policymaking aimed at strengthening the role of family businesses in the development of Iran's sports industry.

Keywords: Family Business, Sports Policy, Corporate Governance So-

1. PhD student, Department of Sports Management, CT. C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. babaei_s@yahoo.com

2. Department of Sports Management, CT. C., Islamic Azad University, Tehran, Iran . tojarifarshad79@gmail.com

3. Department of Sports Management, RU. C., Islamic Azad University, Roudehen, ran. alam_z@yahoo.com

پژوهشی

10.22034/popsci.2026.495745.1387

ارائه مدل توسعه کسب و کارهای خانوادگی در ورزش با رویکرد گراندد تئوری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۳۰ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱

سمانه بابایی[۱]، فرشاد تجاری*[۲]، زهرا علم[۳]

چکیده

هدف: تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش با رویکرد گراندد تئوری طراحی گردید.

روش: تحقیق حاضر ازجمله تحقیقات کیفی بود که به‌صورت میدانی اجرایی گردید. روش کیفی مورداستفاده، از نوع گراندد‌تئوری بود. مشارکت‌کنندگان شامل خبرگان آگاه به موضوع تحقیق بودند که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و با رویکرد نمونه‌گیری همگون و درعین‌حال با رعایت حداکثر تنوع انتخاب شدند و این فرایند تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. در مجموع ۱۴ نفر از خبرگان حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی و صنعت ورزش براساس معیارهایی همچون حداقل پنج سال سابقه مدیریتی یا پژوهشی مرتبط، تجربه عملی در ایجاد یا مدیریت کسب‌وکار ورزشی، و نیز سابقه انتشار یا مشارکت علمی در این حوزه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه نیمه ساختاریافته بود.

یافته‌ها: نتایج تحقیق نشان می‌دهد که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش مستلزم توجه سیاست‌گذاران به سه محور اساسی است: نخست، تقویت زیرساخت‌های رقابتی و مالی به‌منظور کاهش آسیب‌پذیری این کسب‌وکارها در برابر نوسانات اقتصادی؛ دوم، طراحی سازوکارهای حمایتی شامل شفاف‌سازی ساختارهای حاکمیتی، تقویت سرمایه اجتماعی و ایجاد بسترهای قانونی مناسب برای انتقال بین‌نسلی؛ و سوم، تدوین راهبردهای عملیاتی در سطح صنعت ورزش برای ارتقای نوآوری، گسترش شبکه‌سازی و افزایش تاب‌آوری کسب‌وکارهای خانوادگی.

نتایج: این نتایج می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری‌های هدفمند در جهت تقویت نقش کسب‌وکارهای خانوادگی در توسعه صنعت ورزش ایران باشد.

کلمات کلیدی: کسب‌وکار خانوادگی، سیاست گذاری ورزشی، حاکمیت شرکتی، سرمایه اجتماعی

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
babaei_s@yahoo.com

۲. گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسندهٔ مسئول)
tojarifarshad79@gmail.com

۳. گروه مدیریت ورزشی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران. alam_z@yahoo.com

مقدمه

صنعت ورزش در دهه‌های اخیر به یکی از حوزه‌های مهم و رو به رشد اقتصاد جهانی تبدیل شده و تغییرات سریع آن به ظهور الگوهای متنوعی از فعالیت‌های اقتصادی منجر شده است (اوسولیوان و شفرین[1]، ۲۰۰۳، ۳۳). در این میان، کسب‌وکارهای خانوادگی به‌عنوان یکی از دیرپاترین و فراگیرترین اشکال فعالیت اقتصادی، نقش بارزی در ایجاد اشتغال، پایداری اجتماعی، انتقال دانش بین‌نسلی و شکل‌دهی به ساختار بازارهای محلی دارند (استوک[2] و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۰۱). کسب‌وکار خانوادگی معمولاً به سازمانی گفته می‌شود که در آن یک یا چند نسل از اعضای خانواده در مالکیت، مدیریت یا کنترل آن نقش فعال دارند و به دلیل تأثیرپذیری تصمیم‌ها از روابط خانوادگی، از سایر انواع کسب‌وکار متمایز می‌شود (بروسیئو[3] و همکاران، ۲۰۱۹، ۳). در صنعت ورزش نیز ماهیت اجتماع‌محور، فرهنگی و شبکه‌ای این حوزه سبب شده است تا بخش قابل‌توجهی از فعالیت‌ها در قالب بنگاه‌های کوچک و متوسط خانوادگی شکل گیرد و توسعه این کسب‌وکارها به‌طور مستقیم بر رشد اقتصاد ورزش، جذب مخاطب، شکل‌گیری برندهای بومی و ایجاد ارزش اجتماعی اثرگذار باشد (لو[4] و همکاران، ۲۰۲۲، ۵).

با گذشت زمان، مشخص شده که در برخی فضاهای تجاری و همچنین با توجه به برخی ویژگی‌های فردی و گروهی، کسب‌وکارهای خانوادگی یک انتخاب مناسب و مطلوب است (اردوگان و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱). از اوایل دهه ۱۹۸۰ مطالعه آکادمیک کسب‌وکار خانوادگی به‌عنوان یک مقوله متمایز و مهم تجارت، توسعه‌یافته و مبتنی بر ادبیات کسب و کار و کارآفرینی شکل گرفته است. کارآفرینی به عنوان یک موتور اصلی برای رشد اقتصادی و ایجاد شغل دیده می‌شود (امیدی نجف آبادی، ۱۴۰۰، ۱۶۲) و ابعاد مرتبط با آن ازجمله کسب و کارهای خانوادگی بیش از پیش مهم تلقی می شود (ماسیس و روندی، ۲۰۲۰، ۱۷۲۸۹). امروزه کسب‌وکارهای خانوادگی به‌عنوان شرکت‌کنندگان مهم و پویا در اقتصاد جهانی شناخته می‌شوند (ایساه و همکاران، ۲۰۲۳، ۶). طبق آمار اداره سرشماری ایالات‌متحده، حدود ۹۰ درصد از مشاغل آمریکایی متعلق به خانواده یا تحت کنترل هستند. این کسب‌وکارها از شراکت دونفره گرفته تا شرکت‌های بسیار بزرگ‌تر، نیمی از اشتغال کشور و نیمی از تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهند (دبلیس و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۴۳۱). کسب‌وکارهای خانوادگی ممکن است ازنظر تمرکز بر بلندمدت، تعهد به کیفیت (که اغلب

1. O'sullivan & Sheffrin
2. Stock
3. Brosseau, Ebrahim, Handscomb & Thaker
4. Lv, Wang & Jin

بانام خانوادگی مرتبط است) و مراقبت و توجه به کارمندان، نسبت به سایر نهادهای تجاری مزایایی داشته باشند؛ اما کسب‌وکارهای خانوادگی با مجموعه‌ای از چالش‌های مدیریتی منحصربه‌فرد مواجه هستند که ناشی از همپوشانی مسائل خانوادگی و تجاری است (کروگر و همکاران، ۲۰۲۱، ۵).

در میان ساختارهای فعال در این صنعت، کسب‌وکارهای خانوادگی جایگاهی ویژه دارند (سائورا و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۴۵). کسب‌وکار خانوادگی به واحدی اقتصادی اطلاق می‌شود که در آن اعضای خانواده در عرصه مالکیت، مدیریت یا کنترل تصمیم‌ها نقش معنادار دارند و پایداری بین‌نسلی یکی از ویژگی‌های اصلی آن است (بارگونی و همکاران، ۲۰۲۳، ۵). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که چنین کسب‌وکارهایی معمولاً بر پایه ارزش‌های خانوادگی، سرمایه اجتماعی، اعتماد درون‌گروهی و نگاه بلندمدت شکل می‌گیرند و همین ویژگی‌ها آنها را نسبت به برخی چالش‌ها مقاوم‌تر و نسبت به برخی دیگر آسیب‌پذیرتر می‌سازد (بالتازار و همکاران، ۲۰۲۳، ۳؛ سعیدی کیا و صادقی، ۱۳۹۸، ۵۸؛ ترن‌برت و حسن، ۱۳۹۵، ۴). در صنعت ورزش، این نوع کسب‌وکارها به دلیل ماهیت جامعه‌محور، هویت‌ساز و شبکه‌محور فعالیت‌های ورزشی، نقش مؤثرتری در ایجاد ارتباط با مخاطبان و خلق ارزش فرهنگی دارند (جاین و همکاران، ۲۰۲۴، ۱؛ رولی و همکاران، ۲۰۲۲، ۲؛ ماسیس و روندی، ۲۰۲۰، ۱۷۲۸۹).

