



## شناسایی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سه سطح کلان، میانی و خرد

تقی عاشوری<sup>۱</sup>، مرتضی دوستی<sup>۲</sup>، سیدمحمدحسین رضوی<sup>۳</sup>، ابوالحسن حسینی<sup>۴</sup>  
۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.  
۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران  
۳. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران  
۴. دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

### چکیده

### اطلاعات مقاله

هدف تحقیق حاضر شناسایی و تبیین راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سطوح کلان، میانی و خرد است. روش پژوهش از نظر راهبرد آمیخته با طرح اکتشافی-متوالی و هدف کاربردی- توسعه‌ای می‌باشد که با مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته تا رسیدن به اشباع نظری و اجماع در بخش کیفی: ۴۰ نفر از خبرگان دانشگاهی، کارآفرینان و مدیران سازمان‌های ورزشی با نمونه‌گیری هدفمند نظری مشارکت داشتند. در بخش کمی: با نمونه‌گیری تصادفی ۱۶۴ نفر از کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی، انتخاب شدند. ابزار پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت جهت تعیین اهمیت مقوله‌ها و برازش مدل بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار آماری واریانس‌محور اسمارت پی‌ال‌اس نسخه سوم انجام شد. یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد مدل مذکور در ۳ سطح کلان: با ۵ مقوله (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و حقوقی)، میانی با ۸ مقوله (موقعیتی و منطقه‌ای، فضای کسب‌وکار، رقابتی، رسانه، آموزشی، حمایت، مدیریت و زیرساخت‌فناورانه) و خرد با ۳ مقوله (فردی، بین‌فردی و رفتاری-روانشناختی) شناسایی و رابطه‌ی بین سازه‌ها با مقوله‌ها مذکور مثبت و معنی‌دار ( $T \geq 2/58$ ) و برازش مدل پژوهشی ( $0/616 = GOF$ ) قوی ارزیابی شد. بنابراین با توجه به نتایج، ظهور هر پدیده‌ی نو در جامعه و تغییراتی که می‌تواند در ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایجاد کند، نیازمند توجه و بررسی است، چرا که در صورت مواجهه‌ی بدون برنامه ممکن است جامعه نتواند از مزایای آن استفاده لازم را ببرد. بنابراین، فرصت‌های کارآفرینی و راهکارهای توسعه فرصت آن نیازمند برنامه ریزی و توجه از سوی متولیان امر ورزش و کارآفرینی می‌باشد.

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۱۸

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۱۸

### کلیدواژگان:

راهکارهای توسعه،  
فرصت‌های کارآفرینی،  
کارآفرینی ورزشی،  
صنعت ورزش.

نویسنده مسئول: تقی عاشوری

پست الکترونیکی:

T.ashouri86@yahoo.com

# Identifying Development Strategies for Sports Entrepreneurship Opportunities at Macro, Middle and Micro Levels

Taghi Ashouri<sup>1</sup>, Morteza Dosti<sup>2</sup>, Seyed Mohammad Hossein Razavi<sup>3</sup>,  
Abolhasan Hosseini<sup>4</sup>

1. University of Mazandaran

2. Associate Professor, Department of Physical Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

3. Associate Professor, Department of Physical Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

4. Associate Professor of Business Administration, Faculty of Economic and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

## Abstract:

The purpose of this study is to identify and explain the development solutions for entrepreneurial opportunities in sports at macro, middle, and micro levels. The research method is exploratory-sequential with an applied-developmental objective, which involved semi-structured interviews to reach theoretical saturation and consensus in the qualitative section: 40 academic experts, entrepreneurs and managers of sports organizations through purposive theoretical sampling. In the quantitative section, 164 sports entrepreneurs and postgraduate students in sports management were selected through random sampling. The research tools were semi-structured interviews and a researcher-made questionnaire on a 5-point Likert scale to determine the variables and fit the model. Data analysis was performed using partial least squares with Smart PLS (3) statistical software. The mentioned model was identified at three macro levels: with 5 variables (economic, cultural, social, political, and legal), middle level with 8 variables (locational and regional, business environment, competitive, media, educational, support, management, and technological infrastructure), and micro level with 3 variables (individual, interpersonal, and behavioral-psychological). The relationships between these structures and the mentioned variables were found to be positive and significant ( $T \geq 2.58$ ) with a strong fit of the research model ( $GOF = 0.616$ ). The emergence of any new phenomenon in society and the changes it can create in economic, social, and cultural structures require attention and investigation because without proper planning society may not be able to benefit from its advantages. Therefore, entrepreneurial opportunities and development strategies for those opportunities require planning and attention from those responsible for sports and entrepreneurship.

## مقدمه:

نقش کارآفرینی، به عنوان موتور محرکه برای تحول اقتصادی و اجتماعی، در ادبیات اقتصاد جدید نیست؛ بطور فزاینده‌ای روشن است که کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه توسعه اقتصادی را موجب می شود (ساکسنا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). فرصت از مفاهیم اساسی در ادبیات کارآفرینی دارد (بای و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). کارآفرینان باید فرصت‌های ارزشمند را جست‌وجو و استفاده کنند، آنها باید در شرایط سخت، مبهم و عدم‌اطمینان و در محیط های پرفشار بتوانند به سرعت تصمیم گیری کنند، آنها باید نسبت به دیگر کارکنان، بیشتر و سخت تر کار کنند و باید دارای مهارت‌ها، دانش‌ها و توانایی‌های مختلف باشند؛ بنابراین کارآفرینی و فرصت دو مفهوم درهم‌تنیده‌اند که تصور یکی بدون دیگری غیرممکن است (بامشاد و همکاران، ۱۴۰۰).

در اقتصاد ایران، اشتغال از دغدغه‌های اصلی سیاستگذاران اقتصادی است (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۴). کسب‌وکارهای کوچک، از اهمیت زیادی در اشتغال‌زایی و ترویج رشد اقتصادی دارند. حفظ رشد این کسب‌وکارها نه تنها مشاغل تازه‌ای ایجاد می‌کند، بلکه برای صاحبان این کسب‌وکارهای کوچک ثروت، خودشکوفایی و استقلال به ارمغان می‌آورد؛ اما این در حالیست که کسب‌وکارها همیشه با بحران‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و زیست محیطی مواجه هستند (آقازاده، رضایی و پیری‌زاده، ۱۴۰۱). در دنیای امروز که با پیچیدگی و رقابت شدیدی همراه است، سازمان‌ها برای ادامه حیات و پیشرفت، باید به طور مداوم و پیوسته تلاش کنند و از ابزارهای نوآورانه‌ای که می‌توانند سرعت رشد و توسعه آنها را افزایش دهند، بهره ببرند (واقفی نظری، الهی و اکبری یزدی، ۱۴۰۰). استراتژی‌ها و راهکارهای کارآفرینانه هم برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید و هم برای شرکت‌های موجود به طور فزاینده‌ای با اهمیت بیشتری مواجه می‌شود؛ چرا که ارتباط این عوامل با موفقیت شرکت‌ها اعتبار بیشتری یافته است. سرمایه گذاری در ایجاد محصولات ورزشی و خدمات ورزشی، هم اشتغال ایجاد می‌کند و هم اینکه، بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید که این امر موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می‌شود (شریفیان و همکاران، ۱۳۹۵).

ورزش از عوامل مؤثر در توسعه سلامت و نشاط جامعه می‌باشد و بر بهره‌وری ملی تأثیر گذار است (خسروی‌زاده، کمانکش و شاه منصور، ۱۴۰۰). کارآفرینی ورزشی فعالیتی نوآورانه فرصت‌محور است که از نظر رقابتی تهاجمی می‌باشد که نیازمند آن است که فرد کارآفرین بتواند از فرصت‌ها استفاده کند (یاراحمدی، الماسی‌فرد و عبدالملکی، ۱۴۰۰). رشد صنعت ورزش باعث افزایش تعداد کسب‌وکارهای ورزشی شده است. این رشد به دلیل عوامل متعددی از جمله سرمایه‌ی اندک مورد نیاز برای شروع کسب‌وکار، عدم نیاز به آموزش‌های طولانی و قابلیت انعطاف در ساعات کاری است (رمضانی، کشتی‌دار و مودی، ۱۴۰۰).

<sup>1</sup> Saxena et al

<sup>2</sup> Bai et al

کسب و کارهای ورزشی در راستای فعالیت های خود و ایجاد ارزش برای جامعه و سود برای ذی نفعان سازمانی ناچار از شناسایی فرصت های جدید هستند (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۳). وضعیت متغیرهای اقتصادی ایران مانند تولید ناخالص ملی، درآمد سرانه، سرمایه گذاری ناخالص و غیره در سه دهه اخیر نشان از وابستگی شدید اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از نفت دارد، به همین منظور جهت تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت های جدید شغلی در کشور توسعه ی صنایع دیگر از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به اینکه ورزش به عنوان صنعتی توسعه یافته در جهان مطرح شده و افزایش فزاینده ی کارآفرینی در آن فرصت های شغلی جدیدی را ایجاد کرده است. اعمال تفکر نوآورانه و استفاده از این نوع تفکر در این صنعت امری اجتناب ناپذیر است (رضایی و صمیمی، ۱۳۹۹).

