مدیریت و کارآفرینی در ورزش
دو فصلنامه علمی دانشکده ملی مهارت محمودآباد
سال چهارم؛ شماره دوم؛ پاییز و زمستان ۱۴۰۴
آدرس نشریه: https:// jmes.nus.ac.ir

مقاله پژوهشی

مدل‌سازی کارآفرینی ورزشی: ترکیب نظریه‌های کارآفرینی با ویژگی‌های خاص صنعت ورزش

مجتبی قربانی آسیابر[۱]، علیرضا قربانی آسیابر[۲]، مرتضی قربانی آسیابر[۳]

۱. پسا دکترای گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، قزوین، ایران.

۳. کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، قزوین، ایران.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۲۶
پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۰۶

کلیدواژگان:
کارآفرینی ورزشی،
مدل‌سازی معادلات ساختاری،
نوآوری،
مدیریت ورزشی،
توسعه پایدار

نویسنده مسئول:
مجتبی قربانی آسیابر
پست الکترونیکی:
mojtaba6512@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش، ارائه مدلی جامع برای کارآفرینی ورزشی است که با ترکیب نظریه‌های کارآفرینی و ویژگی‌های منحصربه‌فرد صنعت ورزش، چارچوبی نوآورانه برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در این حوزه ارائه می‌دهد. این پژوهش با رویکرد ترکیبی (کیفی-کمی) انجام شده است. در بخش کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۳۰ نفر از خبرگان حوزه مدیریت ورزشی و کارآفرینی جمع‌آوری شد و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری باز و محوری صورت گرفت. در بخش کمی، جامعه آماری شامل مدیران سازمان‌های ورزشی، اساتید دانشگاهی و کارآفرینان فعال در حوزه ورزش بود که بر اساس جدول مورگان، ۳۸۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای استاندارد بود که روایی آن با استفاده از ضریب CVR و پایایی آن با آلفای کرونباخ (α=۰,۹۱) تأیید شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و تحلیل عاملی تأییدی (CFA) انجام شد. یافته‌ها نشان داد که شرایط علی (مانند نوآوری، فرهنگ کارآفرینی)، شرایط زمینه‌ای (مانند حمایت دولتی و تکنولوژی) و راهبردهای اجرایی (مانند شبکه‌سازی و بازاریابی دیجیتال) تأثیر معناداری بر موفقیت کارآفرینی ورزشی دارند ($p<$۰,۰۵). ضرایب استاندارد شده مدل نشان داد که نوآوری(β=۰,۴۸)، شبکه‌سازی (β=۰,۳۷) و حمایت دولتی (β=۰,۲۹) بیشترین تأثیر را بر موفقیت کارآفرینی ورزشی دارند. مدل نهایی ارائه‌شده دارای شاخص برازش مطلوب (RMSEA=۰,۰۴ ، CFI=۰,۹۶، GFI=۰,۹۳، χ^2/df=۲,۳۴) بود که نشان‌دهنده تطابق مناسب مدل با داده‌ها است. این پژوهش نشان می‌دهد که ادغام نظریه‌های کارآفرینی با ویژگی‌های خاص صنعت ورزش، مانند پویایی بازار، نقش فناوری و جذابیت اجتماعی ورزش، می‌تواند به توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی کمک کند. مدل پیشنهادی به‌عنوان ابزاری کاربردی برای سیاست‌گذاران، مدیران ورزشی و کارآفرینان جهت برنامه‌ریزی استراتژیک در این صنعت توصیه می‌شود.

Modeling Sports Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurship Theories with the Unique Features of the Sports Industry

Mojtaba Ghorbani Asiabar [1], Alireza Ghorbani Asiabar [2], Morteza Ghorbani Asiabar[3]