با وجود اهمیت این حوزه، بررسی ادبیات علمی نشان می‌دهد که بخش عمده پژوهش‌ها درباره کسب‌وکارهای خانوادگی در صنایع تولیدی، خدماتی یا بازرگانی انجام شده و تاکنون مدل نظری مشخصی که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی را در بستر صنعت ورزش تبیین کند ارائه نشده است (بلکبرن[1] و همکاران، ۲۰۲۰، ۳). پژوهش‌های اخیر عمدتاً به موضوعاتی نظیر نوآوری، جانشین‌پروری، حاکمیت شرکتی، سرمایه اجتماعی یا رفتار مصرف‌کننده پرداخته‌اند (ماریانی و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۱۹۳)، اما هنوز مشخص نیست عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامدی که توسعه این نوع کسب‌وکارها را در صنعت ورزش شکل می‌دهند کدام‌اند و چگونه با یکدیگر ارتباط پیدا می‌کنند. این خلأ نشان‌دهنده وجود یک شکاف نظری مهم در ادبیات است، زیرا ویژگی‌های خاص صنعت ورزش (ازجمله وابستگی شدید به روابط اجتماعی، نقش پررنگ هویت برند، پویایی بالای رقابت و حساسیت بازار نسبت به تغییرات فرهنگی) موجب می‌شود توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی در این صنعت با سایر حوزه‌ها تفاوت‌های معناداری داشته باشد. در سطح ملی نیز اگرچه برخی پژوهش‌ها به کسب‌وکارهای ورزشی یا کسب‌وکارهای خانوادگی پرداخته‌اند (حسن، ۱۳۹۸، ۴؛ هوشمندی و مرادسی، ۱۴۰۱، ۲)، اما هنوز مطالعه‌ای که به‌طور هم‌زمان ماهیت خانوادگی و ورزشی

1. Blackburn, LaBerge, O'Toole & Schneider

کسب‌وکارها را در قالب یک مدل نظری و مبتنی بر داده‌های بومی تحلیل کند، انجام نشده است. این در حالی است که صنعت ورزش ایران با چالش‌هایی مانند ناپایداری بازار، وابستگی به منابع محدود، نبود ساختارهای حاکمیتی مشخص در کسب‌وکارهای خانوادگی، ضعف در جانشین‌پروری، محدودیت دسترسی به سرمایه و تأثیرپذیری شدید از نوسانات اقتصادی مواجه است.

مبانی نظری

کسب‌وکارهای خانوادگی: مفاهیم، ویژگی‌ها و ساختارها

کسب‌وکارهای خانوادگی یکی از قدیمی‌ترین و رایج‌ترین اشکال فعالیت اقتصادی در جهان محسوب می‌شوند و بخش قابل توجهی از اقتصاد جهانی را تشکیل می‌دهند. بنا بر تعاریف معتبر، کسب‌وکار خانوادگی به نهادی اطلاق می‌شود که در آن مالکیت، مدیریت یا کنترل راهبردی بنگاه در اختیار دو یا چند عضو خانواده قرار دارد و فرآیند تصمیم‌گیری تحت تأثیر روابط خانوادگی، ارزش‌های نسل‌های مختلف و ساختارهای عاطفی-اجتماعی خانواده شکل می‌گیرد (روولی[1] و همکاران، ۲۰۲۲، ۱۳). برخی پژوهشگران بر این باورند که پیوند میان هویت خانوادگی و ساختار کسب‌وکار یکی از مهم‌ترین عواملی است که این نوع سازمان را از سایر انواع بنگاه‌ها متمایز می‌کند (اردوگان[2] و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۳). ویژگی‌هایی همچون ثبات بین‌نسلی، اعتماد درون‌گروهی، انعطاف‌پذیری در تصمیم‌گیری، سرمایه اجتماعی گسترده و تمرکز بر هویت بلندمدت، ازجمله نقاط قوت کسب‌وکارهای خانوادگی محسوب می‌شوند. این کسب‌وکارها به دلیل انسجام خانوادگی قادرند در شرایط بحرانی با سرعت و هماهنگی بیشتری عمل کنند و نسبت به بسیاری از بنگاه‌های غیرخانوادگی، تاب‌آوری بالاتری نشان دهند (دماسیس و روندی[3]، ۲۰۲۰، ۱۷۲۸). با این حال، وجود تعارضات خانوادگی، نبود تفکیک شفاف میان نقش‌های عاطفی و حرفه‌ای، چالش‌های جانشین‌پروری و محدودیت منابع مالی می‌توانند عملکرد این کسب‌وکارها را با تهدید مواجه کنند (دبالیس[4] و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۴۳۲). یکی از مباحث مهم در ادبیات کسب‌وکارهای خانوادگی، موضوع حاکمیت شرکتی و نقش ساختارهای رسمی در کاهش تعارضات و افزایش کارایی است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد کسب‌وکارهای خانوادگی که دارای نظام‌های روشن در حوزه مالکیت، مسئولیت‌ها، مدیریت تعارضات و جانشین‌پروری هستند،

1. Rovelli
2. Erdogan
3. De Massis & Rondi
4. Debellis

توان بیشتری برای توسعه و نفوذ در بازارهای رقابتی دارند (بارگونی[1] و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۱۵). همچنین، مفهوم «سرمایه عاطفی» که به ارزش‌های خانوادگی، پیوندهای هویتی و سرمایه اجتماعی اشاره دارد، نقش مهمی در انگیزه‌های تصمیم‌گیری مدیران خانوادگی دارد و پایداری کسب‌وکار را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (اردوگان و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۳).

کسب‌وکارهای خانوادگی یکی از گسترده‌ترین و اثرگذارترین اشکال فعالیت اقتصادی در جهان محسوب شده و نقش مهمی در توسعه اقتصادی، پایداری اجتماعی و شکل‌دهی به ساختار بازار دارند. این نوع کسب‌وکارها طیف وسیعی از بنگاه‌ها را شامل می‌شوند؛ از واحدهای کوچک و محلی گرفته تا شرکت‌های بین‌المللی چندنسلی. اهمیت کسب‌وکارهای خانوادگی تنها در میزان سهم آن‌ها از اقتصاد نیست، بلکه در ویژگی‌های فرهنگی، ارزشی و مدیریتی است که آن‌ها را از سایر انواع کسب‌وکار متمایز می‌کند (ترن‌برت و حسن، ۱۳۹۵، ۴). در ادبیات علمی تعاریف مختلفی برای کسب‌وکار خانوادگی ارائه شده است و این تنوع، ناشی از چندلایه بودن مفهوم «خانواده»، «مالکیت» و «مدیریت» است. به‌طور کلی، کسب‌وکار خانوادگی به واحد اقتصادی اطلاق می‌شود که در آن یک خانواده یا چند عضو از آن در سه سطح مالکیت، مدیریت و کنترل نقش مستقیم یا غیرمستقیم دارند (جاین و همکاران، ۲۰۲۴، ۱). برخی تعاریف نیز بر نقش نسل‌ها تأکید می‌کنند و کسب‌وکار خانوادگی را کسب‌وکاری می‌دانند که «انتظار می‌رود از یک نسل به نسل دیگر منتقل شود (رولی و همکاران، ۲۰۲۲، ۲). در تعاریف جدیدتر، مفهوم ثروت عاطفی-اجتماعی به عنوان یکی از معیارهای اصلی شناسایی کسب‌وکار خانوادگی مطرح است. این مفهوم به ارزش‌های غیرمالی، هویت خانوادگی، تعلق خاطر، رضایت عاطفی و انسجام بین‌نسلی اشاره دارد که غالباً بر تصمیم‌گیری‌های بنگاه‌های خانوادگی سایه می‌افکند (ماسیس و روندی، ۲۰۲۰، ۱۷۲۸۹).

صنعت ورزش و کسب‌وکارهای ورزشی

صنعت ورزش در دهه‌های اخیر از یک فعالیت فرهنگی و اجتماعی به یک صنعت گسترده اقتصادی-تجاری تبدیل شده است. این صنعت شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌ها مانند تولید کالاهای ورزشی، خدمات ورزشی، رویدادهای ورزشی، مدیریت باشگاه‌ها، رسانه‌ها، برندهای تجاری و خدمات سلامت و آمادگی جسمانی است (استوک[2] و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۰۲). بازار ورزش تحت‌تأثیر سه عامل مهم شکل می‌گیرد:

۱) ماهیت احساسی مصرف‌کنندگان

1. Bargoni
2. Stock

۲) نقش هویت اجتماعی و هواداری
۳) رقابت شدید و پویایی روندها (اوسولیوان و شفرین، ۲۰۰۳، ۳۳).

در این صنعت، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به‌ویژه کسب‌وکارهای خانوادگی، نقشی کلیدی در ارائه خدمات جامعه‌محور، شکل‌دهی به فرهنگ ورزشی و ایجاد اشتغال دارند. ویژگی‌هایی مانند شبکه‌سازی اجتماعی، اعتماد جامعه محلی، مشارکت داوطلبانه و هویت‌محور بودن باعث می‌شود کسب‌وکارهای خانوادگی در این فضا کارکردی برجسته داشته باشند (ماریانی و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۱۹۳). از طرفی مفهوم «توسعه کسب‌وکار» به مجموعه فعالیت‌های استراتژیکی اشاره دارد که موجب رشد پایدار، گسترش بازار، بهبود عملکرد، نوآوری و ارتقای توان رقابتی بنگاه می‌شوند (بارگونی و همکاران، ۲۰۲۳، ۵). فلسفه کسب وکار نوپا، به دنبال حذف امور بی‌فایده و افزایش فعالیت‌های ارزش‌آفرین در طی فاز ساخت محصول یا خدمت است؛ به‌گونه‌ای که کسب وکارهای نوپا بتوانند بدون نیاز به سرمایه‌گذاری کلان بیرونی، کسب وکار و محصولی بی‌نقص و با شانس موفقیت بیشتری داشته باشند (شیرانی و همکاران، ۱۴۰۲، ۱۷۹). رمز موفقیت هر فعالیت تجاری و سازمانی به توانایی استفاده از فناوری جدید و زمینه‌های دستیابی به بازارهای جدید، توسعه محصولات جدید، رسیدن به بهترین عملکرد در مدیریت شرکت‌ها و توسعه سطوح مهارتی در میان نیروی کار بستگی دارد (الماسی فرد و همکاران، ۱۴۰۰، ۱۸۶).

