



## شناسایی و اولویت‌بندی عوامل زمینه‌ای مؤثر در کارآفرینی ورزشی

محمد قاسمی<sup>۱</sup>، وحید ساعت چیان<sup>۲</sup>، زهرا همت یار<sup>۳</sup>، شقایق نعمتی<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۲. گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.
۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۴. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

### چکیده

### اطلاعات مقاله

هدف پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی عوامل زمینه‌ای مؤثر در کارآفرینی ورزشی است. روش پژوهش حاضر کمی، از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری شامل کارشناسان تربیت بدنی دستگاه‌های اجرایی حوزه ورزش هستند که ۲۵۰ نفر به عنوان نمونه آماری (بصورت تصادفی) انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه استاندارد هادوی و ساعت چیان (۱۳۹۴) است، که ضمن بررسی روایی صوری، روایی محتوایی آن از طریق آزمون‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی انجام پذیرفت. پایایی این پرسشنامه ۰/۹۲ به دست آمد. بر اساس نتایج بین تمامی مؤلفه‌های کارآفرینی با یکدیگر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ( $P < 0/05$ ) و مدل عوامل زمینه‌ای مؤثر از برآزش معنادار برخوردار است. مهم‌ترین اولویت مؤلفه‌های زمینه‌ای کارآفرینی در ورزش "بستر تبلیغات ورزشی" و مؤلفه "بستر فناوری" در اولویت آخر می‌باشد. همچنین مشاهده شده تمامی مؤلفه‌های مربوط به بسترهای توسعه کارآفرینی از وضعیت نامناسبی برخوردار هستند. با توجه به نتایج می‌توان راهکارهایی از قبیل مشورت با متخصصین درباره ساخت تأسیسات و اماکن ورزشی، فعالیت‌های اقتصادی جنبی در کنار اماکن ورزشی، تدارک اردوهای متنوع ورزشی همچون کوهنوردی، تأسیس ایستگاه‌های متنوع برای ورزش‌های همگانی و جاده‌های تندرستی، برگزاری مسابقات ورزشی قهرمانی، پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش‌های حرفه‌ای و قهرمانی و تبلیغات از طریق رسانه (صدا و سیما، روزنامه و مجلات عمومی یا ورزشی) به منظور بهبود وضعیت کارآفرینی ورزشی در کشور انجام شود.

دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۵/۱۷

پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۱۲

### کلیدواژه‌گان:

اشتغال،  
برنامه‌ریزی ورزشی،  
بسترهای توسعه ورزش،  
صنعت ورزش،  
کارآفرینی ورزش.

### نویسنده مسئول:

وحید ساعت چیان

پست الکترونیکی:

[saatchian.vahid@gmail.com](mailto:saatchian.vahid@gmail.com)

# Identifying and prioritizing effective contextual factors in sports entrepreneurship

, **Mohammad Ghasemi**<sup>1</sup>, **Vahid Saatchian**<sup>2</sup>, **Zahra Hemmatyar**<sup>3</sup>  
**Shaghayegh Nemati**<sup>4</sup>

1. PhD student in Sports Management, Faculty of Sports and Health Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

2. Department of Sport Science, Faculty of Human Science, International Imam Reza University, Mashhad. Iran

3. PhD Student of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

4. Master of Sport Management, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

## Abstract

The current research aims to identify and prioritize effective contextual factors in sports entrepreneurship. The research method employed is quantitative, characterized by its applied objective and descriptive-survey nature. The population consisted of physical education experts from executive agencies in the sports sector, from whom a sample of 250 individuals was randomly selected. The research instrument utilized was the Hadavi and Saatchian standard questionnaire (2015), which underwent formal validity examination, and its content validity was confirmed through exploratory and confirmatory factor analysis tests. The questionnaire demonstrated a reliability coefficient of 0.92. The results reveal a significant positive relationship ( $P < 0.05$ ) among all entrepreneurial components, indicating a well-fitted model of influential contextual factors. The most prioritized contextual component of sports entrepreneurship is "sports advertising infrastructure," while the "technological infrastructure" component holds the lowest priority. Moreover, it was observed that all components related to entrepreneurial development infrastructures are in an unfavorable condition. Based on the findings, strategies such as consulting with experts regarding the construction of sports facilities, ancillary economic activities alongside sports venues, organizing diverse sports camps such as mountaineering, establishing various stations for recreational and healthy roads, hosting championship sports competitions, nurturing and training sports coaches for professional and championship sports, and media advertising (through radio, television, newspapers, and general or sports magazines) should be implemented to enhance the status of sports entrepreneurship in the country.

**Keyword:** Employment, Sports Development Infrastructure, Sports Entrepreneurship, Sports Industry, Sports Planning.

## مقدمه

جوامع امروزی در محیطی پویا، پر ابهام و متحول فعالیت می‌کنند. یکی از بارزترین ویژگی‌های عصر حاضر تغییرات و تحولات شگرف و مداومی است که در طرز تفکر، ایدئولوژی، ارزش‌های اجتماعی، روش‌های انجام کار و بسیاری از پدیده‌های دیگر زندگی به چشم می‌خورد. تنها چیزی که در این جهان ثابت است، تغییر و تحول است. وسعت و تنوع تغییراتی که به پیکر جوامع امروزی وارد می‌آید به قدری زیاد است که برای آنها چاره‌ای جز انطباق و پاسخگویی به این تغییرات وجود ندارد. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقا آنها به یافتن راه حل‌ها و روش‌های جدید بستگی زیادی دارد (آقاجانی، ۱۳۸۸).