عسکریان، رهبر، راغفر و صفاری (۱۴۰۰) موانع توسعه ورزشی را در هشت مانع فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، سیستمی-انسانی، مدیریتی، زیرساختی، تکنولوژیکی و موانع رسانه ای معرفی کردند و در ادامه نشان دادند موانع فرهنگی، اقتصادی و سیاسی موانع زمینه ای هستند که بسترساز موانع دیگر به حساب می آید. در تحقیقی دیگر از عسکریان و رهبر (۱۴۰۰) در تحقیق خود نشان داد برای توسعه مؤثر ورزش در کشور نیاز است ابتدا ذی نفعان کلان از جمله دولت و حاکمیت سیاست های صحیح و لازم را در این رابطه اتخاذ و سازمان هایی که به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه ورزش نقش دارند این سیاست ها را در قالب رویه ها و فرآیندهای مربوطه تعریف و عملیاتی کنند تا به این ترتیب فرصت ها، ساختار و بسترهای لازم برای مشارکت مصرف کنندگان ورزش را در قالب یک سیستم فراهم آورند. نتایج تحقیق یاراحمدی، الماسی فرد و عبدالملکی (۱۴۰۰) در مورد عوامل اثرگذار بر ایجاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در کرمانشاه نه عامل دولت و سیاست های اتخاذی آن، عوامل اقتصادی و مالی، فرهنگی و اجتماعی، زیرساخت های فیزیکی و تکنولوژیکی، قوانین و مقررات، بازار و شرایط آن، دانشگاه و صنعت و تعامل میان آن ها، مدیریت و منابع انسانی و جاذبه های طبیعی-توریستی ورزشی معرفی کرد.

در تحقیقات گذشته در مورد کارآفرینی ورزشی، محققان به بررسی عوامل مختلفی که بر این پدیده تأثیر می گذارند، پرداخته اند. این عوامل را می توان در سه سطح کلی کلان، میانی و خرد دسته بندی کرد. سطح کلان به عوامل ملی و فراملی مانند سیاست های دولتی، شرایط اقتصادی و فرهنگ اجتماعی اشاره دارد. در سطح کلان می توان به تحقیق گومز و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان "تأثیر سیاست های دولتی بر کارآفرینی ورزشی" و تحقیق رودریگو و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان "رابطه بین اقتصاد و کارآفرینی ورزشی" اشاره کرد. تحقیقات در این سطح نشان داده اند که این عوامل می توانند تأثیر قابل توجهی بر توسعه کارآفرینی ورزشی داشته باشند. به عنوان مثال، سیاست های دولتی که از ورزش حمایت می کنند، می توانند به ایجاد فرصت های کارآفرینی جدید کمک کنند. اقتصادهای قوی تر نیز با نرخ های بالاتر کارآفرینی ورزشی

مرتبط هستند. فرهنگ‌های اجتماعی که به ورزش اهمیت می‌دهند، نیز می‌توانند زمینه را برای توسعه کارآفرینی ورزشی فراهم کنند.

سطح میانی به عوامل متولیان اصلی ورزشی در سطح کشور مثل وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌های ورزشی و شرکت‌های بزرگ ورزشی می‌باشد و می‌توان به تحقیقاتی مانند زیرساخت‌های ورزشی، آموزش و پرورش و دسترسی به سرمایه اشاره کرد. می‌توان به تحقیق رومرو و همکاران (۲۰۱۹) با عنوان "اثر زیرساخت‌های ورزشی بر کارآفرینی ورزشی" و تحقیق (دوالتی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷) تحقیقات در این سطح نشان داده‌اند که این عوامل می‌توانند بر موفقیت کارآفرینان ورزشی تأثیر بگذارند. به عنوان مثال، زیرساخت‌های ورزشی ضعیف می‌تواند مانع از توسعه کارآفرینی ورزشی شود. آموزش و پرورش در زمینه کارآفرینی ورزشی می‌تواند به افراد کمک کند تا مهارت‌ها و دانش لازم برای موفقیت در این زمینه را توسعه دهند. دسترسی به سرمایه نیز برای کارآفرینان ورزشی ضروری است.

سطح خرد به عوامل فردی مانند ویژگی‌های کارآفرینان ورزشی، نوآوری و رقابت اشاره دارد. از جمله این تحقیقات می‌توان به تحقیقات تحقیقات ماریو رودریگو و همکاران (۲۰۲۱) با عنوان "ویژگی‌های کارآفرینان ورزشی" و تحقیق کامیلا گومز و همکاران (۲۰۲۲) با عنوان "نقش نوآوری در کارآفرینی ورزشی" اشاره کرد. در این سطح نشان داده‌اند که این عوامل می‌توانند بر عملکرد کارآفرینان ورزشی تأثیر بگذارند. در این سطح به عنوان مثال، کارآفرینان ورزشی اغلب دارای ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، خلاقیت و رهبری هستند. نوآوری می‌تواند به کارآفرینان ورزشی کمک کند تا محصولات و خدمات جدید و نوآورانه ایجاد کنند. رقابت نیز می‌تواند به کارآفرینان ورزشی فشار وارد کند تا کارآمدتر و خلاق‌تر باشند.

این تحقیقات نشان می‌دهند که کارآفرینی ورزشی یک پدیده پیچیده است که توسط عوامل مختلفی تأثیر می‌پذیرد. درک این عوامل برای توسعه سیاست‌ها و برنامه‌هایی که از کارآفرینی ورزشی حمایت می‌کنند، ضروری است. مرور پیشینه‌ی پژوهشی کارآفرینی نیز نشان می‌دهد که نامناسب بودن محیط برای کارآفرینی یکی از دلایل عمده‌ی شکست بیشتر کشورها در تشویق اقدامات کارآفرینانه است (وکیلی و همکاران، ۱۳۹۳). کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور، بهره‌وری پائین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت از یک سو، و خیل تازه واردان به عرصه‌ی کار و از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اجتماعی و اقتصادی این زمان بدل کرده است که راه خروج از این وضعیت شناسایی و توسعه فرصت‌های کارآفرینی می‌باشد. بنابراین کسب آگاهی در مورد شرایط و موجبات ایجاد کارآفرینی در صنعت ورزش مقوله‌ای ضروری است. به زعم پژوهشگر، این دغدغه و کنجکاوی واقعی است که در تحقیقات قبلی به ندرت مدنظر قرار گرفته است. کارآفرینی ورزشی به عنوان یک رویکرد نوآورانه و کارآفرینانه به توسعه صنعت ورزش، در

<sup>1</sup> Dvoultey

سال‌های اخیر در جهان مورد توجه قرار گرفته است. این رویکرد، فرصت‌های جدیدی را برای ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی و اشتغال‌زایی در این حوزه ایجاد می‌کند. با این حال، توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در کشور، با چالش‌ها و موانعی مواجه است. این چالش‌ها، در سه سطح کلان، میانی و خرد قابل شناسایی هستند. بنابراین سوال اصلی تحقیق حاضر، اینکه راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سه سطح کلان، میانی و خرد کدامند؟

### روش شناسی:

پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی- توسعه‌ای می‌باشد و از منظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از طرح تحقیق آمیخته (کیفی و کمی) با رویکرد اکتشافی متوالی در این پژوهش استفاده گردید. در این نوع طرح آمیخته، ابتدا گویه‌های کیفی شناسایی و سپس جهت نظرسنجی تبدیل به پرسشنامه‌ی کمی به شکل لیکرت ۵ ارزشی گردید. لذا در ابتدا با استفاده از روش کیفی مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته حضوری و غیرحضوری (تلفنی، مکاتبه مجازی و...) با ۴۰ تن از اساتید دانشگاهی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی و مدیریت کارآفرینی، مدیران سازمانی متولی اشتغال و کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان به طور نظری (قضاوتی)<sup>۱</sup> انجام شد. زیرا انتخاب این افراد بر اساس داوری و قضاوت گروه پژوهشی صورت گرفت و نمونه‌هایی انتخاب شدند که به نظر گروه پژوهش برای ارائه اطلاعات موردنیاز در بهترین موقعیت قرار داشتند. به این شکل هرگاه بخشی از یک جامعه آماری بر اساس داوری و قضاوت افراد خاص یا خود پژوهشگر برای بررسی انتخاب شوند، چنین نمونه‌گیری، نمونه‌گیری نظری نامیده می‌شود. جهت دستیابی به اهداف پژوهش با استفاده از تجمیع یافته‌ها و اشباع نظری حاصل از مصاحبه‌ها از روش دلفی طی ۵ دور مصاحبه دلفی با ۸ تن از صاحب‌نظران و اساتید منتخب مدیریت ورزشی (فهرست دسته‌بندی شده از راهکارهای توسعه کارآفرینی تهیه و اجماع نظری در خصوص کدگذاری باز، محوری و انتخابی راهکارهای توسعه کارآفرینی ورزشی در سطح کلان با ۵ کد انتخابی: مقوله‌ی اقتصادی: با ۷ کد محوری و ۱۹ کدباز (گویه)، مقوله‌ی فرهنگی: با ۷ کد محوری و ۱۹ گویه، مقوله‌ی اجتماعی: با ۵ کد محوری و ۱۱ گویه، مقوله‌ی سیاسی: با ۷ کد محوری و ۱۵ گویه، مقوله‌ی حقوقی: با ۷ کد محوری و ۱۱ گویه؛ در سطح میانی با ۸ کد انتخابی: (مقوله‌ی موقعیتی و منطقه‌ای: با ۴ کد محوری و ۱۰ کد باز (گویه)، مقوله‌ی فضای کسب‌وکار: با ۴ کد محوری و ۸ گویه، مقوله‌ی رقابتی: با ۴ کد محوری و ۸ گویه، مقوله‌ی رسانه: با ۴ کد محوری و ۸ گویه، مقوله‌ی آموزشی: با ۴ کد محوری و ۱۰ گویه، مقوله‌ی حمایت: با ۷ کد محوری و ۱۷ گویه، مقوله‌ی مدیریت: با ۷ کد محوری و ۸ گویه، مقوله‌ی زیرساخت‌فناورانه: با ۵ کد محوری و ۱۲ گویه) و در سطح خرد با ۳ کد انتخابی: (مقوله‌ی فردی: با ۶ کد محوری و ۱۳ کدباز (گویه)، مقوله‌ی بین فردی: با ۵ کد محوری و ۱۸ گویه،