کسب‌وکارهای ورزشی مجموعه‌ای از بنگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ هستند که به تولید محصول، ارائه خدمات یا مدیریت رویدادهای ورزشی می‌پردازند (استوک و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۰۱). برای کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی، توسعه کسب‌وکار، یک فرآیند چندبعدی است که علاوه بر عوامل اقتصادی، شامل ارزش‌های خانوادگی، هویت ورزشی، فرهنگ جامعه‌محور، مدیریت بین‌نسلی و چالش‌های محیطی نیز می‌شود (بالتازار و همکاران، ۲۰۲۳، ۳).

یکی از عناصر مهم در صنعت ورزش، ارتباط عمیق کسب‌وکارهای ورزشی با جامعه محلی است. برخلاف صنایع بزرگ و انتزاعی، کسب‌وکارهای ورزشی نقش مهمی در ایجاد هویت محلی، مشارکت اجتماعی، توسعه سرمایه اجتماعی و افزایش سلامت جامعه دارند (بروسیئو و همکاران، ۲۰۱۹، ۳). صنعت ورزش همچنین با چالش‌هایی همچون نوسانات اقتصادی، تغییر سریع ترجیحات مصرف‌کننده، وابستگی به رویدادها، حساسیت بالا نسبت به فناوری و فشار رقابتی شدید روبه‌رو است (لو و همکاران، ۲۰۲۲، ۵). در مجموع، صنعت ورزش بستری فراهم کرده است که در آن کسب‌وکارهای ورزشی، به‌ویژه کسب‌وکارهای خانوادگی، می‌توانند با تکیه بر ارزش‌های اجتماعی، شبکه‌سازی، نوآوری و هویت فرهنگی، نقش محوری در توسعه اقتصادی و اجتماعی ایفا کنند. فهم دقیق ویژگی‌های این صنعت

و ماهیت کسب‌وکارهای فعال در آن، پیش‌نیاز طراحی مدل‌های توسعه، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه ورزش است (اوسولیوان و شفرین، ۲۰۰۳، ۳۳).

پیشینه تحقیق

جدول شماره ۱ پیشینه تحقیق در دو بخش داخلی و خارجی را نشان می دهد.

جدول ۱. پیشینه تحقیق

نوع پیشینه ها	ردیف	عنوان پژوهش	سال پژوهش	پژوهشگر (پژوهشگران)	روش شناسی پژوهش	نتیجه پژوهش
پیشینه داخلی	۱	توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی با تأکید بر سرمایه اجتماعی و حاکمیت شرکتی	۱۴۰۴	امیری و همکاران	رویکرد کمّی و استفاده از روش معادلات ساختاری	سرمایه اجتماعی درون‌خانواده، ساختارهای حاکمیت شرکتی و شفافیت در فرایندهای مدیریتی بیشترین نقش را در توسعه پایدار کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی دارند.
	۲	کارآفرینی استراتژیک در کسب و کار های خانوادگی	۱۴۰۲	خانجانی و موسوی	روش کیفی – گراندد تئوری (تحلیل سه‌مرحله‌ای کدگذاری)	کسب وکارهای خانوادگی که با همپوشانی نقش های خانوادگی و تجاری مشخص می شوند، در مورد کارآفرینی استراتژیک باچالش های منحصربه فردی روبرو هستند.
	۳	تاثیر گرایشات ارزشی و استراتژیک بر رشد کسب و کار های خانوادگی در صنعت پوشاک ورزشی	۱۴۰۱	موسوی و شاخویی	روش کمّی – مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی اثر گرایشات ارزشی و استراتژیک	گرایشات ارزشی و استراتژیک بر رشد کسب و کار های خانوادگی در صنعت پوشاک ورزشی تاثیر معناداری دارد.
	۴	چالش‌های رشد کسب و کارهای نوپای ورزشی در ایران	۱۴۰۱	پیرجمادی و همکاران	روش کیفی تحلیل مضمون با مصاحبه با کارآفرینان ورزشی	مقوله‌هایی همچون نوآوری و ایده‌پردازی، سرمایه انسانی متخصص، جنبه‌ی سازمانی، فردی و واحد تخصصی استارت‌آپ‌های ورزشی کشور به‌عنوان عوامل مؤثر هستند

نوع پیشینه ها	ردیف	عنوان پژوهش	سال پژوهش	پژوهشگر (پژوهشگران)	روش شناسی پژوهش	نتیجه پژوهش
	۵	راهبردهای نوسازی کسب و کارهای ورزشی در دوران پساکرونا	۱۴۰۱	قلی‌پور و علیدوست قهفرخی	روش کیفی – نظریه داده‌بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین	بر مبنای تحلیل‌های انجام گرفته در این تحقیق ۳۳ راهبرد نهایی شناسایی شد، که در قالب ۸ مقوله طبقه بندی شدند و در مرحله آخر سه مضمون راهبردهای محتوا محور، فرایند محور و خارجی انتخاب شدند.
	۶	تحلیل زمینه‌های ایجاد و توسعه کسب و کار در صنعت ورزش و تبیین عومل تسهیل‌گر	۱۴۰۱	سرپیرا و همکاران	روش کیفی – تحلیل محتوای کیفی جهت شناسایی زمینه‌های ایجاد و توسعه کسب‌وکار	کسب کارهای ورزشی چهار نوع آموزشی، گردشگری، بازاریابی و خدماتی دارد. همچنین عوامل تسهیل‌گر شامل چهار بعد مدیریتی، مالی و قانونی، عوامل فرهنگی و اجتماعی است.
	۷	مدیریت کسب‌وکار در دورهٔ بحران	۱۴۰۰	براخاص و همکاران	روش ترکیبی- تحلیل کیفی سازه‌ها + مدل‌سازی کمّی روابط بین متغیرها	مدیریت کسب و کار تابع سه سطح زمینه‌ای- محیطی، ساختاری- قابلیتی و فرایندی-کارکردی است که متغیرهای زیرمجموعه آن‌ها به صورت متوالی نسبت به هم اثرگذاری- اثرپذیری دارند.
پیشینه خارجی	۸	پویایی‌های کسب‌وکار خانوادگی در صنعت ورزش: رویکردی راهبردی بین‌نسلی	۲۰۲۴	کارتر و هوگس	روش ترکیبی تحلیل کیفی مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته + تحلیل کمی داده‌های عملکردی شرکت‌های ورزشی خانوادگی	مطالعه نشان داد که هماهنگی بین‌نسلی، انعطاف‌پذیری استراتژیک و نوآوری مبتنی بر فناوری عوامل کلیدی موفقیت کسب‌وکارهای خانوادگی در صنعت ورزش هستند.
	۹	بررسی سیستماتیک کسب و کار خانوادگی و رفتار مصرف کننده	۲۰۲۳	بارگونی و همکاران	مرور نظام‌مند و تحلیل محتوای مطالعات حوزه کسب‌وکار خانوادگی و رفتار مصرف‌کننده	کسب و کارهای خانوادگی به عنوان یکی از مسائل مهم در مسیر تاثیرگذاری بر رفتار مصرف کننده در دنیا امروزی است.
	۱۰	مروری بر کسب‌وکارهای خانوادگی دیجیتال: تنظیم استراتژی‌های بازاریابی، مدل‌های کسب‌وکار و کاربردهای فناوری	۲۰۲۳	سائورا و همکاران	مرور نظام‌مند با تمرکز بر مطالعات دیجیتال‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی	نوآوری دیجیتال، ابزارهای دیجیتال، بازاریابی نوآورانه، کشف دانش و تصمیم گیری آنلاین به عنوان مهمترین مسائل مهم در زمینه توسعه کسب و کارهای خانوادگی دیجیتال است.

نوع پیشینه ها	ردیف	عنوان پژوهش	سال پژوهش	پژوهشگر (پژوهشگران)	روش شناسی پژوهش	نتیجه پژوهش
	۱۱	مسئولیت اجتماعی شرکت در کسب و کارهای خانوادگی: مروری بر ادبیات سیستماتیک	۲۰۲۳	ماریانی و همکاران	مرور نظام‌مند و تحلیل موضوعی در حوزه مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی	مشارکت خانواده، حاکمیت شرکتی و پایداری بیشترین موضوعات مورد مطالعه در حوزه مطالعات کسب و کارهای خانوادگی است.
	۱۲	تجزیه و تحلیل سوابق موثر بر عملکرد سازمانی کسب و کارهای نوپا	۲۰۲۱	حسنی و اورلی	روش کمّی — مدل‌سازی معادلات ساختاری جهت بررسی اثر ویژگی‌های محیطی و فناورانه بر عملکرد	یافته‌های این مطالعه حاکی از اثرات مثبت ویژگی‌های فناورانه و محیطی بر عملکرد سازمانی کسب و کارهای نوپا است.
	۱۳	ترویج صنعت ورزش الکترونیکی در تایلند	۲۰۲۱	نوریا و همکاران	روش کمّی — تحلیل همبستگی و آزمون تفاوت میانگین‌ها براساس داده‌های گردآوری شده از مخاطبان صنعت ورزش الکترونیک	یافته‌ها نشان داد بین انتظار و رضایت مخاطبان همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین مشخص گردید که بین دیدگاه نظرات مشارکت‌کنندگان در تحقیق پیرامون متغیرهای مذکور تفاوت آماری معناداری وجود دارد.
	۱۴	چالش ها و تحولات رهبری در صنعت مدیریت و کسب و کار ورزشی — مرور مفهومی	۲۰۲۱	وانگ و همکاران	مرور مفهومی و تحلیل نظری تحولات رهبری در صنعت مدیریت ورزشی	نتایج نشان داد دو چالش بزرگ بر سر راه رهبران در کسب و کار و ورزشی وجود دارد نخست این که آنها به جای الزامات موفقیت، درگیر خطرات شکست هستند، به علاوه آنها فقط به فکر خلاص شدن از شر چیزهایی هستند که آنها را به هم می‌بندد و دوم خواستن به جای گسترش آنچه می تواند برای آنها مفید باشد.