کار و کارآفرینی مهم‌ترین مسأله‌ی اجتماعی و فرآیندی انسانی و اجتماعی است که با دگرگونی‌های اقتصادی-اجتماعی پیوند محکمی دارد. کارآفرینی فرآیندی پیچیده، بلند مدت و فراگیر است که البته نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها دارد، به طوری که امروزه این مقوله به عنوان استراتژیک‌ترین و مهم‌ترین ابزار توسعه اقتصادی جوامع پیشرفته شناخته شده است (خبرگزاری اقتصادی ایران، ۱۳۹۶). کارآفرینی موضوعی است که روند رو به رشدی را در طول سال‌های اخیر، در خط‌مشی‌سیاسی در پیش‌گرفته است. دولت‌ها در حال اعتماد به کارآفرینان نوآوری هستند که سبب تداوم رشد اقتصادی برای کمک به استمرار رفاه در آینده می‌شوند. زمینه‌ها و خط‌مشی‌های متنوعی در کارآفرینی درگیر هستند و موضوعاتی از قبیل آموزش، نوآوری، سرمایه‌گذاری و محیط را شامل می‌شود (آدرنچ و همکاران، ۱، ۲۰۰۷)؛ بنابراین کارآفرینی با در نظر گرفتن ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مستلزم برنامه‌ریزی و اتخاذ رویکردهای راهبردی است (کمیسسیون اروپا، ۲، ۲۰۰۸)؛ بنابراین توسعه و رشد کارآفرینی توسط مجموعه بی‌شماری از متغیرها تحت تأثیر قرار می‌گیرد. مجموعه‌ای از این متغیرها شامل بسیاری از مدل‌های پیش‌بینی‌شده‌ای است که بر پایه ویژگی‌های شخصی کارآفرین یا رویکردهای کلانی است که دربرگیرنده متغیرهای زیر بنایی به‌منظور گسترش کارآفرینی است که در واقع سیاست عمومی بر برنامه‌های زیر بنایی مهم مانند فراهم کردن حمایت دولتی و خدمات حمایتی کسب‌وکار تمرکز می‌کند (ولش و پیستروی، ۳، ۲۰۰۸)؛ از جمله عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی که می‌تواند این فرآیند را توسعه دهد عبارتند از زیرساخت‌های اجتماعی، تحقیق و توسعه، کیفیت نیروی انسانی و کیفیت مدیریت.

تحقیقات نشان داده است که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبتی وجود دارد، زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک‌های اقتصادی و تجاری قویتری برخوردار است. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند (کاستونگای، ۴، ۲۰۰۸). با توجه به تغییرات سریع اجتماعی-اقتصادی در سطح بین‌المللی، توجه به مسئله جهانی شدن در بخش‌های گوناگون اقتصادی از جمله ورزش،

1. Audretsch et al
2. European Commission
3. Welsch & Pistrui
4. Castonguay

امری اجتناب ناپذیر می‌باشد و بنابر اعتقادی، در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (چاکار و هسترلی ۱، ۲۰۰۴). ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تأمین سلامت و نشاط جامعه است. ورزش بر بهره‌وری ملی اثر می‌گذارد، در نتیجه بر رونق اقتصادی کشور تأثیر مثبت بر جای می‌گذارد. سرمایه‌گذاری در تولید محصولات و خدمات ورزشی از یکسو اشتغال ایجاد می‌کند و از سوی دیگر بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید (سند تفضیلی نظام جامع توسعه تربیت‌بدنی، ۱۳۸۴). در این راستا سازمان تربیت‌بدنی به‌عنوان متولی امر ورزش، سیاست خصوصی‌سازی را به‌عنوان راهبرد خویش انتخاب کرده است. این سیاست می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای کارآفرینی در بخش ورزش پیش رو قرار دهد. پشتیبانی طرح‌های ورزشی این فرصت را برای کارآفرینان پدید می‌آورد تا طرح‌های خود را با پشتوانه مالی مناسب پیش ببرند. اگر این طرح‌ها به‌خوبی هدایت شوند می‌توانند منشأ ایجاد بسیاری از فرصت‌های شغلی در حوزه تربیت‌بدنی و ورزش باشند (فروغی پور، ۱۳۸۶).

شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش می‌تواند فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان جامعه معرفی کند تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی - اجتماعی بهره‌گیرند. به عبارتی کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند نقش بسیار مهم و برجسته‌ای در توسعه همه‌جانبه داشته باشد. به لحاظ هدف‌های توسعه ملی، با توجه به فراگیر بودن ورزش و نفوذ آن در همه بخش‌های جامعه، توسعه کارآفرینی ورزشی جز اولویت‌های مهم ملی است (یداللهی، ۱۳۹۰). علاوه بر این، کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند. (بال ۲، ۲۰۰۵). از طرفی بحران بیکاری، خیل فارغ‌التحصیلان نظام آموزش عالی به‌رغم کمبود نیروی انسانی متخصص موردنیاز، از یکسو و عدم استفاده بهینه از منابع و امکانات از مشکلاتی است که بازنگری در ساختار و نظام برنامه‌ریزی را ضروری ساخته است. علاوه بر موضوع اشتغال، کشور با مسائل و چالش‌های مهمی روبه‌رو است که برخورد هوشمندانه با آن مستلزم شناخت کافی از آن است. با توجه به قابلیت‌های موجود در بخش خدمات ورزشی که دارا بودن مجموعه‌های آبی مجهز و بی‌نظیر در کنار سایر جاذبه‌های طبیعی خود نیازمند توجه بسیار زیاد به این موضوع است، لذا بنا به اهمیت کارآفرینی ورزشی و توسعه ورزش برای جامعه، لزوم شناسایی عوامل مثبت و منفی بر کارآفرینی برای این بخش از حوزه میان‌رشته‌ای باید موردتوجه قرار گیرد، بنابراین شناسایی فرصت‌ها و مشکلات برای کارآفرینی به ایجاد خطوط کلی کسب‌وکار، برنامه‌ریزی به‌منظور ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی، برآوردن چالش‌های جهانی شدن مانند کیفیت تولید کالاهای ورزشی و خدمات نوآوری در طرح تولید، توانایی پیش‌بینی تغییر بازار و استفاده بهینه از فناوری برای رسیدن به حاشیه رقابتی، به ایجاد راهبردهای اشتغال برای جامعه به‌ویژه فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی کمک می‌کند. از این‌رو در تحقیق حاضر با توجه به فقدان مطالعه‌ای مشابه در کشور، سعی خواهد شد، به‌ضرورت توسعه کارآفرینی از طریق ورزش پرداخته شود. همچنین بتوان با معرفی و شناسایی بسترهای توسعه کارآفرینی در ورزش، زمینه اشتغال و فرصت‌آفرینی را برای فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی و سایرین فراهم آورد. امید است نتایج پژوهش حاضر راهگشای مدیران ورزش و سایر پژوهشگران در خصوص قابلیت‌های کارآفرینی در ورزش باشد.