مقوله‌ی رفتاری-روانشناختی: با ۵ کد محوری و ۲۴ گویه) و در مجموع با ۳ سطح (کلان، میانی و خرد)، ۱۶ مقوله (کد انتخابی)، ۸۸ کد محوری و ۲۱۲ گویه صورت گرفت. سپس در بخش کمی با تنظیم و ارائه پرسشنامه‌ی لیکرت ۵ ارزشی مستخرج از الگوی کیفی، جهت سنجش برازش مدل کمی پژوهش در موضوع مورد مطالعه در نمونه‌ی آماری در دسترس بخش کمی: شامل ۱۶۴ نفر از کارآفرینان و مدیران سازمان‌های ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی، به طور تصادفی توزیع و به قدر کفایت نرم‌افزار پس از پاسخگویی جمع‌آوری شد.

ابزار پژوهش بخش کیفی: استفاده از مصاحبه با پرسش‌های نیمه‌ساختاریافته بود که کدگذاری باز و محوری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های با استفاده از دوکدگذار مجرب دکتری مدیریت ورزشی انجام شد که ضریب توافق بین کدگذاران به وسیله‌ی فرمول پی‌اسکات<sup>۱</sup> (۹۲) درصد محاسبه شد. با توجه به این که ضریب توافق بین کدگذاران بالاتر از ۷۰ درصد بود، پس هریک از کدگذاران می‌توانند تمام داده‌های پژوهش را کدگذاری نمایند. تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های دلفی به شرح جدول شماره سه انجام یافت. ابزار پژوهش بخش کمی: استفاده از پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته مستخرج از یافته‌های بخش کیفی پس از تأیید روایی (راستی) آن توسط ۵ تن از اساتید دانشگاهی مدیریت ورزشی انجام شد. با توجه به اینکه پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود از روایی سازه واگرا و همگرا<sup>۲</sup> و جهت تعیین پایایی آزمون ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی هم برای ۱۶ مقوله (بعد) پرسشنامه پژوهش (بالاتر از ۰/۷۰۳) (طبق نتایج جدول شماره ۱) بدست آمد. همچنین برای تجزیه و تحلیل یافته‌های کمی پژوهش استفاده از آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی نظیر تحلیل عاملی تأییدی، آزمون تی، ضرایب همبستگی، اندازه اثر و برازش مدل مفهومی، از مدل‌سازی معادله ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی<sup>۳</sup> به کمک رویکرد واریانس محور با نرم‌افزار آماری اسمارت پی‌ال‌اس نسخه سوم<sup>۴</sup> استفاده شد. دلیل استفاده از این رویکرد واریانس محور این بود که پیش‌شرط‌های کواریانس محور نظیر توزیع نرمال داده‌ها را ندارند و قابلیت پیش‌بینی و نیز رد یا تأیید رابطه‌ی بین سازه‌ها و مقوله‌های را نیز دارد. در جدول شماره یک، روایی و ضریب آلفای کرونباخ ابعاد مذکور بالاتر از ۰/۷۰۳ و پایایی مرکب آنها بالاتر از ۰/۸۰۵ محاسبه شد.

---

1. Pi Scott  
2. Divergent & Convergent Structural Validity  
3. Partial Least Squares  
4 Smart PLS (3)

جدول ۱- نتایج ضرایب پایایی پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ی پژوهش

ردیف	سطح	کد انتخابی (مقوله)	تعداد محور	تعداد کدباز (گویه)	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا (AVE)
۱	کلان	اقتصادی	۷	۱۹	۰/۸۴۴	۰/۸۶۶	۰/۷۴۹
۲		فرهنگی	۷	۱۹	۰/۷۳۱	۰/۸۳۲	۰/۶۹۲
۳		اجتماعی	۵	۱۱	۰/۷۹۷	۰/۸۶۳	۰/۷۴۴
۴		سیاسی	۷	۱۵	۰/۷۰۳	۰/۸۰۵	۰/۶۴۸
۵		حقوقی	۷	۱۱	۰/۷۹۶	۰/۸۵۹	۰/۷۳۷
۶	میان	موقعیتی و منطقه‌ای	۴	۱۰	۰/۷۹۳	۰/۸۶۵	۰/۷۴۸
۷		بازار و محیط کسب‌وکار	۴	۸	۰/۷۵۶	۰/۸۴۵	۰/۷۱۴
۸		رسانه	۴	۹	۰/۸۴۵	۰/۸۹۶	۰/۸۰۲
۹	خرد	آموزشی	۴	۱۰	۰/۸۵۶	۰/۸۹۰	۰/۷۹۲
۱۰		حمایت	۷	۱۷	۰/۸۹۰	۰/۹۱۴	۰/۸۳۵
۱۱		مدیریت	۷	۸	۰/۹۱۲	۰/۹۲۷	۰/۸۵۹
۱۲		زیرساخت‌فناورانه	۵	۱۲	۰/۷۳۶	۰/۸۳۸	۰/۷۰۲
۱۳	مجموع	فردی	۶	۱۳	۰/۸۱۲	۰/۸۷۶	۰/۷۶۷
۱۴		بین فردی	۵	۱۸	۰/۸۲۵	۰/۸۴۴	۰/۷۱۲
۱۵		رفتاری-روانشناختی	۵	۲۴	۰/۸۶۶	۰/۹۰۴	۰/۸۱۷
۱۶			۸۸	۲۱۲	-	-	-

### یافته‌ها:

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول شماره ۲ گزارش شده است. در این تحقیق در بخش کیفی، ۲۸ مرد و ۶ زن و در بخش کمی ۹۵ مرد و ۶۹ زن مشارکت داشتند. نخست داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های پژوهشگر با صاحب‌نظران تجمیع گردید و پس از آن توسط ۸ عضو گروه دلفی در ۵ دور مصاحبه طبق جدول شماره ۲، کدگذاری انتخابی، محوری و باز پس از اجماع نظری طبقه‌بندی شدند. طبق جدول شماره ۲ و شکل ۱ به دلیل گستردگی گویه‌ها (کدهای باز)، نظرسنجی از کدهای محوری در قالب پرسشنامه‌ی ۵ ارزشی لیکرت انجام گرفت.

جدول ۲- تحلیل عاملی تأییدی محورها و مقوله‌ها (ابعاد) راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی

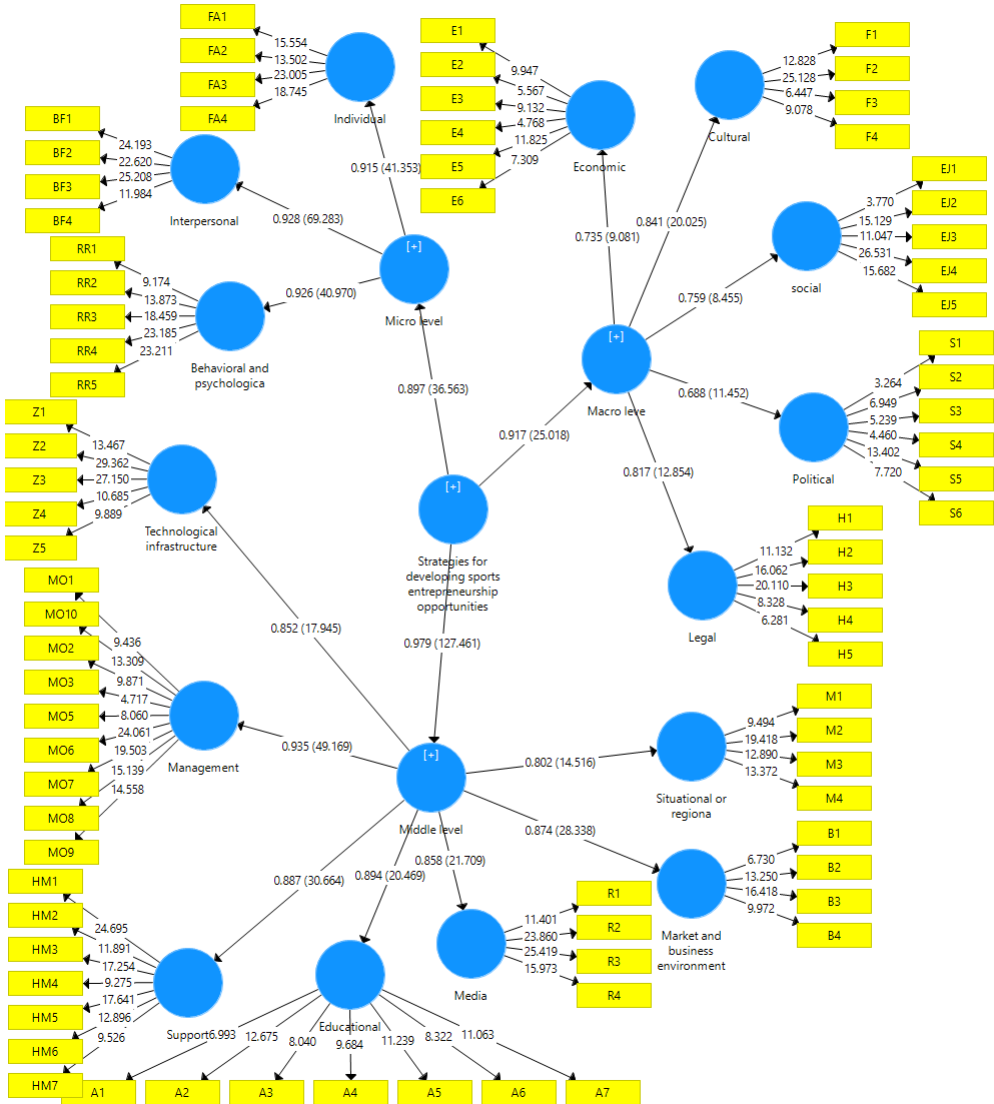
سطح	مقوله‌ها	بار عاملی	اولویت	کدهای محوری	بار عاملی	نتیجه اعتبار
سطح کلان	اقتصادی	۰/۸۴۶	۱	کارآمدسازی خصوصی‌سازی در ورزش	۰/۷۵۵	مناسب
				افزایش استقلال مالی شرکت‌ها و باشگاه‌های خصوصی	۰/۸۲۰	مناسب
				ایجاد ثبات اقتصادی از طریق تقویت دیپلماسی اقتصادی	۰/۷۲۲	مناسب
				افزایش نظارت مالی	۰/۷۱۷	مناسب
				افزایش ورود باشگاه‌ها، شرکت‌های ورزشی به بورس اوراق بهادار	۰/۸۳۰	مناسب
	فرهنگی	۰/۷۸۸	۵	توسعه حامیان مالی در ورزش	۰/۶۵۴	مناسب
				ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی	۰/۸۰۹	مناسب
				کاهش موانع فرهنگی موجود	۰/۷۳۳	مناسب
				افزایش چاپ نشریات و کتب حوزه کارآفرینی ورزشی	۰/۶۳۳	مناسب
				افزایش اعتبار و خوش‌نامی و اقبال عمومی به ورزش	۰/۷۴۲	مناسب
اجتماعی	۰/۸۲۲	۲	افزایش سهم ورزش در سبد خانوار ایرانی	۰/۵۵۳	مناسب	
			افزایش برگزاری همایش‌های کاربردی، کارگاه‌ها و سمینارهای علمی و عملی	۰/۷۷۱	مناسب	
			افزایش رویدادهای ایده پردازی	۰/۷۴۰	مناسب	
			تدوین الگوی ملی توانمندسازی، اشتغال و کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموزان	۰/۸۴۵	مناسب	
			توسعه مراکز مشاوره کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۸۰۴	مناسب	
			تعدیل و بروزرسانی قوانین	۰/۸۲۱	مناسب	
			ایجاد ثبات قوانین	۰/۷۶۲	مناسب	
حقوقی	۰/۷۹۶	۳	افزایش قوانین تسهیلی، تشویقی، حمایتی و تخفیفی و معافیت‌های مالیاتی	۰/۷۳۵	مناسب	
			حمایت بین‌المللی از نیروی انسانی ورزش با رویکرد حمایت‌های حقوقی	۰/۵۶۱	مناسب	
			توجه بیشتر به قوانین حق مالکیت، کپی‌رایت، ورشکستگی و سرمایه‌گذاری خطرپذیر و ... در ورزش	۰/۸۱۴	مناسب	
سیاسی	۰/۷۹۲	۴	ایجاد وزارت خانه جدید بعنوان متولی کارآفرینی در کشور	۰/۴۴۵	مناسب	
			ایجاد ثبات سیاسی	۰/۶۴۱	مناسب	

نتیجه اعتبار	بار عاملی	کدهای محوری	اولویت	بار عاملی	مقوله‌ها	سطح
مناسب	۰/۵۹۹	کاهش دخالت‌های دولت در امور ورزشی				
مناسب	۰/۶۱۶	کوچک‌سازی دولت				
مناسب	۰/۷۵۲	افزایش دیپلماسی سیاسی				
مناسب	۰/۶۲۸	اتخاذ سیاست منع ورود برندهای ورزشی خارجی در داخل کشور از سوی دولت				
مناسب	۰/۸۶۷	توسعه صندوق‌های حمایت مالی در بخش ورزش				
مناسب	۰/۷۴۹	افزایش اعطای وام‌های کم بهره به بخش ورزش				
مناسب	۰/۷۷۵	کارآمدسازی تفاهم‌نامه بین سازمانی در جهت حمایت مالی کسب و کار ورزشی				
مناسب	۰/۷۷۲	افزایش اعتبارات و تخفیف‌های مالیاتی در کسب‌وکارهای ورزشی	۵		توسعه	
مناسب	۰/۷۶۷	تدوین و اجرای بسته جامع مشوق‌های کارآفرینی در ورزش		۰/۸۰۲		
مناسب	۰/۷۶۶	افزایش حمایت قوانین کار، بیمه و ... در ورزش				
مناسب	۰/۷۳۷	افزایش حمایت در ثبت و توسعه ایده‌ها و اختراعات در ورزش				
مناسب	۰/۶۱۳	ایجاد دانشگاه‌های نسل سوم و چهارم در ورزش				سطح بین‌المللی
مناسب	۰/۷۲۴	کارآمدسازی نظام ورزش و تربیت‌بدنی در وزارت علوم				
مناسب	۰/۷۰۳	ارتباط کمیته‌های کارآفرینی ورزشی دانشگاه‌ها با فدراسیون‌های ورزشی ملی و بین‌المللی				
مناسب	۰/۷۷۸	توسعه آموزش‌های تخصصی کارآفرینی به نیروی انسانی حرفه‌ای در ورزش	۶	۰/۷۶۶	آموزش	
مناسب	۰/۸۰۶	بازنگری رسالت دانشگاه‌ها و مدارس				
مناسب	۰/۷۳۱	بازنگری نظام ارتقاء اساتید				
مناسب	۰/۷۶۷	بازنگری سرفصل دروس رشته‌ها و گرایش‌های علوم ورزشی				

سطح	مقوله‌ها	بار عاملی	اولویت	کدهای محوری	بار عاملی	نتیجه اعتبار
بازار و محیط کسب و کار		۰/۸۷۴	۲	بهبود محیط کسب و کارهای ورزشی	۰/۷۴۳	مناسب
				تناسب بین بازارکار (خدماتی و صنعتی) با دانشگاه	۰/۷۹۷	مناسب
				کارآمدسازی رقابت با حضور هدفمند در بازار بین‌المللی	۰/۷۷۶	مناسب
				تدوین سند ملی آینده‌پژوهی بازارکار ورزشی	۰/۷۲۳	مناسب
موقعیتی یا منطقه‌ای		۰/۸۲۴	۴	کارآمدی بومی‌سازی تجارب کارآفرینی	۰/۷۲۶	مناسب
				افزایش استفاده از فرصت‌های کارآفرینی سودآور متناسب با زیرساخت ایران	۰/۸۲۴	مناسب
				آمایش سرزمینی ظرفیت‌های منطقه‌ای	۰/۸۰۰	مناسب
				آمایش سرزمینی رشته‌های تحصیلی ورزشی	۰/۷۹۴	مناسب
رسانه		۰/۸۲۶	۳	افزایش تبلیغات گسترده رسانه‌ای در زمینه فرهنگ‌سازی	۰/۷۰۱	مناسب
				افزایش حمایت رسانه ملی از ورزش از طریق حق پخش و ...	۰/۸۸۳	مناسب
				تولید محتوا کارآفرینانه برنامه‌های ورزشی از رسانه ملی	۰/۸۷۴	مناسب
				افزایش پوشش خبری و رسانه مناسب از رویدادهای ورزشی و کارآفرینی	۰/۸۴۳	مناسب
مدیریت		۰/۸۸۹	۱	کارآمدسازی برنامه‌های استراتژیک کارآفرینی در ورزش	۰/۷۵۵	مناسب
				بازتدوین و اجرای نظام جامع ورزش کشور	۰/۷۷۴	مناسب
				تسهیل بروکراسی اداری	۰/۵۹۶	مناسب
				افزایش ثبات مدیریتی	۰/۷۳۸	مناسب
				تعیین مرجع صدور مجوز فعالیت های ورزشی	۰/۷۰۷	مناسب
				افزایش هم‌افزایی سازمانی متولیان کارآفرینی در ورزش	۰/۸۴۱	مناسب
				کارآمدی برنامه اکوسیستمی کارآفرینی در ورزش	۰/۷۸۳	مناسب
				کارآمدسازی الگوی ملی شناسایی و هدایت استعدادهای حرفه‌ای	۰/۷۲۸	مناسب
				شناسایی و اجرای طرح طبقه‌بندی مشاغل و کسب‌وکارهای ورزشی ملی و منطقه‌ای	۰/۷۹۸	مناسب
				تدوین نظام جامع مدیریت حرفه‌ای و نظام صلاحیت حرفه‌ای مشاغل ورزشی	۰/۷۵۱	مناسب