مرور مبانی نظری و مطالعات پیشین نشان می‌دهد که اگرچه پژوهش‌های متعددی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی و همچنین کسب‌وکارهای ورزشی انجام شده است، اما همچنان شکاف‌های مهمی در ترکیب این دو حوزه وجود دارد. بخش عمده تحقیقات موجود یا به‌طور مستقل به عوامل مؤثر بر رشد کسب‌وکارهای خانوادگی پرداخته‌اند، یا توسعه کسب‌وکارهای ورزشی را در قالب الگوهای مدیریتی و اقتصادی بررسی کرده‌اند. با این حال، بررسی هم‌زمان ابعاد خانوادگی، ساختارهای مدیریتی، ارزش‌ها، پویایی‌های بین‌نسلی و ویژگی‌های خاص صنعت ورزش کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است. در چنین شرایطی، نوآوری پژوهش حاضر در چند بُعد قابل‌تبیین است:

۱) این پژوهش برای نخستین بار مدلی نظری و بومی برای توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی ارائه می‌دهد.

۲) الگوی پیشنهادی بر پایه رویکرد گراندد تئوری ساخته شده و مستقیم از داده‌های میدانی خبرگان استخراج شده است؛ بنابراین برخلاف مدل‌های اقتباسی، دارای اصالت نظری و اعتبار زمینه‌ای است.

۳) پژوهش حاضر با تلفیق مفاهیم کسب‌وکار خانوادگی، مدیریت ورزشی، حاکمیت شرکتی، ارزش‌ها و پویایی‌های بین‌نسلی، چارچوبی چندبعدی و جامع ارائه می‌دهد که در مطالعات پیشین مشاهده نشده است.

۴) نتایج این پژوهش می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی توسعه‌ای، حمایت مالی و طراحی مداخلات مدیریتی برای کسب‌وکارهای خانوادگی در صنعت ورزش باشد؛ بنابراین از منظر سیاستی نیز نوآوری دارد.

روش‌شناسی

تحقیق حاضر ازجمله تحقیقات کیفی بود که به‌صورت میدانی اجرایی گردید. روش کیفی مورداستفاده در تحقیق حاضر از نوع گراندد‌تئوری از نوع استراس و کوربین بود. با توجه به ماهیت مسئله و نیاز صنعت ورزش به مدل‌های عملیاتی، رویکرد گراندد تئوری برای این پژوهش انتخاب شد؛ زیرا این روش امکان استخراج الگوهای کاربردی و قابل‌استفاده برای تصمیم‌گیری را از دل تجربه‌های واقعی خبرگان فراهم می‌کند. هدف از استفاده از این رویکرد نه صرفاً تولید نظریه، بلکه طراحی مدلی کاربردی برای توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش بود که بتواند توسط مدیران ورزشی، سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی مورد بهره‌برداری قرار گیرد. مشارکت‌کنندگان در تحقیق حاضر شامل خبرگان آگاه و باتجربه در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی بودند. این افراد با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و به‌کارگیری رویکرد «نمونه‌گیری همگون» با رعایت اصل «حداکثر تنوع» انتخاب شدند تا

ترکیبی از دیدگاه‌های علمی، مدیریتی و تجربی پوشش داده شود. فرایند انتخاب نمونه‌ها تا زمانی ادامه یافت که اشباع نظری حاصل شد؛ به این معنا که در مصاحبه‌های جدید، مفهوم یا طبقه تازه‌ای شکل نگرفت. در نهایت، ۱۴ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته انجام شد. برای شناسایی خبرگان، مجموعه‌ای از معیارهای ورود به مطالعه تعریف شد تا اطمینان حاصل شود مشارکت‌کنندگان از سطح کافی دانش، تجربه و اشراف نسبت به موضوع برخوردار هستند. شاخص‌های ورودی و معیارهای خبرگی در این پژوهش شامل موارد زیر بود:

سابقه فعالیت حرفه‌ای حداقل پنج سال در یکی از حوزه‌های کسب‌وکارهای ورزشی، مدیریت باشگاه‌ها، کارآفرینی ورزشی، یا واحدهای اقتصادی وابسته به ورزش.

سابقه مدیریتی یا نقش کلیدی در کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی، مانند مالکیت، مدیریت اجرایی، برنامه‌ریزی راهبردی یا نقش مشاوره تخصصی.

دارا بودن تجربه علمی یا پژوهشی مرتبط (تألیف مقاله، کتاب، پایان‌نامه یا طرح پژوهشی در حوزه کسب‌وکار خانوادگی یا مدیریت ورزشی)

آشنایی عمیق با موضوعات توسعه کسب‌وکار، پویایی‌های بین‌نسلی و ساختارهای حمایتی-مدیریتی در فضای کسب‌وکارهای ورزشی.

تمایل و قابلیت مشارکت فعال در مصاحبه‌های عمیق و توانایی بیان تجربیات و تحلیل‌های کاربردی.

دارا بودن سطح تحصیلات مرتبط در یکی از حوزه‌های مدیریت ورزشی، کارآفرینی، مدیریت کسب‌وکار یا اقتصاد ورزش (برای خبرگان دانشگاهی).

برای خبرگان اجرایی، سابقه مشارکت در تأسیس، توسعه یا مدیریت کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی به‌عنوان معیار مکمل مورد توجه قرار گرفت.

این مجموعه از شاخص‌ها موجب شد ترکیبی از خبرگان دانشگاهی، مدیران ورزشی، کارآفرینان خانوادگی، مشاوران کسب‌وکار و فعالان باسابقه صنعت ورزش در پژوهش مشارکت کنند؛ به‌گونه‌ای که هم دانش نظری و هم تجربیات عملی در داده‌ها منعکس شود. رعایت اصول فوق موجب شد داده‌های گردآوری‌شده از غنای کافی برخوردار شوند و امکان شکل‌گیری یک مدل نظری معتبر و مبتنی بر واقعیت فراهم گردد.

ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. مصاحبه نیمه ساختاریافته یکی از معمول‌ترین انواع مصاحبه است که در تحقیقات کیفی مورداستفاده واقع می‌شود. این مصاحبه بین دو حد نهایی ساختاریافته و بدون ساختار قرار می‌گیرد که گاهی به آن مصاحبه عمیق هم می‌گویند که در آن از تمام پاسخگوها سؤال‌های مشابهی پرسیده می‌شود، اما آن‌ها آزادند که پاسخ خود را به هر طریقی که مایل‌اند ارائه دهند، در این مورد مسئولیت رمزگردانی پاسخ‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها بر عهده پژوهشگر است. جهت

بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تائید پذیری استفاده گردید. بدین منظور محقق جهت بررسی قابلیت باورپذیری از تائید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص و همچنین استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده گردید. همچنین جهت بررسی انتقال‌پذیری از نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند در مورد یافته‌های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند. همچنین جهت بررسی قابلیت تائید پذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آنان در زمان‌های موردنیاز استفاده گردید. جهت بررسی پایایی، از کمیته‌های تخصصی استفاده گردید. بدین‌صورت که از اعضای این کمیته تخصصی جهت کدگذاری موازی برخی مصاحبه‌ها و همچنین ارزیابی و برنامه‌های مربوط به مصاحبه‌ها استفاده شد. کدگذاری در این پژوهش به دو صورت شامل کدگذاری اولیه و ثانویه انجام شد. کدگذاری اولیه شامل خواندن خط به خط داده‌ها، استخراج مفـاهیم و جمـلات اصـلی، تـشکیل مقولات و طبقات اولیه بود. همچنین کدگذاری ثانویه شامل طبقه‌بندی داده‌ها، مـشخص نمـودن زیـر طبقـات، تـشکیل طبقـات نهایی بود. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌های کیفی، از تحلیل موضوعی استفاده گردید که از کارآمدترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به‌ویژه در پژوهش‌های گراندد‌تئوری است. در طی انجام این تحلیل، مضمون‌های فرعی و اصلی در خصوص اهداف تحقیق شناسایی شد. همچنین جهت بررسی یافته‌های جمعیت شناختی مربوط به مشارکت‌کنندگان در تحقیق از آمار توصیفی شامل فراوانی و درصد استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به مشارکت‌کنندگان تحقیق حاضر در جدول ۲ به نمایش گذاشته‌شده است.