### پیشینه پژوهش

عاشوری و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی مدل راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سه سطح کلان، میانی و خرد را طراحی کردند که 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 بین‌سازها با مقوله‌ها مذکور مثبت و معنی‌دار و برازش مدل پژوهشی قوی ارزیابی شد. رحمتی و همکاران (۱۴۰۱)، تحقیقی با هدف ارائه مدل توسعه‌ی کارآفرینی ورزشی در باشگاه‌های حرفه‌ای لیگ برتر فوتبال انجام دادند که بر اساس تحلیل مضمون، ۳ مضمون فراگیر " استفاده از ظرفیت رسانه مجازی، توجه به ارکان باشگاه و فعالیت تجاری " شناسایی گردید. حسینی و همکاران (۱۳۹۹)، نشان دادند که موانع محیطی به عنوان مهمترین موانع کارآفرینی در ورزش شناخته شده‌اند، در حالی‌که موانع رفتاری دارای کمترین اهمیت هستند. هادوی و همکاران (۱۳۹۶) بیان می‌کنند که ایجاد برنامه‌هایی توسط بانک‌ها به منظور حمایت مالی از ورزشکاران کارآفرین و ارتقای امنیت اجتماعی در میان صاحبان کسب و کارهای ورزشی (پوشش بیمه، شکست کسب و کار و بیکاری) با در نظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی به منظور مشارکت افراد ایده‌آفرین ورزشی در بخش خصوصی از طریق سازمان تأمین اجتماعی می‌تواند کمک‌های مفیدی به توسعه ورزش استان همدان کند. همچنین مهری شندی (۱۳۹۳) اظهار می‌دارد که سیاست‌گذاری‌های آینده، با رویکردی کارآفرینانه می‌تواند مؤثر باشد و در جهت موانع شناخته شده در حوزه‌ی کارآفرینی در بخش ورزش مؤثر باشد و نیز دانشکده‌های تربیت بدنی را در ایفای یکی از مهم‌ترین نقش‌های خود که همان تربیت افراد متخصص در راستای ترویج ورزش در بین افراد جامعه است یاری دهد. کلانی و همکاران (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی دیگر بیان داشتند که بهتر است از مدیران خلاق، نوآور و ریسک‌پذیر در پست‌های سازمانی استفاده شود و به ترغیب و تشویق ایده‌های جدید و کارآفرینی پرداخته شود. عزیز و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان الگوی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به این نتایج رسیدند که خلاقیت، خودکارآمدی، پیوندهای ضعیف اجتماعی و هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر تشخیص فرصت دارند، اما تأثیر عواملی مانند دانش پیشین، پیوندهای قوی و کمک‌مربیان بر تشخیص فرصت تأیید نشد.

یافته‌های تحقیق لارابلکانگا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۲)، نشان می‌دهد نقصان تحقیقات در مورد پیشینه/پیشینه‌های رفتار کارآفرینانه و کارآفرینی درون‌سازمانی در ورزش را نشان می‌دهد، به ویژه در ارتباط با نوآوری، اهمیت دیدگاه سیاسی در کارآفرینی در ورزش و تدوین برنامه‌های آموزشی برای کارآفرینان داخلی این نقصان بیشتر است. نتایج تحقیق پوتری و موستاکاس<sup>۲</sup> (۲۰۲۲)، نشان می‌دهد که فعالیت‌های کارآفرینی در کشور اندونزی بیش از حد بر روی بخش کالاهای ورزشی تمرکز دارند و مسئولین حمایت یا آموزش لازم برای رشد کارآفرینی ورزشی گسترده‌تر را فراهم نمی‌کنند. راتن<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۱)، بیان کردند که در مواقع

1 Lara-Bocanegra

2 Putri & Moustakas

3 Ratten

بحران مانند زمان شیوع پاندمی کرونا، صنعت ورزش می‌تواند از اکوسیستم کارآفرینی منحصربه‌فرد خود برای تشویق همکاری فعال که منجر به خلق ارزش مشترک می‌شود، استفاده کند. پلگرینی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود با عنوان بررسی کارآفرینی ورزشی: ترکیبی از ادبیات موجود و چشم‌اندازهای آینده به این نتیجه رسیدند که یک ساختار ۴ خوشه‌ای برای کارآفرینی در ورزش وجود دارد: تعاریف نظری و عوامل داخلی آن (خوشه ۱)، عوامل محیطی که می‌توانند آنرا تقویت کنند (خوشه ۲)، رویکردهای آموزشی و آموزش (خوشه ۳) و در نهایت تأثیرات آن خصوصاً از نظر توسعه اجتماعی (خوشه ۴). هم و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در بررسی توسعه‌ی ورزش از طریق کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که فرآیندهای کارآفرینی، آموزش‌های راهبردی، تعاملات کنترل شده و جنبه‌های اجتماعی رشته‌های ورزشی کارآفرینی معرفی می‌شود. میزراسمیت و والز<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش خود تحت عنوان گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت‌های جوان: نقش مدیریت منابع انسانی، نشان دادند که ارتباط معناداری بین گرایش کارآفرینانه و پیشرفت عملکرد شرکت وجود ندارد. در این رابطه راتن و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۲) عنوان داشتند که کارآفرینی ورزشی وسیله‌ای برای رشد و پیشرفت سازمان‌های ورزشی بوده و به این نتیجه رسیدند که انواع مختلف کارآفرینی مانند کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی بین‌المللی هم بر ورزش اثرگذار هستند. همچنین النا و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۰) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که کشورهای در حال توسعه نیز باید بر روی استحکام و پایداری بخش کارآفرینی متمرکز شوند که کاهش مسئولیت نظارت و وجود تعهد قوی به آموزش، در دو سطح متوسطه و دانشگاهی در این کشورها نیز ضروری است. اقتصادهای کارآفرینانه هم نیاز به تقویت انتقال تکنولوژی، در دسترس قرار دادن بودجه اولیه، حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه در دولت، سطوح حقوقی و آموزشی مشترک به‌خصوص در دانشگاه دارند. بنیتز و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) به بررسی تأثیر نقش فناوری اطلاعات بر فرهنگ کارآفرینی و عملکرد شرکت‌ها پرداختند نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد فرهنگ کارآفرینی یک عامل کلیدی در تعیین عملکرد شرکت‌ها می‌باشند.

علاوه بر موارد ذکر شده در بالا، اهمیت و ضرورت کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرآیند استفاده از فرصت‌های موجود در ورزش دانست. فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند، ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی، تبدیل کمبودها به فرصت‌هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید، اینها همه مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی از اهمیت بالایی برخوردار است. از این‌رو با عنایت به توضیحات فوق و این موضوع که ورزش به‌عنوان بخش بزرگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است، ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی، رشد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی موجود و استفاده از رویدادها و خدمات ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی تعریف کرد. لذا توجه به فرصت‌های کارآفرینی ورزش می‌تواند

1.Pellegrini

۲.Hem et al

2.Messersmith & Valz

4.Rotten et al

5.Elena et al

۶.Benitez et al

باعث ایجاد کسب‌وکارهای پایدار، تولید ثروت به جهت بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینی از طریق ورزش شود؛ و منابع مالی فزاینده‌ای را فراهم نماید. همچنین توجه به کارآفرینی می‌تواند موجب بهره‌گیری از فناوری‌های جدید در بخش صنعت ورزش گردد. با عنایت به مطالب اشاره‌شده و پژوهش‌های صورت گرفته در رابطه با کارآفرینی محقق با انجام این پژوهش به دنبال این است که: عوامل زمینه‌ای مؤثر در کارآفرینی ورزشی کدامند و اولویت آنان چگونه است؟

### روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر کمی به لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد که جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی انجام پذیرفت. جامعه آماری شامل کارشناسان تربیت بدنی دستگاه‌های اجرایی که در حوزه کارآفرینی ورزش صاحب نظر بودند، می‌باشد که از بین آنان تعدادی از دبیران آموزش و پرورش، کارشناسان حوزه ورزش شهرداری و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان، که ۲۵۰ نفر به صورت تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند.