سطح	مقوله‌ها	بار عاملی	اولویت	کدهای محوری	بار عاملی	نتیجه اعتبار
	زیرساخت فناوریانه	۰/۷۳۷	۷	توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات	۰/۷۶۰	مناسب
				توسعه پارک‌های علم و فناوری	۰/۸۲۸	مناسب
				توسعه شتاب‌دهنده‌ها در ورزش	۰/۷۸۷	مناسب
				توسعه نظام آمار و اطلاعات بازار کار ورزش	۰/۷۶۳	مناسب
				افزایش مراکز رشد (انکوباتورها)	۰/۸۱۳	مناسب
	رفتاری	۰/۷۱۴	۳	صحه‌گذاری ایده‌ها و کارآفرینی از سوی شخصیت‌های ملی، اسلامی و ...	۰/۷۰۳	مناسب
				معرفی موردی کارآفرینان موفق در حوزه ورزشی	۰/۷۹۹	مناسب
				افزایش روحیه کارآفرینانه	۰/۸۰۹	مناسب
				تقویت ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینانه	۰/۸۶۶	مناسب
				تقویت توانایی‌های کارآفرینی	۰/۸۵۹	مناسب
	بین‌فردی	۰/۸۸۱	۱	تقویت رهبری کارآفرینانه	۰/۸۳۰	مناسب
				افزایش توانایی مهارت‌های ارتباطی	۰/۸۴۷	مناسب
				تقویت و کارآمدسازی تیم اجرایی	۰/۸۲۲	مناسب
				توسعه مشاوره و هدایت کسب و کارهای ورزشی	۰/۷۴۱	مناسب
				تقویت صلاحیت حرفه‌ای مشاغل ورزشی	۰/۷۸۳	مناسب
	فردی	۰/۸۷۸	۲	افزایش درک تغییر، شناخت فرصت‌های کارآفرینی یا استارت‌آپی در ورزش	۰/۷۹۳	مناسب
				توانمندسازی، مهارت افزایی و دانش افزایی	۰/۸۱۱	مناسب
				افزایش توانایی پایش مسیرشغلی	۰/۸۱۲	مناسب

طبق نتایج جدول شماره ۲ بارعاملی بالاتر از مقدار (۰/۵۶۱) کد باز (گویه‌ها) بر اساس نظر آزمودنی‌ها در جدول ثبت شدند. ضرایب مسیر مدل و مقدار تی متغیرهای آشکار و پنهان در شکل ۱ ارائه شده است. روابطی که بین متغیرهای پنهان تعریف شده است، همان فرضیه‌های پژوهش می‌باشند و اعداد نشان داده شده بر روی این روابط، ضرایب مسیر و (مقدار تی) هستند.



شکل ۱- ضرایب مسیر و مقدار تی مدل پژوهش

جهت تعیین میزان اهمیت ابعاد و گویه‌های بازارهای کسب‌وکار ورزشی، از آزمون تحلیل عاملی، به کار گرفته شد. از سوی دیگر، جهت بررسی رابطه بین ابعاد هر سطح از راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی، ضرایب تبیین، ضرایب مسیر، آزمون تی و مقدار معنی‌داری به شرح جدول ۳، انجام شد.

جدول ۳- نتایج معناداری، ضرایب تعیین ( $R^2$ ) ضرایب اندازه اثر ( $F^2$ )، ضرایب مسیر و مقادیر آماره T در

مدل پژوهش

ردیف	سطح	ضرایب تعیین	کد محوری (ابعاد)	ضرایب تعیین	ضرایب اندازه اثر	ضرایب مسیر	T-values مقدراتی	سطح معنی داری	نتیجه
۱	سطح کلان	۰/۷۸۶	اقتصادی	۰/۷۸۶	۱/۷۳۵	۰/۷۳۵	۹/۰۸۱	۰/۰۰۰۱	تأیید
۲		۰/۶۷۲	فرهنگی	۰/۶۷۲	۳/۲۵۵	۰/۸۴۱	۲۰/۰۲۵	۰/۰۰۰۱	تأیید
۳		۰/۷۶۴	اجتماعی	۰/۷۶۴	۰/۶۴۸	۰/۷۵۹	۸/۴۵۵	۰/۰۰۰۱	تأیید
۴		۰/۷۳۹	سیاسی	۰/۷۳۹	۱/۷۹۴	۰/۶۸۸	۱۱/۴۵۲	۰/۰۰۰۱	تأیید
۵		۰/۷۵۰	حقوقی	۰/۷۵۰	۱/۸۸۲	۰/۸۱۷	۱۲/۸۵۴	۰/۰۰۰۱	تأیید
۶		۰/۸۸۲	مدیریت	۰/۸۸۲	۴/۶۴۸	۰/۹۳۵	۴۹/۱۶۹	۰/۰۰۰۱	تأیید
۷		۰/۷۵۷	آموزش	۰/۷۵۷	۱/۶۵۴	۰/۸۹۴	۲۰/۴۶۹	۰/۰۰۰۱	تأیید
۸	سطح میانی	۰/۷۸۵	حمایت مالی	۰/۷۸۵	۲/۵۷۶	۰/۸۸۷	۳۰/۶۶۴	۰/۰۰۰۱	تأیید
۹		۰/۸۶۴	بازار و محیط	۰/۸۶۴	۰/۶۳۴	۰/۸۷۴	۲۸/۳۳۸	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۰		۰/۸۴۰	رسانه	۰/۸۴۰	۱/۶۷۷	۰/۸۵۸	۲۱/۷۰۹	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۱		۰/۷۱۲	زیرساخت	۰/۷۱۲	۰/۷۰۵	۰/۸۵۲	۱۷/۹۴۵	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۲		۰/۷۹۶	منطقه‌ای (موقعیتی)	۰/۷۹۶	۰/۶۵۲	۰/۸۰۲	۱۴/۵۱۶	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۳	سطح خرد	۰/۷۳۸	بین فردی	۰/۷۳۸	۳/۶۷۷	۰/۹۲۸	۶۹/۲۸۳	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۴		۰/۷۷۲	رفتاری و روانشناختی	۰/۷۷۲	۱/۴۹۵	۰/۹۲۶	۴۰/۹۷۰	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۵		۰/۷۰۶	فردی	۰/۷۰۶	۱/۵۵۲	۰/۹۱۵	۴۱/۳۵۳	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۶		-	راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی <<< سطح کلان	-	۰/۷۲۹	۰/۹۱۷	۲۵/۰۱۸	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۷		-	راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی <<< سطح میانی	-	۳/۷۷۵	۰/۹۷۹	۱۲۷/۴۶۱	۰/۰۰۰۱	تأیید
۱۸		-	راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی <<< سطح خرد	-	۱/۴۶۲	۰/۸۹۷	۳۶/۵۶۳	۰/۰۰۰۱	تأیید

مقدار تی مقادیر بزرگتر از ۲/۵۸ است. پس سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادارند. در نتیجه بین عامل‌های اصلی و زیرعامل‌های شان رابطه معنی داری وجود دارد و مقدار همبستگی هر مسیر (ضریب مسیر) مشخص می‌باشد.

معیار ضریب تعیین (تشخیص)  $R^2$  (واریانس تبیین شده)، در واقع نشان می‌دهند که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. همچنین نشان از تأثیری یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد. در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ یا بیشتر را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  معرفی شده است. در جدول

( $R^2 > 0/690$ ) قدرت رابطه بین مدل و متغیرهای این پژوهش قوی است.  $F^2$  شدت رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. مقادیر  $0/02$ ،  $0/15$  و  $0/35$  یا بیشتر به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر می‌باشد. در جدول ( $F^2 > 0/634$ ) بنابراین رابطه سایر متغیرها با یکدیگر بالاتر از متوسط و بزرگ است.

شاخص نیکویی برازش<sup>۱</sup> (GOF) معیاری برای بررسی برازش کلی مدل جهت پیش‌بینی متغیرهای درون‌زا می‌باشد. تنتهاوس و همکاران (۲۰۰۴) این معیار را به عنوان شاخصی مطمئن برای برازش کلی مدل پیشنهاد دادند. این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط اشتراکی<sup>۲</sup> و متوسط ضریب تعیین<sup>۳</sup> است.  $0/1$ ،  $0/25$  و  $0/36$  به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

#### جدول ۶- برازش کلی مدل

متغیر مکنون	میانگین پایایی اشتراکی	میانگین $R^2$	نیکویی برازش $GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$
فرصت کسب‌وکار ورزشی	۰/۷۵۲	۰/۷۸۹	$\sqrt{0.789 \times 0.752} = 0.770$

از آنجایی که هدف اصلی از مدل ارائه شده در این پژوهش تبیین راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطوح کلان، میانی و خرد کسب‌وکار ورزشی بود، شاخص‌های برآورد شده برای این متغیر از اهمیت بیشتری برخوردارند. مقادیر گزارش شده نشان می‌دهند متغیرهای مدل ارائه شده در این پژوهش توانایی بالایی در تبیین یا پیش‌بینی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطوح کلان، میانی و خرد کسب‌وکار ورزشی را دارند و مدل حاصل دارای برازش مناسبی ( $GOF=0/770$ ) می‌باشد. از آنجایی که هدف اصلی از مدل ارائه شده در این پژوهش تبیین ابعاد راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطوح کلان، میانی و خرد بود، شاخص‌های برآورد شده برای این متغیر از اهمیت بیشتری برخوردارند. مقادیر گزارش شده نشان داد متغیرهای مدل ارائه شده در این پژوهش توانایی بالایی در تبیین یا پیش‌بینی ابعاد راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطوح کلان، میانی و خرد کسب‌وکار ورزشی دارند و مدل دارای برازش مناسبی می‌باشد.