جدول ۲. ویژگی مشارکت‌کنندگان

ویژگی‌های جمعیت شناختی	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰	۷۱/۴
	زن	۴	۲۸/۶
سطح تحصیلات	دکتری	۹	۶۴/۳
	کارشناسی ارشد و پایین‌تر	۵	۳۵/۷
رده سنی	زیر ۴۰ سال	۳	۲۱/۴
	۴۰-۵۰ سال	۳	۲۱/۴
	بالای ۵۰ سال	۸	۵۷/۲

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که مشارکت‌کنندگان شامل ۷۱/۴% مرد و ۲۸/۶% زن بودند. همچنین از این میان نمونههای پژوهش افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری با ۶۴/۳% بیشترین تعداد را دارا میباشند. نتایج توصیفی نشان داد که افراد بارده سنی بالای ۵۰ سال با ۵۷/۲ درصد بیشترین فراوانی را دارا بودند. جدول ۳ نتایج کدگذاری محوری مربوط به شرایط علّی را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج کدگذاری مربوط به شرایط علّی

کدهای محوری		کدهای باز	فراوانی
شرایط علّی	فضای رقابتی	وجود رقبا گسترده در حوزه ورزش	۹
		اهمیت بهبود رضایت‌مندی در صنعت ورزش	۱۰
		اهمیت مفاهیم مربوط به‌صرفه‌جویی زمان و منابع	۹
		لزوم پاسخ‌گویی سریع به بازار	۹
		لزوم ذخیره‌سازی دانش در ورزش	۹
		لزوم تصمیم‌گیری سریع در صنعت ورزش	۹
		لزوم اهمیت هویت برند در صنعت ورزش	۱۰
	جنبه‌های مالی و بازار	ایجاد توکن های مالی	۹
		لزوم شفافیت مالکیت	۹
		اهمیت مدیریت درآمدها	۹
		لزوم شناخت جامع تغییرات بازار	۱۲
		لزوم توسعه محلی	۱۳
		اهمیت مدیریت هزینه‌ها	۱۱
		لزوم رشد بلندمدت	۹
		اهمیت مدیریت نوسانات در ورزش	۱۰
	نیازهای اقتصادی	افزایش اهمیت اعتماد در تجارت	۱۳
		لزوم شکل‌گیری سرمایه اجتماعی	۹
		اهمیت اتحاد در صنعت ورزش	۹
		اهمیت جانشین پروری	۸
		اهمیت ثبات و وفاداری در صنعت ورزش	۸
		اهمیت مدیریت میان نسلی در صنعت ورزش	۸

بررسی کدهای مرتبط با شرایط علّی نشان می‌دهد که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی

ورزشی تحت تأثیر یک معماری پیچیده از محرک‌های رقابتی و مالی–بازاری است. فضای رقابتی شتابان صنعت ورزش، که با نشانه‌هایی مانند ضرورت پاسخ‌دهی سریع به بازار، فشار زمان‌بر منابع، و وابستگی به هویت برند شناخته می‌شود، یک «فشار محیطی دائمی» ایجاد می‌کند که کسب‌وکارهای خانوادگی را وادار به چابکی استراتژیک می‌کند. در سطح مالی–بازاری نیز کدهایی مانند شفافیت مالکیت، مدیریت درآمدها، کنترل هزینه‌ها و رشد بلندمدت، نشان‌دهنده شکل‌گیری نوعی «حاکمیت مالی باثبات» است که پیش‌شرط تداوم بین‌نسلی در این کسب‌وکارهاست. همچنین نیازهای اقتصادی نظیر اعتماد، سرمایه اجتماعی و وفاداری، بیانگر این است که توسعه این نوع کسب‌وکارها نه صرفاً یک کنش اقتصادی، بلکه فرایندی عمیقاً اجتماعی–ارزشی است که بر پیوندهای درون‌خانوادگی و شبکه‌های اجتماعی تکیه دارد.

جدول ٤. نتایج کدگذاری مربوط به شرایط زمینه‌ای

کدهای محوری	کدهای باز	فراوانی	
شرایط زمینه‌ای	روندهای داخلی	شناسایی قوت‌های داخلی کسب‌وکارهای خانوادگی	۸
		شکل‌دهی به عملیات‌ها	۷
		برنامه‌ریزی مطلوب جانشین پروری در کسب‌وکارهای خانوادگی	۹
		شفاف‌سازی اولویت‌ها و اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
		هدایت تصمیمات استراتژیک مبتنی بر اولویت‌های کسب‌وکارهای خانوادگی	۹
		شناسایی تغییرات در ترجیحات مصرف‌کننده	۹
		توجه به‌تمامی ذینفعان داخلی	۹
		پرورش تاب‌آوری	۱۰
		تعیین صلاحیت‌های رهبری و مدیریتی	۷
	جریان‌های اجتماعی	تعیین ارزش‌های خانوادگی	۷
		ادغام ارزش‌های خانوادگی را با نیازهای عملیاتی کسب‌وکار	۷
		آگاهی از ملاحظات اخلاقی	۸
		اتخاذ شیوه‌های مسئولیت‌پذیر اجتماعی ویژه کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
		روابط اجتماعی و شبکه‌سازی	۹
	مدیریت مؤثر	روشن‌سازی ساختارهای حاکمیتی	۹
		اجرای ساختارهای رسمی حاکمیتی در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۸
		مدیریت شفاف رسیدگی به تعارضات کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۷

کدهای محوری	کدهای باز	فراوانی	
		ایجاد فرهنگ شرکتی	۷
		تطبیق استراتژیک برای تضمین طول عمر	۸
		برنامه‌ریزی استراتژیک برای انتقال مالکیت‌ها	۸
		تقسیم عادلانه بین سهامداران	۹
		سازگاری با فناوری	۹
	روندهای خارجی	ثبات سیاسی	۹
		پیشرفت‌های تکنولوژیکی	۹
		تغییر ترجیحات مصرف‌کننده	۱۰
		ایجاد سیاست‌های منعطف دولتی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی	۹
		ایجاد سیاست‌های مالیاتی ویژه کسب‌وکارهای خانوادگی	۹
		پیگیری روندهای بازار	۹
		نرخ تورم، نرخ بهره و رشد کلی اقتصادی	۹
	مباحث مالی	ایجاد خط‌مشی‌ها و رویه‌های مشخص امور مالی به تفکیک مباحث شخصی و تجاری	۱۰
		تعریف و ایجاد هیئت مستقل نظارتی در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
		دسترس‌پذیری منابع مالی	۹
		شفاف‌سازی فرایندهای تأمین مالی	۹
		برنامه‌ریزی جامع مدیریت نقدینگی و سرمایه‌گذاری	۱۲
		سرمایه‌گذاری مشترک و بهره‌گیری از سرمایه‌گذاران خارجی	۸

شرایط زمینه‌ای بیانگر بسترهایی هستند که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی را جهت‌دهی یا محدود می‌کنند. در بررسی کدها، «نقش جامعه محلی»، «روابط اجتماعی»، «سلامت جسمانی» و «حمایت ساختاری» نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای ورزشی در ایران بیش از سایر صنایع با ساختارهای فرهنگی-اجتماعی محلی گره خورده‌اند. این پیوند سبب می‌شود که رشد این کسب‌وکارها وابسته به جلب اعتماد جامعه، جذب مشارکت مردمی و شکل‌دهی به هویت اجتماعی خود باشد. در ادامه، کدهایی مانند «دانش و تخصص»، «ساختار مدیریتی»، «نیروی انسانی»، «جایگاه اجتماعی» و «تجارب مدیریتی» روشن می‌سازد که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی در سطح درونی نیز نیازمند انباشتی از مهارت‌ها، دانش حرفه‌ای و تجربیات نسلی است. همچنین «سرمایه فرهنگی» و «روندهای دیجیتالی» نشان می‌دهد که زمینه توسعه این نوع کسب‌وکارها دیگر صرفاً بر حضور فیزیکی

و مدل‌های سنتی استوار نیست، بلکه به سمت ورزش هوشمند، ارتباطات دیجیتال و برندینگ آنلاین حرکت کرده است. بنابراین، شرایط زمینه‌ای ترکیبی از بسترهای فرهنگی–اجتماعی و قابلیت‌های ساختاری–دانشی هستند که توسعه را شکل می‌دهند.

جدول ۵. نتایج کدگذاری مربوط به شرایط مداخله‌گر

کدهای محوری		کدهای باز	فراوانی
شرایط مداخله‌گر	چالش‌های مدیریتی	اختلافات خانوادگی	۱۱
		عدم وجود ساختارهای رسمی	۱۰
		کاهش کرایی به واسه عدم هم‌افزایی	۹
		مشکلات مربوط به انتقال رهبری و مدیریت	۹
		تعارضات بین فردی	۱۰
		مشکلات مربوط به حفظ تعادل شخصی و حرفه‌ای	۱۱
		سختی مدیریت تغییر در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
		پایبندی به سنت‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
	چالش‌های مالی	مشکلات مربوط به سرمایه‌گذاری‌های خارجی	۹
		تأثیرپذیری بیشتر از نوسانات اقتصادی	۱۰
		وابستگی شدید به منابع داخلی	۱۱
		محدودیت‌های منابع	۸
		نگرانی‌های مالی در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
	چالش‌های محیطی	عدم تعادل رقابتی در صنعت ورزش	۹
		وجود نفوذهای دولتی در صنعت ورزش	۹
		عدم پشتیبانی حقوقی از کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۱۱
		چالش‌های بازار در پذیرش کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۱۰

شرایط مداخله‌گر، عوامل تعدیل‌کننده یا تشدیدکننده‌ای هستند که مسیر توسعه را تغییر می‌دهند. در داده‌های شما کدهایی مانند «حمایت نهادی»، «قوانین»، «محدودیت‌های ساختاری»، «چالش‌های اقتصادی» و «محیط رقابتی» دیده می‌شود که همگی نشان‌دهنده نفوذ ساختارهای کلان سیاسی–اقتصادی بر این کسب‌وکارهاست. این عناصر بیان می‌کنند که توسعه کسب‌وکار خانوادگی ورزشی در خلأ رخ نمی‌دهد، بلکه تحت تأثیر سیاست‌گذاری‌های ورزشی، شرایط ناپایدار اقتصاد کلان، نبود حمایت مالی و کمبود سازوکارهای رسمی توسعه قرار دارد. همچنین «مشکلات تأمین مالی»، «نوسانات اقتصادی»، «عدم حمایت رسمی» و «چالش‌های قانونی» به‌مثابه عواملی مداخله‌گر تصویری از محیط نامطمئن و پرریسک ارائه می‌کنند که فعالیت کسب‌وکارهای ورزشی خانوادگی را دشوارتر از سایر صنایع می‌سازد. این وضعیت سبب می‌شود بسیاری از خانواده‌ها به جای نگاه توسعه‌محور، به سمت «بقای

حداقلی» حرکت کنند. در نتیجه، بخش مداخله‌گر بازتاب‌دهنده نقش ساختارهای فراگیر و شرایط بیرونی در تضعیف یا تقویت مسیر توسعه است.