به منظور گردآوری داده‌ها در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد هادوی و ساعتچیان (۱۳۹۴)، که دارای ۵۲ گویه و ۸ مولفه بستر تبلیغات ورزشی، بستر وسایل و تجهیزات ورزشی، بستر مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی، بستر آموزشی و پژوهشی، بستر فرهنگی، بستر توسعه الزامات ورزشی، بستر خدمات ورزشی و بستر فناوری و براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت، طراحی شده است، بهره گرفته شد. در مورد روایی، پرسشنامه جهت مناسب بودن آن برای چند نفر از اساتید دانشکده‌های تربیت بدنی توزیع گردید، سپس نکات مبهم موجود در پرسشنامه، مورد بازبینی قرار گرفت. برای روایی محتوایی آن از آزمون‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده گردید. برای برآورد پایایی پرسش‌نامه طی یک مطالعه مقدماتی، بین تعدادی از کارشناسان جهت نظرخواهی توزیع شد که پس از جمع‌آوری، ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر بسترهای توسعه کارآفرینی ۰/۹۲ محاسبه شد.

در نهایت به منظور تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی برای طبقه‌بندی نمرات خام، محاسبه فراوانی‌ها و محاسبه شاخص‌های پراکندگی نظیر میانگین و انحراف معیار و از آمار استنباطی ابتدا از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای چگونگی توزیع داده‌ها و پس از تأیید عدم نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون فریدمن برای اولویت بندی مولفه‌ها و گویه‌ها، و آزمون توزیع دوجمله‌ای برای بررسی اهمیت مولفه‌ها در جامعه مورد بررسی استفاده گردید. همچنین در پژوهش حاضر از برنامه‌های نرم‌افزاری SPSS 22 و LISREL 8.80 جهت بررسی داده‌های خام و رسم نمودارها و جداول استفاده گردید.

### یافته‌ها

بررسی اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش نشان داد که بیشترین فراوانی برحسب سن به گروه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال (۴۰ درصد) و کمترین فراوانی به گروه سنی ۴۱ سال به بالا (۱۴ درصد)، برحسب مدرک تحصیلی، تحصیلات تکمیلی (۵۷/۶ درصد) از بیشترین فراوانی و گروه کارشناسی (۴۲/۴ درصد) از کمترین فراوانی و در نهایت برحسب سابقه کار، گروه ۶ تا ۱۰ سال (۴۷/۶ درصد) از بیشترین فراوانی و گروه ۱ تا ۱۵ سال (۶/۸ درصد) از کمترین فراوانی برخوردار هستند. بررسی داده‌های توصیفی بسترهای توسعه کارآفرینی

پژوهش نشان داد بالاترین میانگین در بین مؤلفه‌های بسترهای کارآفرینی مربوط به مؤلفه "بستر تبلیغات ورزشی" با (۳/۰۳ درصد) و پایین‌ترین میانگین مربوط به مؤلفه "بستر فناوری" با (۲/۳۹ درصد) می‌باشد. نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش به‌وسیله آزمون کلموگروف اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت که نتایج نشان داد توزیع داده‌های بسترهای کارآفرینی غیر نرمال بوده و به منظور بررسی سوالات پژوهش از آزمون‌های ناپارامتریک توزیع دوجمله‌ای به عنوان معادل آزمون پارامتریک تی تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی ارائه‌شده در جدول ۱، نشان می‌دهد که گویه‌های عوامل بسترهای توسعه کارآفرینی در ورزش در کل ۸۴/۴۶ درصد از کل واریانس را شامل می‌شود. درصد‌های واریانس برای عامل ۱ برابر با ۲۲/۵۸، عامل ۲ برابر با ۱۶/۵۷، عامل ۳ برابر با ۱۲/۴۳، عامل ۴ برابر با ۸/۶۳، عامل ۵ برابر با ۷/۹۱، عامل ۶ برابر با ۷/۰۳، عامل ۷ برابر با ۵/۰۳ و برای عامل ۸ برابر با ۴/۲۵ می‌باشد. نتایج بار عاملی سوالات نشان می‌دهد که بار عاملی تمامی سوالات در حد قابل‌قبول است.

جدول ۱. نتایج سهم واریانس هر یک از عامل‌ها در مدل ۸ عاملی بررسی بسترهای ورزش در توسعه کارآفرینی

مربعات بارهای استخراج‌شده				
شماره عامل	نام عامل	واریانس کل	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	عامل ۱	۱۱/۹۷۱	۲۲/۵۸۷	۲۲/۵۸۷
۲	عامل ۲	۸/۷۸۵	۱۶/۵۷۵	۳۹/۱۶۲
۳	عامل ۳	۶/۵۹۷	۱۲/۴۳۶	۵۱/۵۹۸
۴	عامل ۴	۴/۵۷۷	۸/۶۳۶	۶۰/۲۳۴
۵	عامل ۵	۴/۱۹۲	۷/۹۱۰	۶۸/۱۴۴
۶	عامل ۶	۳/۷۳۰	۷/۰۳۸	۷۵/۱۸۲
۷	عامل ۷	۲/۶۶۷	۵/۰۳۲	۸۰/۲۱۴
۸	عامل ۸	۲/۲۵۵	۴/۲۵۴	۸۴/۴۶۸