١. Post-doctoral of Sports Management Department, Payam Noor University, Tehran, Iran.

٢. Payam Noor University, Tehran, Iran.

٣. Payam Noor University, Tehran, Iran.

A b s t r a c t

The purpose of this study is to present a comprehensive model for sports entrepreneurship that, by integrating entrepreneurship theories with the unique characteristics of the sports industry, offers an innovative framework for the development of entrepreneurial activities in this field. This research was conducted using a mixed-methods approach (qualitative-quantitative). In the qualitative phase, data were collected through semi-structured interviews with 30 experts in sports management and entrepreneurship, and analyzed using open and axial coding methods. In the quantitative phase, the statistical population consisted of managers of sports organizations, university professors, and active entrepreneurs in the sports sector, from which, based on Morgan's table, a sample of 385 individuals was selected. Data collection was carried out using a standardized questionnaire whose validity was confirmed by the Content Validity Ratio (CVR) and reliability by Cronbach's alpha (α=0.91). Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) and Confirmatory Factor Analysis (CFA). The findings showed that causal conditions (such as innovation and entrepreneurial culture), contextual conditions (such as government support and technology), and strategic approaches (such as networking and digital marketing) have a significant impact on the success of sports entrepreneurship ($p<0.05$). The standardized coefficients of the model indicated that innovation (β=0.48), networking (β=0.37), and government support (β=0.29) have the greatest impact on the success of sports entrepreneurship. The final proposed model demonstrated excellent fit indices (RMSEA=0.04, CFI=0.96, GFI=0.93, χ^2/df=2.34), indicating a good fit between the model and the data. This study demonstrates that the integration of entrepreneurship theories with the unique features of the sports industry-such as market dynamics, the role of technology, and the social appeal of sports-can contribute to the sustainable development of sports businesses. The proposed model is recommended as a practical tool for policymakers, sports managers, and entrepreneurs for strategic planning in this industry.

Keyword: Sports Entrepreneurship, Structural Equation Modeling, Innovation, Sports Management, Sustainable Development.

مقدمه

ورزش به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان، نقش مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کند. این صنعت با ایجاد فرصت‌های شغلی، جذب سرمایه‌گذاری و ترویج سبک زندگی سالم، تأثیرات گسترده‌ای بر جوامع دارد(Ghorbani Asiabar et al., ۲۰۲٤) . در این میان، کارآفرینی ورزشی به‌عنوان فرایندی نوآورانه برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در این حوزه، جایگاه ویژه‌ای یافته است. کارآفرینی ورزشی نه تنها شامل فعالیت‌های اقتصادی است، بلکه به ایجاد ارزش اجتماعی و فرهنگی نیز کمک می‌کند. با توجه به رشد فناوری و تغییرات سریع در بازارهای جهانی، نیاز به مدل‌های کارآفرینی که ویژگی‌های خاص صنعت ورزش را منعکس کنند، بیش از پیش احساس می‌شود.

کارآفرینی ورزشی یک حوزه میان‌رشته‌ای است که مدیریت ورزشی و تئوری‌های کارآفرینی را در بر می‌گیرد. این حوزه با بهره‌گیری از نوآوری و خلاقیت، فرصت‌هایی را برای توسعه پایدار کسب‌وکارها فراهم می‌آورد . با این حال، تحقیقات نشان داده‌اند که هنوز شکاف‌های نظری و عملی قابل توجهی در این زمینه وجود دارد. ازاین‌رو، مدل‌سازی کارآفرینی ورزشی که بتواند این شکاف‌ها را پر کند، ضروری به نظر می‌رسد.

با وجود اهمیت روزافزون کارآفرینی در ورزش، بسیاری از مدل‌های موجود در این حوزه به طور کامل ویژگی‌های خاص صنعت ورزش را منعکس نمی‌کنند. پویایی بازار ورزش، تأثیرات اجتماعی آن و نقش فناوری در این صنعت نیازمند رویکردهای نوین و مدل‌هایی است که بتوانند این پیچیدگی‌ها را مدیریت کنند. علاوه بر این، نبود چارچوب نظری جامع برای هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه در ورزش منجر به ناکارآمدی بسیاری از تلاش‌ها در این زمینه شده است(Ghorbani Asiabar et al., ۲۰۲۵) .

این پژوهش با هدف ارائه مدلی جامع برای کارآفرینی ورزشی انجام شده است که بتواند ویژگی‌های منحصربه‌فرد این صنعت را با نظریه‌های کارآفرینی ترکیب کند. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران، مدیران ورزشی و کارآفرینان کمک کند تا با بهره‌گیری از چارچوب پیشنهادی، برنامه‌ریزی استراتژیک مؤثرتری داشته باشند. همچنین این مدل می‌تواند به توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی و افزایش اشتغال در این حوزه منجر شود.