جدول ٦. نتایج کدگذاری مربوط به راهبردها

کدهای محوری		کدهای باز	فراوانی
راهبردها	راهبردهای بلندمدت	ایجاد برند قوی مبتنی بر هویت مشترک در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۱۱
		سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه جهت توسعه فناوری در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۹
		بهبود شبکه‌سازی به واسطه گسترش روابط با سایر نهادها توسط کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش	۱۰
		فراهم کردن آموزش‌های لازم و ایجاد فرصت‌های شغلی برای نسل‌های آینده به‌منظور انتقال دانش و تخصص به آن‌ها	۹
		ایجاد و مدیریت یک برنامه مالی پایدار در کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش جهت حمایت در گذر زمان	۹
	راهبردهای میان‌مدت	ارائه خدمات و محصولات جدید توسط کسب‌وکارهای خانوادگی در ورزش مطابق با کشف تغییر در ترجیحات بازار	۹
		سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تجهیزات برای جذب بیشتر مشتریان و حجم فعالیت‌ها	۹
		پیاده‌سازی کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند برای افزایش آگاهی از برند و جذب مشتریان جدید	۱۰
		برقراری شراکت با تیم‌ها و لیگ‌های ورزشی معتبر برای به‌دست‌آوردن اعتباری بیشتر و جذب طرفداران	۹
		انجام تحقیقات و آنالیز بازار برای شناسایی روندها و نیازهای جدید مشتریان	۹
	راهبردهای بلندمدت	بررسی و بهبود فرآیندهای داخلی، مانند خدمات مشتری، مدیریت مالی و ارتباطات	۹
		سازماندهی رویدادهای اجتماعی و ورزشی محلی برای افزایش تعامل با مشتریان و تقویت جامعه ورزشی	۱۲
		ارائه تخفیف‌ها و بسته‌های ویژه برای جذب مشتریان جدید و افزایش رضایت مشتری	۱۱
		بهره‌گیری از پلتفرم‌های اجتماعی برای تبلیغ محصولات و خدمات و ارتباط مستقیم با مشتریان	۱۱
		استفاده از معیارهای کلیدی عملکرد برای ارزیابی فعالیت‌ها و شناسایی نقاط قوت و ضعف کسب‌وکار.	۸

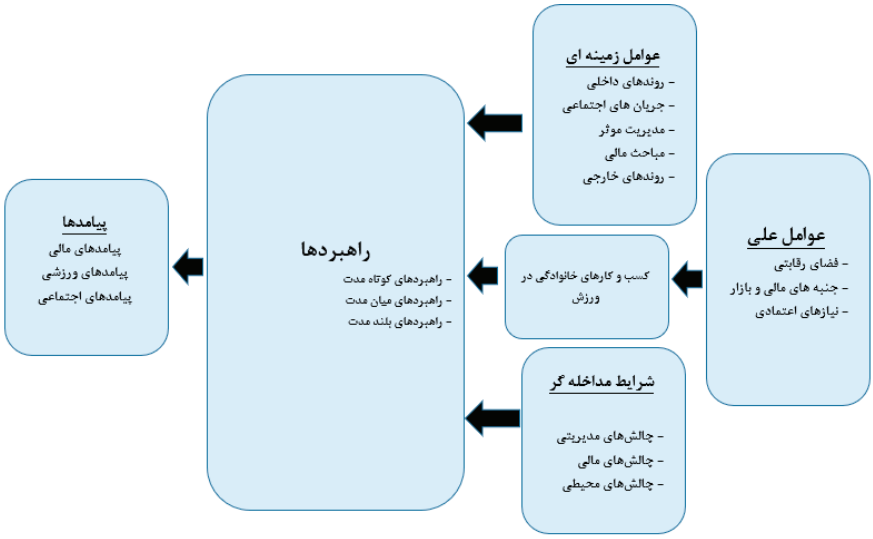
راهبردهای استخراج‌شده از کدها نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی برای توسعه از مجموعه‌ای از اقدامات مبتنی بر هویت خانوادگی، دانش حرفه‌ای و بازآرایی منابع استفاده می‌کنند. «برنامه‌ریزی راهبردی»، «جهت‌گیری بازار»، «بهبود مدیریت»، «نوآوری» و «شبکه‌سازی» نشان می‌دهد که خانواده‌ها برای مقابله با فشارهای محیطی به سمت استراتژی‌های انعطاف‌پذیر و آینده‌نگرانه حرکت می‌کنند. همچنین «تقویت مهارت‌ها»، «به‌روزرسانی دانش»، «استفاده از تجربیات»، «توسعه برند»، و «استفاده از ساختارهای حمایتی» بیانگر اتخاذ رویکردی است که در آن خانواده تلاش می‌کند تعادل بین سنت خانوادگی و الزامات رقابت مدرن ایجاد کند. «مدیریت تعارض»، «تقویت ارتباطات درون‌خانوادگی» و «حفظ ارزش‌های خانوادگی» نیز نشان می‌دهد که راهبردهای توسعه همیشه اقتصادی نیستند؛ گاهی پایداری احساسی و انسجام خانوادگی مهم‌تر از رشد مالی است. این راهبردها تصویری از رویکرد چندبعدی می‌دهد که بر مهارت، بازار و نیز ارزش‌های خانوادگی تکیه دارد.

جدول ۷. نتایج کدگذاری مربوط به پیامدها

کدهای محوری		کدهای باز	فراوانی
پیامدها	پیامدهای ورزشی	توسعه فعالیت‌ها و تخصص‌های بازار در صنعت ورزش ایران	۸
		کمک به رشد و توسعه مالی صنعت ورزش در مقایسه بزرگ‌تر	۹
		افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ورزشی	۹
		افزایش رضایت‌مندی مخاطبان صنعت ورزش	۱۰
		کمک به توسعه هویت برند ورزش در سطح جامعه	۸
	پیامدهای مالی	ایجاد عملکرد مالی مطلوب در صنعت ورزش	۸
		ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی در صنعت ورزش	۸
		مدیریت مطلوب هزینه‌ها	۸
		مدیریت مطلوب بحران‌های مالی احتمالی	۸
		صرفه‌جویی بهینه مالی در صنعت ورزش	۹
	پیامدهای اجتماعی	تقویت حس تعلق و هویت در جوامع محلی	۱۰
		ترویج ارزش‌های خانوادگی	۸
		انتقال تجارب به نسل‌های بعدی	۸
		ایجاد سرمایه اجتماعی مطلوب در ورزش	۸
		مدیریت بین نسلی مطلوب در ورزش	۹

پیامدهای مدل، ترکیبی از نتایج فردی، خانوادگی، سازمانی و اجتماعی هستند. کدهایی مانند «رشد اقتصادی»، «پایداری»، «موفقیت»، «رضایت مشتری»، «افزایش سرمایه اجتماعی»، «توسعه برند» و «انتقال بین‌نسلی» نشان‌دهنده این است که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی ارزش‌آفرینی چندلایه ایجاد می‌کند. این پیامدها فقط رشد مالی نیستند؛ بلکه دامنه‌ای از منافع را شامل می‌شوند که هویت خانوادگی، انسجام اجتماعی و مشارکت جامعه محلی را نیز تقویت می‌کنند. به‌ویژه «تداوم میراث خانوادگی»، «تثبیت ارزش‌های ورزشی» و «افزایش نقش اجتماعی خانواده» نشان می‌دهد که این کسب‌وکارها نه‌تنها یک واحد اقتصادی، بلکه یک سازوکار فرهنگی–اجتماعی هستند که به بازتولید سرمایه فرهنگی ورزش کمک می‌کنند. پیامدهای نهایی مدل، بیانگر این است که توسعه این نوع کسب‌وکارها سبب ایجاد چرخه‌ای از رشد پایدار، تاب‌آوری، و بازتولید هویت خانوادگی–ورزشی می‌شود.