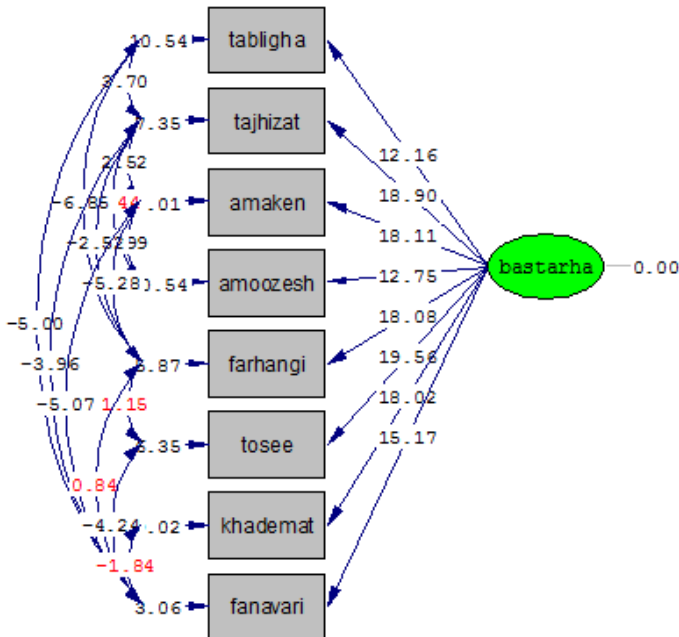
پس از شناسایی بارهای عاملی گویه‌های پژوهش به‌وسیله تحلیل اکتشافی، با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی به بررسی روایی سازه پرسشنامه مورد استفاده پرداخته شد که مقادیر شاخص‌های ۱ RMSEA، ۲

1. Root mean square error of approximation
2. Goodness of fit index
3. Normed Fit Index

GFI، NFI، CFI، نیز به ترتیب ۰/۴۷، ۰/۹۹، ۱/۰۰، ۱/۰۰، بود که مناسب بودن ابعاد بررسی بسترهای ورزش در توسعه کارا فرینی را تأیید کرد (جدول ۲). برای اندازه‌گیری تناسب مدل، علاوه بر نسبت کای دو به درجه آزادی (x2/df)، از شاخص تناسب تطبیقی (CFI)، شاخص تناسب برازندگی (GFI)، شاخص نرم شده برازندگی (NFI) و جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)، استفاده شد. حد مطلوب نسبت (x2/df) کمتر از ۳، مقدار بیشتر از ۰/۹۰ برای GFI، CFI، NFI و کمتر از ۰/۱ برای RMSEA است؛ بنابراین، ابزار ارزیابی بررسی بسترهای ورزش در توسعه کارا فرینی با توجه به موارد ذکرشده، دارای روایی مناسب می‌باشد.

جدول ۲. آزمون‌ها و شاخص‌های مدل ابزار ارزیابی بررسی بسترهای ورزش در توسعه کارا فرینی

مدل	X2 /df	CFI	NFI	GFI	RMSEA	P-Value
بسترهای ورزش در توسعه کارا فرینی	۱/۵	۱/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۹	۰/۰۴۷	۰/۱۶



شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی ابزار ارزیابی بررسی بسترهای توسعه کارآفرینی در حالت آماره T

در ادامه جهت اولویت بندی مولفه های پژوهش از آزمون فریدمن استفاده شد (جدول ۳).

**جدول ۳. آزمون فریدمن اولویت مؤلفه‌های بسترهای کارا فرینی در ورزش**

ردیف	آماره	مقدار
۱	کی دوی فریدمن	۲۲۵/۸۵۲
۲	درجه آزادی	۷
۳	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۱

چون سطح معنی داری آزمون فریدمن کمتر از ۰/۰۵ می باشد، می توان گفت که بین مؤلفه های بسترهای کارآفرینی در ورزش اولویت معناداری وجود دارد. مهمترین اولویت مؤلفه های بسترهای کارآفرینی در ورزش مربوط به مولفه " بستر تبلیغات ورزشی " با میانگین ۵/۵۶ درصد و مولفه " بستر فناوری " با میانگین ۳/۰۲ در اولویت آخر می باشد (جدول ۴).

**جدول ۴. میانگین رتبه‌ها و اولویت مؤلفه‌های بسترهای کارا فرینی در ورزش**

ردیف	عوامل	میانگین رتبه‌ها	اولویت
۱	بستر تبلیغات ورزشی	۵/۵۶	اول
۲	بستر توسعه الزامات ورزشی	۵/۴۲	دوم
۳	بستر وسایل و تجهیزات ورزشی	۴/۸۵	سوم
۴	بستر آموزشی و پژوهشی	۴/۶۴	چهارم
۵	بستر مدیریت اماکن و برنامه‌ریزی ورزشی	۴/۶۱	پنجم
۶	بستر خدمات ورزشی	۴/۴۰	ششم
۷	بستر فرهنگی	۳/۵۰	هفتم
۸	بستر فناوری	۳/۰۲	هشتم

در ادامه به منظور بررسی وضعیت متغیر کارآفرینی از آزمون دو جمله ای بهره گرفته شد که نتایج آن در جدول زیر ارایه می گردد.

جدول ۵. آزمون توزیع دو جمله‌ای (تعیین وضعیت مولفه های بسترهای کارآفرینی)

مؤلفه‌ها	طبقه	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت آزمون	سطح معناداری
بستر تبلیغات ورزشی	$m \leq 3$	۱۶۸	۰/۶۷	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۸۲	۰/۳۳		
بستر توسعه الزامات ورزشی	$m \leq 3$	۱۵۷	۰/۶۳	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۹۳	۰/۳۷		
وسایل و تجهیزات ورزشی	$m \leq 3$	۱۸۰	۰/۷۲	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۷۰	۰/۲۸		
بستر آموزشی و پژوهشی	$m \leq 3$	۱۴۳	۰/۵۷	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۱۰۷	۰/۴۳		
مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی	$m \leq 3$	۱۷۲	۰/۶۹	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۷۸	۰/۳۱		
بستر خدمات ورزشی	$m \leq 3$	۱۷۴	۰/۷۰	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۷۶	۰/۳۰		
بستر فرهنگی	$m \leq 3$	۲۱۰	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۴۰	۰/۱۶		
بستر فناوری	$m \leq 3$	۱۹۳	۰/۷۷	۰/۵	۰/۰۰۱
	$m > 3$	۵۷	۰/۲۳		

با توجه به نتایج جدول (۵) و تعداد مشاهدات گزارش شده نتیجه می شود که تمامی مؤلفه های بسترهای کارآفرینی بنا به سطح معناداری و آماره های مشاهده شده از وضعیت نامناسبی برخوردار می باشند.

### نتیجه گیری

در این تحقیق سعی شد تا دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی در حوزه کارآفرینی ورزشی درباره بسترهای توسعه کارآفرینی بررسی گردد و با مقایسه آن با نتایج سایر تحقیقات و اصول نظری کارآفرینی به راهکارهای اساسی و عملی دست‌یافت. همچنین با بررسی و تشخیص بسترهای توسعه کارآفرینی و نیز مطابق اولویت آن‌ها، کارآفرینی و کسب‌وکار ورزشی را رونق داد.