1. Goodness of fitness  
2. Communality  
3. R Squares Average

میزان اهمیت (بارعاملی تأییدی) ابعاد راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی در هر یک از سطوح و گویه‌ها به شرح جدول شماره ۳- نشان داد که ابعاد سطح کلان به ترتیب: (۱) اقتصادی، (۲) اجتماعی، (۳) حقوقی، (۴) سیاسی و (۵) فرهنگی؛ ابعاد سطح میانی: (۱) مدیریت، (۲) بازار و محیط کسب‌وکار، (۳) رسانه، (۴) موقعیتی یا منطقه‌ای، (۵) حمایت، (۶) آموزش و (۷) زیرساخت فناوریانه و ابعاد سطح خرد: (۱) بین‌فردی، (۲) فردی و (۳) رفتاری و روانشناختی، از دیدگاه پاسخگویان دارای اولویت هستند.

## بحث و نتیجه گیری:

هدف تحقیق حاضر شناسایی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سه سطح کلان، میانی و خرد بود. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد در بخش کیفی راهکارهای توسعه فرصت های کارآفرینی در سه سطح کلان، میانی و خرد گزارش شده است که در تحقیقات گذشته نیز این مدل گزارش شده است (دوالتی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷؛ پروانک و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷؛ افتخاری و همکاران، ۱۳۹۵) و با نتایج این تحقیقات همسو می‌باشد. به زعم دوالتی (۲۰۱۷) کارآفرینی می‌تواند در سه سطح خرد (فردی)، میانی (بررسی عوامل متولیان ورزش در سطح ملی) یا در سطح کلان (بررسی عوامل ملی و فراملی دولت) اتفاق افتد و بترتیب اشاره به توسعه سرمایه‌گذاری در سطح فردی، صنعتی یا منطقه‌ای و ملی یا بین‌المللی دارد. پروانک و همکاران (۲۰۱۷) با اشاره به دو مکتب اصلی فکری دیدگاه خرد و دیدگاه کلان (پروانک و همکاران ۲۰۱۷) که تحت تأثیر رقابت و عملکرد سازمانی ورزشی می‌باشد و افتخاری و همکاران (۱۳۹۵) به ارائه مدل اندازه‌گیری موانع توسعه والیبالی قهرمانی زنان ایران در سه سطح کلان، میانی و خرد پرداختند.

به نظر می‌رسد مقوله ورزش و کارآفرینی ورزشی هنوز نتوانسته در سطح کلان جایگاهی داشته باشد. یعنی مقوله کارآفرینی ورزشی در ایران موضوعی نوپا و نوظهوری است که در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، حقوقی و فرهنگی نتوانسته نقشی داشته باشد. همان‌طور که راتن و فریرا<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) معتقدند تحقیق در حوزه کارآفرینی ورزش به دلیل فقدان توسعه نظری این حوزه همچنان در مراحل ابتدایی قرار دارد. به زعم پاسخ‌دهندگان مشکلات و موانع سطح کلان مانند مباحث اقتصادی، سیاسی و ... آنقدر گسترده، بزرگ و همیشگی می‌باشد که راه کارهای سطح میانی کارگشایتر می‌باشد. علاوه بر آن با نتایج تحقیقات عسکریان و همکاران (۱۴۰۰)، عسکریان و رهبر (۱۴۰۰) و یاراحمدی و همکاران (۱۴۰۰) نیز هم‌راستاست. عسکریان و همکاران (۱۴۰۰) موانع توسعه ورزشی را در هشت مانع فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، سیستمی-انسانی، مدیریتی، زیرساختی، تکنولوژیکی و موانع رسانه‌ای معرفی کردند. در تحقیقی دیگر از عسکریان و رهبر (۱۴۰۰)

<sup>۱</sup> Dvoultey

<sup>۲</sup> Provasnek et al

<sup>۳</sup> Ratten, Ferrira

پیشنهاد دادند برای توسعه ورزش، دولت و حاکمیت‌های سیاست‌های صحیح و لازم نقش پررنگی دارند. یاراحمدی، الماسی‌فرد و عبدالملکی (۱۴۰۰) نیز در مورد عوامل اثرگذار بر ایجاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در کرمانشاه، نه عامل دولت و سیاست‌های اتخاذی آن، عوامل اقتصادی و مالی، فرهنگی و اجتماعی، زیرساخت‌های فیزیکی و تکنولوژیکی، قوانین و مقررات، بازار و شرایط آن، دانشگاه و صنعت و تعامل میان آن‌ها، مدیریت و منابع انسانی و جاذبه‌های طبیعی-توریستی ورزشی معرفی کرد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد در سطح میانی عوامل مدیریتی، آموزشی، حمایت مالی، بازار و محیط، رسانه، زیرساخت های فناورانه و منطقه‌ای موقعیتی تأثیر گذار می باشد که همسو با تحقیقات مهری و همکار (۲۰۲۲)، اوزر و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، بنچیونگا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۱)، ساکسینا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) است، اوزر و همکاران (۲۰۲۲) تأثیر آموزش کارآفرینی در افزایش مهارت ها و دانش کارآفرینان، تحقیق بنچیونگا و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۱) تأثیر دسترسی به سرمایه مالی در شروع و رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، و ساکسینا و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۲) تأثیر عوامل منطقه‌ای بر کارآفرینی را نشان دادند. براساس نتایج پژوهش حاضر عامل مدیریتی با ضریب تأثیر ۰/۸۸۹ بیشترین سهم را در توسعه فرصت های کارآفرینی دارد؛ زیرا در تأمین منابع و سازمان‌دهی تیم، سازمان‌ها و افراد دخیل می‌باشند. علت اصلی تأثیرگذاری عوامل مدیریتی در توسعه کارآفرینی در سطح میانی، این است که مدیران میانی نقش مهمی در ایجاد و حفظ فرهنگ کارآفرینانه در سازمان دارند. مدیران ورزشی مسئول اجرای سیاست‌ها و استراتژی‌های سازمان هستند و همچنین با کارکنان در ارتباط مستقیم هستند. بنابراین آنها می‌توانند با ایجاد یک محیط کار حمایت‌گر و تشویق‌کننده، کارکنان را به مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق کنند. مدیران ورزشی از طریق ایجاد راه‌کار سازمانی، کارمندی را استخدام، تشویق نموده و آموزش می‌دهند. بنابراین وزارت ورزش به عنوان متولی امور ورزشی که می‌تواند در کارآفرینی این حوزه نیز تعیین کننده باشد می‌تواند با ارتباط با دیگر سازمان های مسئول امور کارآفرینی واشتغال تعیین کننده باشد. هر چه میزان ارتباط بیشتر، تسهیل فرآیند کارآفرینی اتفاق خواهد افتاد. مدیران متخصص با شناخت فرآیند کارآفرینی در امور ورزش بر توسعه و تسهیل سرمایه گذاری در ورزش تعیین کننده باشد. از دیگر مواردی که می‌توان پیشنهاد داد عبارتند از: ایجاد و حمایت از برنامه های آموزش کارآفرینی، فراهم کردن تسهیلات و منابع مالی برای کارآفرینان، فراهم کردن منابع مالی و انسانی لازم برای اجرای ایده‌های کارآفرینانه، حمایت از کارآفرینان در زمینه های مختلف، توسعه شبکه های کارآفرینی جوانان، حمایت از شرکت های دانش بنیان و ...