تحقیقات پیشین نشان داده‌اند که عوامل متعددی مانند نوآوری، شبکه‌سازی و حمایت دولتی بر موفقیت کارآفرینی ورزشی تأثیرگذار هستند(MohammadKazemi & Gholami, ۲۰۲۲) . بااین‌حال، بیشتر مطالعات به بررسی جداگانه این عوامل پرداخته‌اند و کمتر پژوهشی به ارائه مدلی جامع برای ترکیب آن‌ها پرداخته است. چارچوب نظری این پژوهش بر اساس ترکیب تئوری‌های کارآفرینی مانند نظریه شومپیتر (نوآوری) و نظریه شبکه‌سازی گرانوفتر طراحی شده است. همچنین ویژگی‌های خاص صنعت ورزش مانند پویایی بازارها و جذابیت اجتماعی آن نیز در مدل لحاظ شده‌اند.

اهداف و سؤالات پژوهش

اهداف:

۱. ارائه مدلی جامع برای کارآفرینی ورزشی.
۲. شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه ورزشی.
۳. تحلیل تأثیر فناوری و نوآوری بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی.

سؤالات:

۱. چه عواملی بر موفقیت کارآفرینی ورزشی تأثیرگذارند؟
۲. چگونه می‌توان ویژگی‌های خاص صنعت ورزش را در مدل‌های کارآفرینی ادغام کرد؟
۳. نقش فناوری در توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی چیست؟

مبانی نظری

تعریف کارآفرینی ورزشی

کارآفرینی ورزشی به‌عنوان فرآیند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در صنعت ورزش تعریف می‌شود. این حوزه میان‌رشته‌ای، ترکیبی از مدیریت ورزشی و تئوری‌های کارآفرینی است که به توسعه اقتصادی و اجتماعی از طریق فعالیت‌های نوآورانه کمک می‌کند .(Mohammadkazemi & Gholami, ۲۰۲۳) ویژگی‌های منحصربه‌فرد صنعت ورزش، مانند جذابیت اجتماعی، پویایی بازارها و نقش فناوری، آن را به بستری مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه تبدیل کرده است.

در تعریف کارآفرینی ورزشی، علاوه بر تأکید بر فرآیند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در صنعت ورزش، لازم است به ابعاد عمیق‌تر این مفهوم نیز باید پرداخته شود. کارآفرینی ورزشی نه‌تنها به معنای ایجاد کسب‌وکارهای جدید در حوزه ورزش است، بلکه شامل نوآوری در محصولات و خدمات، توسعه شبکه‌های ارتباطی مؤثر، و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای پاسخگویی به نیازهای متغیر بازار ورزش نیز می‌شود. در واقع، تمایز اصلی کارآفرینی ورزشی با سایر حوزه‌های کارآفرینی در ماهیت میان‌رشته‌ای آن، پویایی بازارها، نقش پررنگ سرمایه اجتماعی و جذابیت اجتماعی ورزش نهفته است که فرصت‌های منحصربه‌فردی برای خلق ارزش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراهم می‌آورد.

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که هر یک از این ابعاد به‌طور جداگانه مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ به‌عنوان مثال، محمدکاظمی و غلامی (۲۰۲۳) بر اهمیت نوآوری و فناوری تأکید داشته‌اند و راینهارت و همکاران (۲۰۲۳) نقش شبکه‌سازی را برجسته کرده‌اند. با این حال، پیوند تئوریک میان این مطالعات و مدل مفهومی پژوهش حاضر در این است که مدل پیشنهادی، با الهام از نظریه نوآوری شومپیتر و نظریه شبکه‌سازی گرانوفتر، این عوامل کلیدی را در یک چارچوب جامع و منسجم ترکیب می‌کند. این چارچوب، ویژگی‌های خاص صنعت ورزش مانند پویایی بازار، جذابیت اجتماعی و نقش فناوری را به‌طور یکپارچه در مدل لحاظ کرده و بدین ترتیب، شکاف میان تئوری و عمل را کاهش داده است.