در بررسی نتایج پژوهش مشخص شد که بین تمامی مؤلفه های بسترهای کارآفرینی با یکدیگر همبستگی معناداری ( $P < ۰/۰۱$ ) در خدمت وجود دارد. همچنین بین مولفه های بسترهای کارآفرینی در ورزش اولویت معناداری وجود دارد که براین اساس، مهمترین اولویت مؤلفه های بسترهای کارآفرینی در ورزش مربوط به مؤلفه "بستر تبلیغات ورزشی"، و مؤلفه "بستر فناوری" در اولویت آخر می باشد. همچنین براساس نتایج مشاهده شده تمامی مؤلفه های مربوط به بسترهای توسعه کارآفرینی از وضعیت نامناسبی برخوردار هستند.

حال با توجه به نتایج پژوهش مشخص گردید که از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی، در حوزه تبلیغات، بسترهای مناسبی برای توسعه کارآفرینی در ورزش وجود ندارد. در حوزه تبلیغات هادوی و ساعت چیان (۱۳۹۶) بیان داشتند که نبود بستر مناسب در حوزه تبلیغات می‌تواند به دلیل عدم وجود اسپانسرهای قدرتمند در ورزش استان همدان باشد که البته در مصاحبه‌ای که با چند تن از کارآفرینان ورزشی آن استان انجام شد، آنها وجود موانع بسیار بر سر راه تبلیغات و تشریفات اداری زیاد را عامل انصراف علاقه‌مندان به تبلیغات عنوان نموده‌اند. در این خصوص می‌توان عنوان داشت با توجه به اینکه امروزه یکی از مفیدترین و موفق‌ترین راه‌های تبلیغات، تبلیغات از طریق رسانه (صدا و سیما، روزنامه و مجلات عمومی یا ورزشی) می‌باشد، جای خالی این پدیده در رسانه‌ها بشدت احساس می‌گردد و مسئولین مربوطه بخصوص در صدا و سیما با همکاری نهادهای ورزشی می‌توانند گام بزرگی در زمینه تبلیغات بردارند. یکی دیگر از راهکارهایی که می‌تواند در این زمینه کمک‌کننده بوده و جای خالی آن احساس می‌شود، استفاده از نام و مشخصات ورزشکاران معروف برای تبلیغ کالاها می‌باشد که البته این امر به‌تازگی در سطح کشور و رسانه ملی تا حدود کمی انجام پذیرفته و می‌تواند موردتوجه مسئولین نیز قرار گیرد. همچنین با توجه به رونق بسیار زیاد تبلیغات از طریق بیلبوردها و میزان تأثیرگذاری این نوع از تبلیغات بر مشتریان می‌توان از این پتانسیل در حیطه ورزش نیز استفاده نموده و موجب جذب علاقه‌مندان به‌سوی ورزش و رشته‌های مختلف ورزشی گردید.

همچنین در حوزه آموزش و پژوهش بیان داشتند که سال‌ها آموزش و پژوهش در زمینه ورزش در کشور ما زیاد مورد توجه نبوده است. نگرش عمومی نسبت به دنیای تربیت بدنی و ورزش، بیشتر نگرش عملی بوده و در این بین افراد غیر متخصص، کمتر کسی برای آن جایگاه علمی قائل بوده است که این نگرش در سال‌های اخیر تغییر زیادی کرده و سال به سال نیز به وضعیت مطلوب نزدیکتر می‌شود. این مساله سبب شده تا فرصت‌های زیادی برای پیشرفت در حوزه‌های علمی ورزش دست‌نخورده باقی بماند و برای افراد و موسسات امکان فعالیت در زمینه آنها را فراهم آورد.

همچنین با توجه به نتایج در حوزه توسعه الزامات ورزشی، هادوی و ساعتچیان (۱۳۹۶)، فروغی پور (۱۳۸۴) و کردنابیچ و زالی (۱۳۸۸) اظهار داشتند که تعداد کسانی که با هدف حفظ سلامت و نشاط روزمره و رفع کسالت‌های روحی و جسمی فعالیت‌های ورزش همگانی را برمی‌گزینند، هر روز در حال افزایش است. این موضوع در جهان و کشور ما رواج داشته واز این رو قابلیت این را دارد که موقعیت‌هایی را برای ورزش‌های همگانی و تاسیس مکان‌هایی برای عرضه محصولات مورد نیاز ورزشکاران، ضمن رفع نیازهای افراد، امکان کارآفرینی را نیز مهیا نمود. در این زمینه می‌توان دریافت نگرش و نقطه نظرات مردم نسبت به ورزش و محصولات ورزشی، تأسیس ایستگاه‌های متنوع برای ورزش‌های همگانی و جاده‌های تندرستی، برگزاری مسابقات ورزشی قهرمانی، پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش‌های حرفه‌ای و قهرمانی، پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش‌های همگانی که این امر متأسفانه بسیار ضعیف صورت می‌پذیرد و تربیت مربی بدن‌سازی، تمرین دهنده و روانشناس تیم را مدنظر قرار داده و زمینه‌های توسعه ورزش در تمامی سطوح از همگانی تا قهرمانی و حرفه‌ای را فراهم آورد.

با توجه به نتایج مشخص شد که از دیدگاه کارشناسان تربیت‌بدنی استان، در حوزه وسایل و تجهیزات ورزشی، بسترهای مناسبی برای توسعه کارآفرینی در ورزش وجود ندارد که با نتایج تسون و همکاران (۲۰۰۵) همسو می‌باشد. تسون در تحقیق خود مهم‌ترین چالش‌های مدیریتی پیش‌روی کسب و کارهای ورزشی را فقدان استفاده از

منابع و تسهیلات، مشکلات اقتصادی، محیط سیاسی، فقدان مدیران شایسته، تعرض اجرایی و سیاست‌های محافظ کارانه برشمردند. در این خصوص راهکارهای مختلفی را می‌توان ارائه داد که از آن جمله می‌توان به ساخت زمین‌های بازی کوچک در محله‌ها، برای فعالیت‌های ورزشی اشاره کرد. البته به همت سازمان شهرداری در برخی مناطق این اتفاق روی داده است اما تعداد اندک این اماکن خود مشکلی است که باید بدان رسیدگی شود. همچنین با توجه به اینکه در بسیاری از استخرها محدوده مناسبی برای کودکان در نظر گرفته نشده است، ساخت استخر مخصوص کودکان با نقاشی و منطقه‌ش‌بازی یکی دیگر از راهکارهایی است که می‌تواند موردتوجه قرار گیرد و به این شکل می‌توان مشتریان بسیاری را جذب نمود. با توجه به وجود فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی به‌ویژه در گرایش‌هایی مانند بیومکانیک ورزشی و مهندسی ورزشی می‌توان از دانش و تخصص این افراد در زمینه ساخت وسایل و تجهیزات مختلف ورزشی بهره‌مناسی برد.