پس از بررسی‌های انجام‌شده تعداد ۱۰۳ کد نهایی استخراج گردید. شکل ۱ مدل تحقیق را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل تحقیق

مدل نهایی پژوهش نشان می‌دهد که توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی در بستر صنعت ورزش ایران حاصل تعامل پیچیده و پویا میان مجموعه‌ای از شرایط علّی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهاست؛ ساختاری که یک «پارادایم توسعه خانوادگی–ورزشی» را شکل می‌دهد. این مدل براساس تحلیل عمیق داده‌های میدانی و تفسیر نظام‌مند روابط

میان کدها، نه‌تنها ابعاد پراکنده کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی را در یک چارچوب نظری منسجم ادغام می‌کند، بلکه نشان می‌دهد توسعه این کسب‌وکارها از یک سازوکار چندلایه و چندعاملی تبعیت می‌کند که ریشه در ماهیت فرهنگی، اقتصادی و هویتی خانواده‌های فعال در عرصه ورزش دارد. در بخش شرایط علّی، فشارهای رقابتی، الزامات مالی-بازاری و ضرورت پاسخ‌دهی سریع به تغییرات محیطی، نوعی «چابکی استراتژیک اجباری» را شکل می‌دهند که کسب‌وکارهای خانوادگی را به سمت سازمان‌دهی منابع، ارتقای ساختار مالی و تکیه بر سرمایه اجتماعی سوق می‌دهد. این شرایط، نقطه آغاز فرایند توسعه‌محور است و پیوند بین نیازهای بیرونی و ظرفیت‌های درونی را برجسته می‌سازد.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر در پاسخ به خلأ موجود در ادبیات کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی انجام شد؛ حوزه‌ای که علیرغم جایگاه روزافزون آن در صنعت ورزش، هنوز فاقد مدل نظری منسجم و شواهد علمی کافی است. کمبود پژوهش‌های نظام‌مند در این زمینه موجب شده است مسیر توسعه این نوع کسب‌وکارها برای نهادهای تصمیم‌گیر، فعالان ورزشی و حتی خود خانواده‌ها ناشناخته باقی بماند. ازاین‌رو، پژوهش حاضر با تکیه بر رویکرد گراندد تئوری تلاش کرد تصویری جامع و بومی از فرایند توسعه این کسب‌وکارها ارائه دهد. یافته‌های این پژوهش صرفاً دارای ارزش نظری نیستند، بلکه می‌توانند مبنای طراحی مداخلات اجرایی در صنعت ورزش قرار گیرند. تقویت زیرساخت‌های مالی، طراحی سازوکارهای حمایتی، توسعه شبکه‌سازی، برنامه‌ریزی بین‌نسلی و ایجاد مدل‌های جدید نوآوری ازجمله اقداماتی است که براساس این مدل قابل اجراست و می‌تواند نقش کسب‌وکارهای خانوادگی را در توسعه اقتصاد ورزش کشور تقویت کند. تحلیل داده‌ها نشان داد که عوامل علی مؤثر بر توسعه شامل فضای رقابتی پرتنش، الزامات مالی-بازاری و نیازهای مبتنی بر اعتماد است؛ عواملی که به‌طور مستقیم بر جهت‌گیری و بقای کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی اثر می‌گذارند. این یافته‌ها با نتایج مطالعات بارگونی و همکاران (۲۰۲۳) و سائورا و همکاران (۲۰۲۳) هم‌جهت است. آنان تأکید می‌کنند که فشارهای محیط رقابتی و الزامات مالی-بازاری، کسب‌وکارهای خانوادگی را به سمت نوآوری، شفافیت مالی و پاسخ‌دهی سریع به تحولات سوق می‌دهد. بااین‌حال، پژوهش حاضر بُعد جدیدی را برجسته کرد: نیازهای اعتمادمحور و سرمایه اجتماعی خانوادگی در کسب‌وکارهای ورزشی نقشی بنیادین‌تر از بسیاری صنایع دیگر دارد و به‌عنوان زیرساخت روابط تجاری و تعاملات مشتریان عمل می‌کند.

در ادامه، شرایط زمینه‌ای همچون روندهای داخلی کسب‌وکار، جریان‌های اجتماعی، مدیریت مؤثر، روندهای بیرونی و عوامل مالی، بستر اصلی توسعهٔ خانواده‌های کارآفرین ورزشی را تشکیل می‌دهند. این شرایط در ادبیات تحقیقات بین‌المللی نیز مورد توجه قرار

گرفته است. به‌عنوان نمونه، پژوهش سائورا و همکاران (۲۰۲۳) بر اهمیت فناوری‌ها، نوآوری دیجیتال و سازگاری با تغییرات محیطی تأکید دارد؛ موضوعی که در داده‌های حاضر نیز مشاهده شد. با این تفاوت که یافته‌های پژوهش حاضر نشان دادند ساختارهای فرهنگی، هویت ورزشی خانواده و سرمایه فرهنگی ورزشی نقش پررنگ‌تری در زمینه‌سازی توسعه ایفا می‌کنند؛ امری که وجه بومی مدل را تقویت می‌کند. در بخش دیگری از یافته‌ها مشخص شد که عوامل مداخله‌گر شامل چالش‌های مدیریتی، محیطی و مالی، نقش تعدیل‌کننده یا بازدارنده در مسیر توسعه دارند. ساختارهای حمایتی ضعیف، نوسانات اقتصادی و نبود قوانین مشخص برای حمایت از کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی ازجمله مسائلی هستند که مانع رشد پایدار می‌شوند. این نتایج با پژوهش‌های بین‌المللی همچون خانجانی و موسوی (۱۴۰۲) و گزارش‌های جدید جهانی هم‌راستا است، اما پژوهش حاضر نشان می‌دهد که این چالش‌ها در فضای صنعت ورزش ایران شدت و ماهیتی متفاوت دارند و ضرورت اصلاح سیاست‌ها و ایجاد چارچوب‌های حمایتی اختصاصی را مطرح می‌کنند.

راهبردهای توسعه نیز در سه سطح کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت شناسایی شد. خانواده‌های صاحب کسب‌وکارهای ورزشی برای توسعه پایدار از مجموعه‌ای از اقدامات شامل برنامه‌ریزی استراتژیک، تقویت مهارت‌ها، نوآوری، بهبود مدیریت، شبکه‌سازی، توسعه برند و مدیریت تعارضات بهره می‌برند. این یافته با تحقیق سائورا و همکاران (۲۰۲۳) هم‌سوست که نوآوری دیجیتال، بازاریابی هوشمند و تصمیم‌گیری آنلاین را از عناصر کلیدی توسعه می‌دانند. پژوهش حاضر با برجسته کردن نقش ارزش‌های خانوادگی، انسجام عاطفی و تجارب نسلی نشان داد که در کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی راهبردهای توسعه تنها اقتصادی نیستند، بلکه عمیقاً ارزشی و هویتی‌اند.

در نهایت، پیامدهای شناسایی‌شده شامل پیامدهای ورزشی، اجتماعی و مالی است. نتایج نشان می‌دهد توسعه این کسب‌وکارها تنها به رشد اقتصادی منجر نمی‌شود، بلکه به افزایش سرمایه اجتماعی، تقویت برند، ارتقای مشارکت جامعه محلی و تداوم میراث خانوادگی–ورزشی نیز کمک می‌کند. یافته‌ها با مطالعه موسوی و شاخویی (۱۴۰۱) و بارگونی و همکاران (۲۰۲۳) همخوان است، با این تفاوت که پژوهش حاضر نشان داد هویت ورزشی خانوادگی و کارکردهای فرهنگی آن به‌عنوان پیامدی اختصاصی و ارزشمند در صنعت ورزش ایران ظاهر شده است. براساس این نتایج، می‌توان گفت توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی فرایندی چندعاملی و چندلایه است که در آن هویت، خانواده، اقتصاد، جامعه و ساختارهای نهادی به‌طور هم‌زمان نقش‌آفرینی می‌کنند. مدل ارائه‌شده در این پژوهش به‌دلیل تمرکز بر ارزش‌های خانوادگی، هویت ورزشی، سرمایه اجتماعی، سازوکارهای مدیریتی و شرایط نهادی، از نوآوری نظری و کاربردی برخوردار است و می‌تواند مبنای طراحی برنامه‌های

حمایتی، سیاست‌گذاری کلان، آموزش مدیران و طراحی راهبردهای توسعه پایدار در صنعت ورزش ایران واقع شود. در بُعد کاربردی، توصیه می‌شود کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی با سرمایه‌گذاری در فناوری، توسعه شبکه‌های حرفه‌ای، طراحی خدمات متناسب با تغییرات بازار، تقویت زیرساخت‌ها، سازماندهی رویدادهای ورزشی و ایجاد بسته‌های تشویقی، مسیر توسعه و جذب مشتریان را تسهیل کنند. همچنین تقویت حاکمیت شرکتی، برنامه‌ریزی جانشین‌پروری و توجه به رویکردهای بین‌نسلی برای پایداری این کسب‌وکارها ضروری است.

نتایج پژوهش حاضر مجموعه‌ای از عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی را برای توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی شناسایی کرد. این بینش‌ها می‌تواند مبنای طراحی برنامه‌های توسعه‌ای، مدیریتی و سیاست‌گذاری در صنعت ورزش قرار گیرد. بر این اساس، ارائه پیشنهادهایی کاربردی برای ذی‌نفعان ضروری است. نخست آنکه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی لازم است برنامه‌ریزی استراتژیک مبتنی بر تحلیل محیط رقابتی را در دستور کار قرار دهند و با ایجاد ساختارهای مالی شفاف، مدیریت هزینه‌درآمد و استفاده از ابزارهای دیجیتال، توان پاسخ‌دهی خود به تغییرات بازار ورزش را افزایش دهند. دوم آنکه توصیه می‌شود شبکه‌سازی حرفه‌ای و همکاری با نهادهای ورزشی، مراکز آموزشی، باشگاه‌ها و سازمان‌های محلی تقویت شود تا سرمایه اجتماعی و برند خانوادگی–ورزشی توسعه یابد. سوم، توجه به حاکمیت شرکتی، مدیریت تعارضات خانوادگی و برنامه‌ریزی جانشین‌پروری یکی از الزامات اصلی برای پایداری و توسعه این کسب‌وکارهاست. چهارم، پیشنهاد می‌شود خانواده‌ها با سرمایه‌گذاری در آموزش، ارتقای مهارت‌های مدیریتی و بازاریابی، توسعه خدمات جدید، تنوع‌بخشی به مدل‌های درآمدی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ورزشی مسیر رشد خود را تقویت کنند. در سطح سیاست‌گذاری نیز ضروری است نهادهای حاکمیتی ورزش با طراحی بسته‌های حمایتی، تسهیلات مالی، مشاوره‌های تخصصی، مراکز رشد و قوانین تسهیل‌کننده برای کسب‌وکارهای خانوادگی نقش فعال‌تری در ایجاد بستر توسعه ایفا کنند. ایجاد سامانه‌های اطلاعاتی، شفاف‌سازی قوانین صدور مجوز، حمایت از نوآوری‌های ورزشی و فراهم‌سازی زیرساخت‌های دیجیتال می‌تواند انگیزه و توان رقابتی این کسب‌وکارها را به‌طور قابل‌توجهی افزایش دهد. نتایج این پژوهش مبتنی بر داده‌های میدانی و تحلیل کیفی بوده و بنابراین در چارچوب بافت، شرایط اجتماعی–اقتصادی و ویژگی‌های نمونه مورد مطالعه قابل تفسیر است. هدف پژوهش، ارائه درکی عمیق از تجربه خبرگان و شناسایی الگوهای معنادار در این زمینه بود، نه تعمیم آماری نتایج به کل جامعه. لذا مدل ارائه‌شده می‌تواند به‌عنوان چارچوبی ابتدایی برای برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و پژوهش‌های تکمیلی مورد استفاده قرار گیرد.