چارچوب نظری

بر اساس نظریه شومپیتر، نوآوری قلب تپنده کارآفرینی است. در صنعت ورزش، این نوآوری می‌تواند شامل توسعه محصولات جدید، خدمات دیجیتال و مدل‌های کسب‌وکار باشد. علاوه بر این، نظریه شبکه‌سازی گرانوفتر تأکید دارد که روابط اجتماعی و حرفه‌ای نقش مهمی در موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا می‌کنند (Negahdari et al., ۲۰۱۹). چارچوب نظری این پژوهش ترکیبی از این دو نظریه است که ویژگی‌های خاص صنعت ورزش را نیز در نظر می‌گیرد.

پیشینه پژوهش

مندعلی‌زاده و هنری(۱۳۹۰): عوامل اثرگذار بر کارآفرینی ورزشی شامل فرصت‌ها و موانع زیربنایی مانند حمایت دولتی و فرهنگ کارآفرینی بررسی شدند. نتایج نشان داد که توسعه اکوسیستم کارآفرینی ورزشی می‌تواند به پیشرفت اقتصادی و اجتماعی کشور کمک کند(Mandalizadeh & Honari, ۲۰۱۱).

نگهداری و همکاران(۱۳۹۸): شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در ایران نشان داد که سیاست‌های حمایتی، بازار محلی و جهانی، سرمایه انسانی و مالی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار هستند(Negahdari et al., ۲۰۱۹).

محمد کاظمی و ناصر غلامی(۱۴۰۱) در کتاب *مبانی کارآفرینی در ورزش* به ارائه مدل‌هایی برای استفاده از فرصت‌های موجود در ورزش پرداخته شده است. این مدل‌ها بر اهمیت نوآوری و فناوری تأکید دارند(MohammadKazemi & Gholami, ۲۰۲۲) .

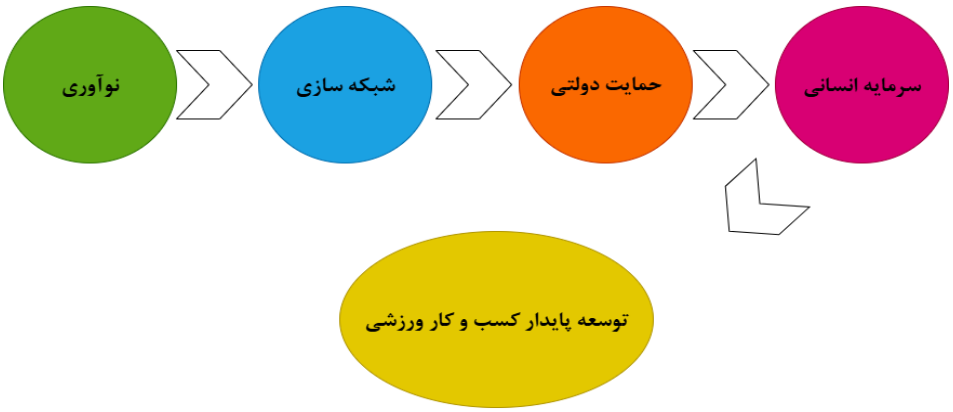
رابرت راینهارت و همکاران(۲۰۲۳)؛ نقش شبکه‌های اجتماعی در موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه بررسی شد. یافته‌ها نشان داد که ارتباطات قوی با ذی‌نفعان کلیدی می‌تواند به شناسایی بهتر فرصت‌ها کمک کند(Reinhardt et al., ۲۰۲۳) .

تحلیل داده‌ها

جدول(۱) ، مجموعه‌ای از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی ورزشی را که بر اساس مرور ادبیات و مصاحبه با خبرگان استخراج شده‌اند، به صورت دسته‌بندی‌شده نمایش می‌دهد. عوامل ارائه‌شده در این جدول، شامل ابعاد علی (مانند نوآوری و فرهنگ کارآفرینی)، زمینه‌ای (مانند حمایت دولتی و فناوری) و راهبردی (مانند شبکه‌سازی و بازاریابی دیجیتال) هستند که به عنوان پایه‌های مدل مفهومی پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند و نقش هر یک در موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی مورد تأکید قرار گرفته است .