همچنین در حوزه آموزشی و پژوهشی، بسترهای مناسبی برای توسعه کارآفرینی در ورزش وجود ندارد. در این رابطه فروغی پور (۱۳۸۴) اظهار نمود سال‌ها آموزش و پژوهش در زمینه ورزش در کشور ما زیاد موردتوجه نبوده است. نگرش عمومی نسبت به دنیای تربیت‌بدنی و ورزش، بیشتر نگرش عملی بوده و در این بین افراد غیرمتخصص، کمتر کسی برای آن جایگاه علمی قائل بوده است که این نگرش در سال‌های اخیر تغییر زیادی کرده و سال‌به‌سال نیز به وضعیت مطلوب نزدیک‌تر می‌شود. این مسئله سبب شده تا فرصت‌های زیادی برای پیشرفت در حوزه‌های علمی ورزش دست‌نخورده باقی بماند و برای افراد و مؤسسات امکان فعالیت در زمینه آن‌ها را فراهم آورد. نسبت فارغ‌التحصیلان و انتشارات علمی ورزشی در دو دهه اخیر در کشور به‌سرعت توسعه یافته است که نشان می‌دهد از این زمینه به‌خوبی می‌توان بهره‌گرفت. در این زمینه می‌توان راهکارهایی همچون آموزش رشته‌های مختلف ورزشی در مدارس به‌ویژه رشته‌هایی که از پتانسیل بالایی در کشور برخوردار هستند، اجرای طرح‌های ورزشی پژوهشی به‌ویژه در حیطه سلامت، تأسیس و راه‌اندازی رشته مهندسی اماکن ورزشی، تأسیس آموزشگاه آزاد علمی برای آماده‌سازی داوطلبان شرکت در آزمون‌های دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری و دوره‌های مقطعی آموزشی در ورزش و چاپ کتب، نشریات و مقالات علمی- ورزشی را ارائه کرد.

با توجه به یافته‌های تحقیق هرچه دانش مدیریت و متخصصان در بنگاه اقتصادی بیشتر به کار گرفته شوند، کارآفرینی و اشتغالزایی نیروی انسانی افزایش می‌یابد. در این خصوص می‌توان راهکارهایی از قبیل برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های ورزشی خوابگاه‌های دانشجویی و دانشجویان که انجام درست این کار می‌تواند موجب جذب بسیاری از دانشجویان به ورزش گردد که به دلیل عدم وجود برنامه‌های مناسب تحقق نیافته است، مشورت با متخصصین درباره ساخت تأسیسات و اماکن ورزشی به‌منظور هرچه مناسب‌تر ساختن این اماکن و درنهایت بهره‌برداری مطلوب از آن‌ها، تدارک اردوهای متنوع ورزشی همچون کوهنوردی، طبیعت‌گردی و ... و همچنین فعالیت‌های اقتصادی جنبی در کنار اماکن ورزشی که البته این امر امروزه به نحو نامطلوب و نامناسبی صورت می‌پذیرد که مدیریت مناسب آن می‌تواند موجب کسب درآمدهای بسیار زیادی گردد را ارائه داد.

با توجه به نتایج مشخص شد که از دیدگاه کارشناسان تربیت‌بدنی، در حوزه خدمات ورزشی، بسترهای مناسبی برای توسعه کارآفرینی در ورزش وجود ندارد که با نتایج پژوهش غلامی (۱۳۸۷) همخوانی دارد. غلامی در پژوهش خود به بررسی موانع کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه کارآفرینان این رشته پرداخت و میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، میزان رقابت در بازارهای ورزشی، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان جو تشویق

و فضای عمومی حاکم بر اجرای ایده‌های جدید و زیر ساخت‌های کسب و کار در ورزش را از جمله موانع اصلی کار آفرینی در ورزش عنوان کرد. در همین رابطه می‌توان راهکارهایی همچون ارائه خدمات از طریق آزمایشگاه‌های ورزشی و تدوین برنامه‌های تغذیه‌ای و ... را ارائه کرد که در این مورد باید اشاره کرد که به تازگی جوانان به فعالیت‌های ورزشی آمادگی جسمانی و بدنسازی علاقه مندتر شده‌اند. با این حال برخی افراد سودجو بدون در نظر گرفتن سلامت جوانان، اقدام به تجویز برخی مواد مکمل با تاثیرهای نامعلوم و گاهی مضر می‌کنند. تحقیق حاضر نشان می‌دهد که تدوین برنامه‌های تغذیه‌ای ورزشی و فروش مواد مکمل و مجاز از نظر دست‌اندرکاران ورزش، هم ایجاد اشتغال می‌کند و هم پاسخگوی نیاز جوانان به گونه‌ای درست است.

تاملینسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) به بررسی زمینه‌های موجود در گستره امور فرهنگی ورزش پرداخت و پوشش ماهواره‌ای فعالیت‌های ورزشی را بررسی کرد. او اظهار داشت که این کار موجب رد و بدل شدن مقادیر زیادی پول می‌شود و موقعیت‌های زیادی را نیز برای کارآفرینی ایجاد می‌کند. گلانتون (۲۰۰۵) ضمن بررسی انتشار مجلات علمی، خبری ورزشی، این کار را اولییتی برای کارآفرینی برشمرد. در این زمینه می‌توان با برگزاری جلسات فرهنگی ورزشی و چاپ بولتن‌های فرهنگی ورزشی کمک شایانی به رشد فرهنگ در زمینه ورزش نموده و فرهنگ ورزش را ترویج داد. همچنین معرفی پیشکسوتان و قهرمانان یکی دیگر از فعالیت‌هایی است که کمبود آن به شدت احساس می‌گردد. کما اینکه بسیاری از ورزشکاران از بزرگان و پیشکسوتان مربوط به رشته ورزشی خود بی‌خبر هستند و اطلاعات بسیار اندکی از آن‌ها دارند. همچنین می‌توان در این زمینه توجه ویژه‌ای به آموزش افراد خاص (معلولین) داشت و آن‌ها را به ورزش جذب کرد که این امر باعث افزایش امید به زندگی در این قشر از جامعه خواهد شد و در نهایت با توجه به پتانسیل بالا در آن و حضور جمعیت بسیار کثیری در طول سال در آن می‌توان به توریسم ورزشی و ترویج آن پرداخته و درآمدهای بسیار زیادی را از این طریق کسب نمود. همچنین نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد فناوری اطلاعات یک عامل کلیدی در توسعه کارآفرینی در شرکت‌ها می‌باشد. در این زمینه می‌توان به فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی توصیه کرد که با شرکت در کلاس‌های آموزشی نرم‌افزارهای طراحی، یا آشنایی با چگونگی تدوین فیلم‌ها، لوح‌ها و کلیپ‌های آموزشی و آلبوم‌های عکس‌های ورزشی به وسیله نرم‌افزارهای حرفه‌ای خود را در این زمینه توانمند ساخته که از این طریق می‌توانند برای خود اشتغال کنند.