1 Ozer et al

2 Bencivenga et al

3 Saxena et al

4 Bencivenga et al

5 Saxena et al

براساس نتایج پژوهش حاضر، عامل بازار و محیط با ضریب تأثیر  $0/874$  دومین سهم را در توسعه فرصت های کارآفرینی در سطح میانی دارد. نتیجه پژوهش حاضر با نتیجه سیدی و همکاران (۱۴۰۱)، یزدی و همکاران (۱۳۹۹) و پورپرتوی و شمس دوست (۱۳۹۶) همراست. این تحقیقات نشان می دهند که عوامل بازاری مانند افزایش تقاضا برای محصولات و خدمات ورزشی، رشد ورزش قهرمانی و توسعه زیرساخت های ورزشی، و عوامل محیطی مانند حمایت های دولتی، تسهیل فضای کسب و کار و توسعه فرهنگ کارآفرینی، نقش مهمی در توسعه فرصت های کارآفرینی ورزشی در ایران ایفا می کنند. در تحقیق پورتر و استرن (۲۰۲۰) تأثیر شرایط بازار و محیطی مانند وجود فرصت های تجاری، رقابت، و مقررات دولتی بر کارآفرینی نشان داده شده است. دیموف<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) با این نگاه فرایندی مفهوم "توسعه فرصت" را در تعامل میان عامل و محیط بیان می کند و بدین سان آغاز به معرفی چارچوب نظری خود می کند فرصت ها ایده هایی هستند که براساس نیاز بازار شناسایی می شوند. شرکت ها و سازمان های خصوصی، غیرانتفاعی و ... بتوانند خود را با محیط تطبیق دهند موفق به بهره برداری از این فرصت ها می شوند. کارآفرینان جهت دستیابی به موفقیت باید جهت به روزرسانی و سازگاری ایده خود با تغییرات محیطی باید کاملاً آگاهانه و هوشیار عمل کنند. باید قادر به درک و اعمال حساسیت نسبت به تغییر در محیط های مختلف بوده و توانایی تحلیل محیط خود را در خود افزایش دهند. همچنین فرد کارآفرین باید بداند ایده کسب و کار او هیچگاه بی نقص نیست. از این رو باید ایده خود را همگام با تغییرات محیطی ارزیابی نموده و آگاهی خود را نسبت به موضوع کسب و کار افزایش بخشند. می توان پیشنهادات کاربردی زیر را ارائه کرد: دولت باید با حمایت از توسعه زیرساخت های ورزشی و سرمایه گذاری در بخش ورزش، زمینه را برای ایجاد فرصت های جدید کارآفرینی فراهم کند. نهادهای آموزشی و تربیتی باید با آموزش و پرورش نیروی کار ماهر و متخصص در زمینه ورزش، زمینه را برای رشد کارآفرینی ورزشی فراهم کنند. رسانه ها باید با فرهنگ سازی و ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی، به افزایش آگاهی عمومی نسبت به این موضوع کمک کنند

براساس نتایج پژوهش حاضر، عامل رسانه با ضریب تأثیر  $0/826$  سومین عامل در توسعه فرصت های کارآفرینی در سطح میانی تأثیر دارد. نتیجه پژوهش حاضر با نتایج پژوهش لیو و همکاران (۲۰۲۰) و پورپرتوی و شمس دوست (۱۳۹۶) هم راستاست. تحقیق لیو و همکاران (۲۰۲۰) تأثیر رسانه ها بر توسعه کارآفرینی از طریق افزایش آگاهی از کارآفرینی و تأثیرگذاری بر نگرش های اجتماعی را نشان دادند. رسانه ها به واسطه کارکردهای سیاسی، اقتصادی و تجاری، اجتماعی و فرهنگی خود، ابزارهای مهمی برای توسعه به شمار می آیند و نقش مهمی را در این زمینه ایفا می نمایند (اسماعیلی و ساریخانی، ۱۳۹۳). هرچه رسانه های بیشتری به مقوله ورزش و کارآفرینی ورزشی بپردازند توجه بیشتری از سرمایه گذاران و کارآفرینان به سمت ورزش

<sup>1</sup> Dimov

جلب می شود. علی الخصوص پوشش تلویزیونی و تبلیغات محیطی رویداد ورزشی. در ایران پوشش رسانه‌های رشته‌های ورزشی غیر از فوتبال، بسیار محدود می‌باشد که این موضوع بی‌رغبتی شدید شرکت‌های تجاری در ورود به ورزش شده است. پوشش تلویزیونی یکی از دلایل حمایت مالی بیان شده است. عمده برنامه‌های ورزشی در ایران مربوط به پخش مسابقات و برخی نیز به تحلیل فنی یا خبری رویدادها می‌پردازند و عدم پخش برنامه‌های اقتصادی ورزشی به شدت احساس می‌شود. بنابراین تغییر نگرش در نوع برنامه‌های رسانه و سیاست‌ها و قوانین حاکم بر پوشش رسانه‌ای نیازمند اصلاحات اساسی می‌باشد (میرمحمدی و فرهادی‌نیا، ۱۳۹۹).

براساس نتایج پژوهش حاضر، عامل منطقه ای یا موقعیتی با ضریب تأثیر  $0/824$  چهارمین عامل در توسعه فرصت های کارآفرینی در سطح میانی تأثیر دارد که با نتایج پژوهش ساکسینا و همکاران (۲۰۲۳) و پورپرتوی و شمس دوست (۱۳۹۶) هم راستاست. ساکسینا و همکاران (۲۰۲۲) تأثیر عوامل منطقه‌ای بر کارآفرینی را نشان دادند. جغرافیا برای کارآفرینان، عامل مهم ایجاد ارتباط و پیوند با منافع و مزایای منطقه‌ای تلقی می‌شود، همچنین وی معتقد است که می‌توان اداره امور محلی به ویژه منابع مشترک را به افراد همان محل سپرد یعنی وضع قوانین و اجرای آن‌ها توسط کاربران محلی باعث می‌شود بهتر بتواند از این منابع بهره برداری نمود. فعالیت کسب و کارهای ورزشی در بازار منطقه ای یا موقعیتی فرصت تاسیس شرکت جدید را افزایش می‌دهد. از آنجائی که جایگاه های بکر بازار اغلب کوچک بوده سطح تقاضا در آنها به اندازه ای نا کافی است که صرفه جوئی ناشی از مقیاس را ممکن نمی‌سازد، شرکت های جدید نسبت به شرکت های بزرگ بهتر می‌توانند از این فرصت بهره برداری کنند

براساس نتایج پژوهش حاضر، عامل آموزش با ضریب تأثیر  $0/746$  در توسعه فرصت های کارآفرینی در سطح میانی گزارش شده است. اوزر و همکاران (۲۰۲۲) تأثیر آموزش کارآفرینی در افزایش مهارت ها و دانش کارآفرینان را نشان دادند. همزمان با گسترش کار آفرینی، موضوع مشابه دیگری نیز افزایش یافته و آن آموزش کار آفرینی است؛ بحث تأثیرگذاری آموزش از چندطریق قابل بررسی می باشد: وسپر معتقد است احتمال شکست کار آفرینانی که تنها تجربه دارند و آموزش لازم را ندیده اند زیاد است. بر عکس کار آفرینانی که هم تجربه دارند و هم آموزش دیده اند کاملاً موفق هستند. هدف اصلی دوره های آموزش کار آفرینی، در حقیقت همان تربیت افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت ها به طور کلی، افرادی است که تمایل بیشتری به راه اندازی کسب و کار مستقل دارند و فارغ‌التحصیلان این دوره باید توانایی مقابله با ریسک ها و مخاطرات ناشی از آنها را در دنیای واقعی کسب کنند؛ سپس این اهداف کلی، در دوره های آموزشی به اهداف جزئی تر تقسیم می شوند که بعد از تعیین اهداف باید محتوای دوره را تهیه کرد (وسپر، ۲۰۲۳).

براساس نتایج پژوهش حاضر، در سطح کلان عامل فرهنگی با ضریب تأثیر ۰/۷۸۸ به عنوان آخرین عامل در توسعه فرصت های کارآفرینی تأثیر دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش معین فرد و همکاران (۱۳۹۰) و حمیدی و همکاران (۱۳۸۸) هم راستاست. اگر چه کار آفرینی رویدادی اقتصادی شناخته شده است، اما متاثر از نظام ارزشی، نگرش ها و هنجارهای رفتاری افراد و گروه های انسانی است. بین کارآفرینی و فرهنگ می توان ارتباط دو طرفه تعریف کرد. از طرفی، نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تأثیر می گذارد و از طرف دیگر، خود فرایند کار آفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است که هم تحت تأثیر از مبانی فرهنگ جامعه است و هم می تواند در آن، تحولات اساسی ایجاد کند. از جمله فرهنگ نوآوری که مشوق تولید محصولات جدید تر و عرضه خدمات جدیدتر و متنوع تر می باشد و به این ترتیب، محصولات جدیدتر متنوع تر یعنی افزایش قدرت انتخاب مردم و در نتیجه زندگی ساده تر می شود با بالا رفتن سطح رفاه و آسایش و افزایش اوقات فراغت، فرصت های بیشتری برای فعالیت های فرهنگی ایجاد می شود. در کشور ما با وجود فرهنگ غنی اسلامی و سفارش اکید قرآن و ائمه به کار و تأکید بیشتر بر ارزش اکتسابی تا انتسابی هنوز ارزش هایی در جامعه غلبه دارد که اخلاق کار و به طبع آن، کار آفرینی را تضعیف می کند (بنچینگا و همکاران، ۲۰۲۱). سطح خرد، با ضریب تأثیر ۰/۷۲۲ بر توسعه فرصت های کارآفرینی در ورزش تأثیر دارد. در سطح خرد، عوامل بین فردی، روانشناختی و فردی گزارش شده است.