با توجه به ماهیت کیفی پژوهش و پیچیدگی موضوع، مسیرهایی برای تحقیقات آتی

همچنان وجود دارد. نخست، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران با بهره‌گیری از روش‌های کمّی و مدل‌سازی آماری مدل ارائه‌شده را آزمون و اعتبارسنجی کنند تا میزان تأثیر هر یک از عوامل شناسایی‌شده در محیط‌های واقعی مشخص شود. دوم، انجام پژوهش‌های طولی می‌تواند به درک بهتر روندهای بین‌نسلی، چگونگی تغییرات ارزش‌های خانوادگی و پایداری تصمیمات راهبردی در کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی کمک کند. سوم، پیشنهاد می‌شود در آینده مطالعاتی تطبیقی میان استان‌ها، رشته‌های ورزشی، یا انواع مختلف کسب‌وکارهای ورزشی انجام شود تا امکان تحلیل تفاوت‌ها و شباهت‌ها فراهم شود. چهارم، بررسی نقش فناوری‌های نوظهور مانند هوش مصنوعی، ورزش دیجیتال، رسانه‌های اجتماعی و تحلیل داده در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی از موضوع‌های مهم و نوظهور برای پژوهش‌های بعدی است. این پژوهش همچون دیگر مطالعات دارای محدودیت‌هایی است. ماهیت کیفی و نمونه‌گیری هدفمند سبب می‌شود قابلیت تعمیم نتایج محدود باشد و یافته‌ها تنها بازتاب‌دهنده دیدگاه‌ها و تجربیات خبرگان منتخب باشند. همچنین محدودیت زمانی و دشواری دسترسی به برخی از خانواده‌های صاحب کسب‌وکارهای ورزشی موجب شد فرصت مشاهده میدانی گسترده فراهم نشود. محدودیت دیگر آن است که عوامل محیطی و نهادی کشور ممکن است در دوره‌های مختلف دستخوش تغییراتی شوند که بر پایداری مدل پیشنهادی اثرگذار باشد. بااین‌وجود، این محدودیت‌ها از ارزش پژوهش نمی‌کاهند؛ زیرا هدف اصلی ارائه مدلی بومی و زمینه‌مند بوده است که بتواند مبنای آغاز تحقیقات گسترده‌تر در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی قرار گیرد.

منابع

امیدی نجف‌آبادی، مریم. (۱۴۰۰). آموزش کارآفرینانه؛ چیستی، چرایی و چگونگی انجام آن. ترویج علم، ۱۲ (۱)، ۱۶۰–۱۸۰

امیری، محمدرضا، رضازاده، علی‌اکبر، و کریمی، سجاد. (۱۴۰۴). توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ورزشی با تأکید بر سرمایه اجتماعی و حاکمیت شرکتی. فصلنامه مدیریت ورزشی و رفتار سازمانی در ورزش، ۱۱ (۲)، ۱۱۰–۱۲۸.

الماسی فرد، محمدرسول؛ بخشم، میلاد؛ کریمی، حسین. (۱۴۰۰). شرکت‌های دانش بنیان زایشی: تعریف، نقش و گونه شناسی، ترویج علم؛ ۱۲ (۱)، ۱۸۱–۲۰۴.

ترن‌برت، لیندا؛ و حسن، دیوید. (۱۳۹۵). مدیریت کسب‌وکار ورزش (استراتژیک و عملیاتی). ترجمه رحیم زارع، سید علیرضا هاشمی و سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.

حسن، دیوید. (۱۳۹۸). مدیریت کسب‌وکار ورزشی: مقدمه‌ای بر مبانی مدیریت ورزشی. مؤلف دیوید ترجمه اعظم خلیل پو، حوریه دهقان پوری، میثم نظری قنبری و مائده شفیع‌زاده. میاندوآب: انتشارات مبانی.

خانجانی، رضوان و موسوی، احسان. (۱۴۰۲). کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای خانوادگی، سومین کنفرانس دیده‌بانی کسب‌وکار ایران ۱۴۰۲، تهران.
سعیدی کیا، احمد؛ و صادقی، مریم. (۱۳۹۸). توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی در مناطق روستایی ایران. تهران: انتشارات امام عصر (عج).
شیروانی، فوائد؛ نادری، نادر؛ دل انگیزان، سهراب. (۱۴۰۲). ارائه مدلی جهت توسعه زیست بوم کسب و کارهای نوپای حوزه فناوری اطلاعات (مورد مطالعه استان اصفهان)، ترویج علم، ۱۴ (۱)، ۲۰۲-۱۷۷.
موسوی محب، سید مرتضی و شاخویی، محمد احسان. (۱۴۰۱). تأثیر گرایشات ارزشی و استراتژیک بر رشد کسب‌وکارهای خانوادگی در صنعت پوشاک ورزشی، اولین کنفرانس بین‌المللی مطالعات نوین در علوم انسانی، علوم تربیتی، حقوق و مطالعات اجتماعی.
هوشمندی، سیما؛ و مرادسی، شهین. (۱۴۰۱). عوامل مؤثر بر موفقیت استراتژی کسب‌وکار. سومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری در مدیریت کسب‌وکار و اقتصاد.
Baltazar, J. R., Fernandes, C. I., Ramadani, V., & Hughes, M. (2023). Family business succession and innovation: a systematic literature review. Review of Managerial Science, 1-24.
Bargoni, A., Alon, I., & Ferraris, A. (2023). A systematic review of family business and consumer behaviour. Journal of Business Research, 158, 113698.
Blackburn, S., LaBerge, L., O'Toole, C., & Schneider, J. (2020). Digital strategy in a time of crisis. McKinsey Digital, 22, 1-10.
Brosseau, D., Ebrahim, S., Handscomb, C., & Thaker, S. (2019). The journey to an agile organization. McKinsey & Company, 10, 1-10.
Carter, L., & Hughes, M. (2025). Family Business Dynamics in the Sports Industry: A Cross-Generational Strategic Perspective. Journal of Sport Management and Business Innovation, 18(1), 45–72.
De Massis, A., & Rondi, E. (2020). COVID-19 and the future of family business research. Journal of Management Studies, 57(8), 1727-1731.
Debellis, F., Torchia, M., Quarato, F., & Calabrò, A. (2023). Board openness and family firm internationalization: A social capital perspective. Small Business Economics, 60(4), 1431-1448.
Erdogan, I., Rondi, E., & De Massis, A. (2020). Managing the tradition and innovation paradox in family firms: A family imprinting perspective. Entrepreneurship theory and practice, 44(1), 20-54.
Issah, W. B., Anwar, M., Clauss, T., & Kraus, S. (2023). Managerial capabilities and strategic renewal in family firms in crisis situations: the moderating

role of the founding generation. Journal of Business Research, 156, 113486.
Jain, A., Thukral, S., & Paul, J. (2024). Foreign market entry modes of family firms: A review and research agenda. Journal of Business Research, 172, 114407.
Krueger, N., Bogers, M. L., Labaki, R., & Basco, R. (2021). Advancing family business science through context theorizing: The case of the Arab world. Journal of Family Business Strategy, 12(1), 100377.
Lv, C., Wang, Y., & Jin, C. (2022). The possibility of sports industry business model innovation based on blockchain technology: Evaluation of the innovation efficiency of listed sports companies. PloS one, 17(1), e0262035.
Mariani, M. M., Al-Sultan, K., & De Massis, A. (2023). Corporate social responsibility in family firms: A systematic literature review. Journal of Small Business Management, 61(3), 1192-1246.
O'sullivan, A., & Sheffrin, S. M. (2003). Economics: Principles in action (Texas Edition). Published by Pearson Prentice Hall.
Rovelli, P., Ferasso, M., De Massis, A., & Kraus, S. (2022). Thirty years of research in family business journals: Status quo and future directions. Journal of Family Business Strategy, 13(3), 100422.
Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Barbosa, B. (2023). A review of digital family businesses: setting marketing strategies, business models and technology applications. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 29(1), 144-165.
Stock, C., Pütz, L., Schell, S., & Werner, A. (2024). Corporate social responsibility in family firms: Status and future directions of a research field. Journal of business ethics, 190(1), 199-259.