با عنایت به مطالب فوق به‌منظور توسعه امر خطیر کارآفرینی ورزشی، موانع، معضلات و بسترهای اصلی توسعه کارآفرینی در ورزش را مورد بحث قرار دادیم. همان‌گونه که مشخص است، برخی از آن‌ها خارج از حوزه مدیران سازمان‌ها و برخی در حیطه عمل و اختیارات مدیران محترم می‌باشد. لذا مدیران محترم سازمان‌ها، ادارات و دستگاه‌ها می‌توانند با توجه و عنایت لازم به هر یک از آن‌ها و برطرف نمودن این مشکلات و معضلات، گامی موثر در کارآفرینی حوزه ورزش بردارند.

## تشکر و قدردانی

از تمام عزیزانی که در نگارش این مقاله ما را یاری نمودند کمال تشکر و قدردانی را داریم.

## References

1. Aghajani, Hassan Ali (1388). Presenting a conceptual model of the role of organizational climate in creating entrepreneurial opportunities in organizations, the first national conference on entrepreneurial management. (in Persian)
2. Ashuri, T., Dosti, M., Razavi, S. M. H., & Hosseini, A. (1402). Identifying strategies for developing sports entrepreneurship opportunities at three macro, medium and micro levels. *Management and entrepreneurship in sports*, 2(1),
3. Avdretsh, D., Girlo, I., Thurik, R. (2007). "Entrepreneurship". *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy, the Presentation*.
4. Azizi, Shahram; Momeni, Ahmed (2012). The pattern of individual and social factors affecting the identification of job opportunities. *Journal of Farini Work Development, University of Tehran, No. 2*, pp. 203-207. (in Persian)
5. Ball, S. (2005). "The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism". *Hospitality, Sport, and Tourism Network*, 1, 1-14.
6. Drawer, S. (2008). "Performance Research, Science & Innovation in Olympic and Paralympics Sport; A Call To UK Sciences Community", *The Sport & Exercise Scientist*, 16, pp. 4-7.
7. Foroghi-pour, Hamid (2007). Examining Farini's work in sports from managers and physical education specialists and presenting solutions. *Sports Management Journal*, No. 16, pp. 55-68. (in Persian)
8. Gholami, N. (2009). "Study of Effective Factors on Rate of Entrepreneurship, Masters dissertation of Tehran University, Faculty of Physical Education & Sport Sciences.
9. Gholami, Nasrin (1387). *Cara Freney in sports*. Master's thesis, University of Tehran. (in Persian)
10. Hadavi, Seyedah Farideh. Saatchian, Vahid (2014). Examining the role of sports in the development of Farini work in Hamedan province and providing implementation solutions. A research project under the supervision of the General Directorate of Sports and Youth of Hamadan Province. (in Persian)
11. Hemme, F., Morais, D. G., Bowers, M. T., Todd, J. S. (2017). "Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry". *Sport Management Review*, Pp 1-13.
12. Hosseini, M., Moradi Barzalabad, F., Bezdi Langari, M., Maleki, A. and Shushi Nasab, B. (1399). Identification and prioritization of creative barriers in sports using the combined method of Dimitl and network analysis process. *Kinetic and Behavioral Sciences*, 3(2), A18-177.
13. IRNA news agency (2016). Improving the condition of Khorasan Razavi sports in the government of Tadbir and Omid. (in Persian)
14. Kalani, Amin; Eskandari, Jesus; Mohammadi Shamsabadi, Amir Masoud (2015). The role of entrepreneurship on the performance of managers of sports and youth departments. *Journal of Sports Management Studies*, No. 36, pp. 209-226. (in Persian)
15. Lara-Bocanegra, A., Bohorquez, M. R., & Garcia-Fernandez, J. (2022). Innovation from sport's entrepreneurship and intrapreneurship: opportunities from a systematic review. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 863-880.

16. Mehrishandi, Saeed (2014). Explanation and analysis of the entrepreneurial method in sports from the point of view of Master's students in Physical Education and Sports Sciences of Tehran University. Master's thesis, Payam Noor University, South Center of Tehran. (in Persian)
17. Messersmith, J., Wales, G., & William, J. (2014). "Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management". *International Small Business Journal*, 31(2), 115-36.
18. Pellegrini, M. M., Rialti, R., Marzi, G., & Caputo, A. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 795-826.
19. Physical Education Organization of the Islamic Republic of Iran (2004). Special studies on the development of sports financial resources. Sib Sabz Publications. (in Persian)
20. Prajapati, K. (2008). 11th Annual convention of the strategic management- forum. Indian Institute of Technology Kanpur, Strategic Issues in SMEs.
21. Putri, R., & Moustakas, L. (2022). Sport entrepreneurship in Indonesia. *Entrepreneurial Innovation: Strategy and Competition Aspects*, 89-96.
22. Rahmati, M., Elwandi, A., & Hosseini, S. (1401). Presenting a sports entrepreneurship development model in professional football league clubs: a mixed approach. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 15(2), 203-221. doi: 10.22059/jed.2022.329594.653784
23. Ratten, V. (2012). "Sportentrepreneurship: Challenges and directions for future research". *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(1), 65-76.
24. Ratten, V., da Silva Braga, V. L., & da Encarnação Marques, C. S. (2021). Sport entrepreneurship and value co-creation in times of crisis: The covid-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 133, 265-274.
25. Saat Chian, Vahid; Hadavi, Seyedah Farideh; Azizi, Bahadur (2016). A mixed university based on the role of entrepreneurial beds in the sports industry of Hamadan province by providing executive solutions. 10th International Sports Science Conference, Tehran. (in Persian)
26. Tesone, D.V., Platt, A & Alexalkis, G. (2005). "The Human capital factor: strategies for dealing with performance challenges in business and sport management". *J of Applied Management and Entrepreneurship*, 9, pp: 22-33.
27. Tomlinson, A. (2005). "Editorial, International review for the sociology of sport, 37, pp: 275-277.
28. Welsch, H. P., Pistrui, D. (2008). "Entrepreneurial Expansion Plans an Empirical". *Investigation of Infrastructure Predictors*, *New England Journal of Entrepreneurship*, 37, Vol.8, pp. 19-32.
29. Yadollahi Farsi, Jahangir; Gholami, Naser; Hamidi, Mehrzad; Kanani, Ali (1390). Cara Freney's study of country sports. *Farini Work Development Journal*, third year, number 12, pp. 105-124. (in Persian)