براساس نتایج پژوهش حاضر، عامل بین فردی بیشترین ضریب تأثیر ۰/۸۸۱. در سطح خرد و دومین بین کل عوامل بعد از عامل مدیریتی در توسعه فرصت های کارآفرینی تأثیر دارد. همچنین براساس نتایج پژوهش حاضر، عامل فردی دومین ضریب تأثیر ۰/۸۷۸. در سطح خرد را در توسعه فرصت های کارآفرینی تأثیر دارد. در سطح فردی، مواردی مثل تقویت صلاحیت حرفه ای مشاغل ورزشی، شناخت فرصت های کارآفرینی، توانمندسازی، مهارت افزایی و دانش افزایی و توانایی پایش مسیر شغلی در پرسشنامه ذکر شده است. دانش و تجربه قبلی، ظرفیت جذبی را فراهم می کند که دریافت اطلاعات بیشتر از بازارها، تکنولوژی ها و فرآیندهای تولید تسهیل می شود و به نوبه ی خود باعث بهبود توانایی ایجاد فرمول های جدیدی از چارچوب های وسیله هدف در پاسخ به اطلاعات جدید می شود (کوهن و لیونتال<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰). برای موفقیت کارآفرینان بسیاری عوامل باید درست در کنار یکدیگر قرار بگیرند ولی برای شکست تنها کافی است یکی از این موارد اشتباه از کار درآید. در پژوهش حاضر در مجموع راهکارهای توسعه فرصت های کارآفرینی در سه سطح پیشنهاد می گردد. سطح کلان راهکارهای ملی و فراملی که دولت، مجلس و ... بیشترین نقش را دارند. سطح میانی بیشتر مرتبط با اقدامات وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون های ورزشی، کمیته ملی المپیک، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ادارات کل و ... مرتبط می باشد. در سطح فردی، به نیروی انسانی در ورزش مرتبط می باشد.

<sup>1</sup> Cohen, and Levinthal

مجموعه راهکارهایی که هر فرد در شروع یا ادامه کسب و کار باید به آن دقت کند. باتوجه به رویه بروکراسی حاضر در کشور، دولت‌ها نمی‌توانند کارآفرین باشند ولی می‌توانند حامی و پشتیبان کارآفرین باشند و بسترسازی کنند. اگر بنا بر برونداد اولویت‌بندی‌های منتج از این تحقیق، ابتدا با ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه‌ی هر یک از این فرصت‌های کارآفرینی به گسترش کارآفرینی و در نتیجه پیشرفت ورزش فراهم می‌شود. آنگاه با توجه به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی ورزشی، فرصت‌های کارآفرینی بیشتری شناسایی خواهد شد و به دنبال آن برای به حداکثر رساندن منافع ناشی از بازاریابی در تمام حوزه‌ها، باید سیاست‌های کلان کشور را تعدیل (بازنگری در همه‌ی قوانین مربوط به کارآفرینی) کرد و قوانین را طوری تنظیم کرد خواسته‌ها و نیازهای ورزش را به خوبی تامین کند و نتیجه‌ی همه‌ی این عوامل، جایگاه‌سازی مثبت صنعت ورزش در ذهن کارآفرینان است و با این جایگاه‌سازی مثبت، ورزش کشور توسعه یافته، سهم بازار خدمات ورزشی افزایش می‌یابد و این صنعت به بلوغ اقتصادی خواهد رسید.

## References

1. Aghazade, H., Rezaie, N., & Pirizadeh, M. (2022). The Role of Marketology in International Business continuity, considering the mediating role of strategic agility. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(1), 80-61. (In Persian).
2. Askarian, F., Aghaei, N., & Ziyae, A. (2022). The Impact of Social Responsibility and Environmental orientation on Green Marketing Performance of Tehran Municipal Sports Programs. *Sport Management Journal*, 14(1), 411-395. (In Persian).
3. Askarian, F., Khodadadi, M. R., & Sarlab, R. (2017). Modeling of Sports Goods Imports into Iran with ARMA Model (1992-2012). *Sport Management Studies*, 9(41), 97-110. (In Persian).
4. Bai, Wensong; Holmström-Lind Christine; Johanson, Martin (2018). Leveraging networks, capabilities and opportunities for international success: A study on returnee entrepreneurial ventures. *Scandinavian Journal of Management* 34: 51-62.
5. Bamshad, V., talebi, K., yazdani, H., & Arasti, Z. (2021). A Systematic Mapping Review and analysis of cognitive science in Opportunity Identification Literature: 1994-2018. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(1), 1-19. (In Persian).
6. Bencivenga, M. A., Caputo, A., & Pezzementi, F. (2021). The importance of financial support for the survival and growth of SMEs. *Small Business Economics*, 56(2), 609-624.
7. Dimov, E., Daniël, M., & Yoshic, T. (2015). Business opportunity development: A theoretical framework. *Business Management*, 56(2), 190-209.
8. Dvoultey, O. (2017). Determinants of Nordic entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24 (1), 12-33.
9. Esmaeilzadeh, A., & Sarikhani, M. (2014). The role of national media (television) in the development of entrepreneurial culture among youth (Case study: Gorgan). *Journal of Sociological Studies of Youth*, 5(15), 9-26. (In Persian).
10. Faraji Sabokbar H, Molaee N, Hajari B. (2015). Spatial Analysis of Employment Model in Major Sectors of Activities of Iran Rural

- Areas. *SPACE ECONOMY & RURAL DEVELOPMENT*; 4 (11):1-14. (In Persian).
11. Gomes, C., Ferreira, A., & Santos, R. (2017). The impact of government policies on sports entrepreneurship. *Journal of Sports Economics*, 18(4), 465-492.
  12. Gómez, C., Martínez, J. A., & García, F. J. (2022). The role of innovation in sport entrepreneurship. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 20(1), 49-67.
  13. Hamidi, M., Rezavi, S. M. H., Amirnejad, S., & Shafiezadeh, S. (2009). Conceptualization of sports tourism strategy in Iran. Abstracts of the 7th International Conference on Physical Education and Sports Sciences, Tehran. (In Persian).
  14. Khosravizadeh, S. F., Kamankesh, A., & shahmansoori, E. (2021). Effective factors on social entrepreneurship in sports organizations of Makazi province. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 17(34), 17-1. (In Persian).
  15. Liu, T., Zhang, H., & Zhang, X. (2020). The role of media in entrepreneurship development: A literature review. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(1), 1-28.
  16. Mehri, A., & Momeni, H. (2022). Factors affecting the development of new opportunities in the sports industry. *Sport Management Review*, 15(1), 1-15.
  17. Mirmohammadi, Seyed Mehdi, and Majid Farhadinia (2019). "Factors affecting the attraction of financial support in Iranian sports". *Sports Management Research*, 7(1): 111-126. (in persian)
  18. Moeinfar, M. R., Ahmad-Mofidi, S. A., Sharaf-Joaei, B., & Kazemnezhad, A. (2011). The status of sports tourism industry in Iran. *Olympic Journal*, 19(2), 12-22. (In Persian).
  19. Mohamadkazemi, R., Zaffarian, R., khodayari, A., & Javadinia, M. (2014). Identifying Entrepreneurial Business Opportunities in Sports Industry with an IT Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(1), 95-112. (In Persian).
  20. Ozer, A., Acar, G., & Cakir, O. (2022). The impact of entrepreneurship education on the skills and knowledge of entrepreneurs: A study of Turkish entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 17(2), 155-168.

21. Pourpurtavi, M. T., & Shams Doost, F. (2017). Identifying and ranking effective factors on investment decision-making of investors in the sports industry using TOPSIS and Data Envelopment Analysis methods. *Journal of Management and Accounting Studies*, 3(1), 52-75. (In Persian).
22. Provasnek, A. K., Schmid, E., Geissler, B., & Steiner, G. (2017). Sustainable Corporate Entrepreneurship: Performance and Strategies toward Innovation. *Business Strategy and the Environment*, 26 (4), 521-535.
23. Ratten, V. and Ferreira, J. (Eds) (2017), Sport Entrepreneurship and Innovation, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, NY.
24. Rezaei, M., & Samimi, A. H. (2020). The role of innovation in the development of the sports industry in Iran. *Strategic Studies in Sports and Youth*, 8(1), 81-96 (In Persian).
25. Rodrigo, M., González-Álvarez, J., & Fernández, J. M. (2018). The relationship between economics and sports entrepreneurship. *Journal of Sport Management*, 32(5), 609-623.
26. Romero, M., Fernández, J., & López, J. M. (2019). The impact of sports infrastructure on sport entrepreneurship. *Journal of Sports Studies*, 36(6), 784-801.
27. Saxena, S., Batra, N., & Sharma, S. (2022). The role of regional factors in entrepreneurship: A study of Canadian startups. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(1), 134-154.
28. Seyedi, A., Esmaeili, M., & Amini, M. (2023). Identifying opportunities for sports entrepreneurship in Iran. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 42(3), 381-396 (In Persian).
29. Sharifian, E., Yousefi, M. H., & Ghahraman Tabrizi, K. (2016). Comparison Internal-sector Barriers for competition with foreign products in Iran sports industry. *Applied Research in Sport Management*, 5(1), 73-82. (In Persian).
30. Vakili, Y., Alvani, S. M., & Mohammadi Elyasi, G. (2014). The Role of Environmental Factors in Entrepreneurship Development in the Public Sector. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(2), 191-210. (In Persian).

31. Vaqefi Nazari, R. S., Elahi, A., & Akbari, H. (2022). Designing a Process Business Pattern of Women's Fitness Clubs. *Sport Management Journal*, 13(4), 1173-1195. (In Persian).
32. Wesper, K. (2023). The effectiveness of entrepreneurship education on university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(2), 1-12.
33. Yarahmadi, M., Almasifard, M. R., & Abdolmaleki, Z. (2021). The Analysis of the Factors Affecting the Creation of Sport Entrepreneurship Ecosystem in Kermanshah Province. *Sport Management Journal*, 13(3), 885-902. (In Persian).