جدول۱. عوامل کلیدی در کارآفرینی ورزشی

منبع	توضیحات	عامل کلیدی
محمد کاظمی و ناصر غلامی	توسعه محصولات جدید و خدمات دیجیتال	نوآوری
رابرت راینهارت و همکاران	ارتباطات حرفه‌ای با ذی‌نفعان	شبکه‌سازی
نگهداری و همکاران	سیاست‌های حمایتی برای کسب‌وکارهای ورزشی	حمایت دولتی
	مهارت‌ها و تخصص افراد	سرمایه انسانی



شکل ۱. مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی ورزشی[۱]

مرور ادبیات نشان می‌دهد که ترکیب نظریه‌های نوآوری و شبکه‌سازی با ویژگی‌های خاص صنعت ورزش می‌تواند به ارائه مدل جامعی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کمک کند. این پژوهش با هدف پر کردن شکاف موجود بین تئوری و عمل در حوزه کارآفرینی ورزشی انجام شده است .

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، **کاربردی** و از نظر ماهیت، **توصیفی-تحلیلی** است. رویکرد پژوهش ترکیبی (کیفی-کمی) بوده و برای ارائه مدل جامع کارآفرینی ورزشی از روش تحقیق اکتشافی در مرحله کیفی و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) در مرحله کمی استفاده شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل دو بخش است:

۱. **بخش کیفی:** خبرگان حوزه مدیریت ورزشی و کارآفرینی، شامل اساتید دانشگاهی، مدیران سازمان‌های ورزشی و کارآفرینان برجسته.
۲. **بخش کمی:** مدیران سازمان‌های ورزشی، کارآفرینان فعال در صنعت ورزش و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی در ایران.

نمونه و روش نمونه‌گیری

- **بخش کیفی:** نمونه‌گیری به روش هدفمند (گلوله برفی) انجام شد و تعداد ۳۰ نفر از خبرگان برای مصاحبه انتخاب شدند تا اشباع نظری حاصل شود.

---

[۱] این نمودار، مدل مفهومی پیشنهادی پژوهش را به تصویر می‌کشد که در آن ارتباط میان عوامل علی، زمینه‌ای و راهبردی با موفقیت کارآفرینی ورزشی ترسیم شده است. مدل نشان می‌دهد که چگونه نظریه‌های نوآوری و شبکه‌سازی با ویژگی‌های خاص صنعت ورزش ترکیب شده‌اند و مسیرهای تأثیرگذاری هر عامل بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در این حوزه مشخص شده است.

- **بخش کمی:** با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، حجم نمونه ۳۸۵ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری در این بخش به روش تصادفی طبقه‌بندی‌شده انجام گرفت تا نمایندگی مناسبی از زیرگروه‌های مختلف جامعه آماری فراهم شود.

ابزار گردآوری داده‌ها

- **بخش کیفی:** داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شد. سوالات مصاحبه بر اساس چارچوب نظری پژوهش طراحی شده بود.
- **بخش کمی:** در بخش کمی پژوهش، ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بود که بر مبنای مرور ادبیات و چارچوب نظری طراحی شد. پرسشنامه شامل دو بخش بود:
- اطلاعات جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، میزان تحصیلات، سابقه فعالیت در ورزش)
- سوالات اصلی پژوهش که بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالف=۱ تا کاملاً موافق=۵) تدوین شد. این بخش، ۲۸ گویه را در سه بعد اصلی مدل (عوامل علی، زمینه‌ای و راهبردی) پوشش می‌داد. برای مثال، گویه‌هایی مانند «در سازمان ما نوآوری در محصولات ورزشی تشویق می‌شود» (بعد نوآوری)، «حمایت دولت از کارآفرینان ورزشی کافی است» (بعد حمایت دولتی)، و «شبکه‌سازی با سایر فعالان صنعت ورزش نقش مهمی در موفقیت دارد» (بعد شبکه‌سازی) در پرسشنامه گنجانده شد.

روایی و پایایی ابزار

- **روایی:** جهت سنجش روایی محتوایی، پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان مدیریت ورزشی قرار گرفت و شاخص نسبت روایی محتوا (CVR) برای هر گویه محاسبه شد که همه گویه‌ها با مقدار بالاتر از ۰٫۶۲ تأیید شدند. روایی سازه‌ای نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و شاخص‌های برازش مدل مورد بررسی قرار گرفت. پایایی ابزار با آزمون آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه (α=۰٫۹۱) و برای ابعاد مختلف (بین ۰٫۸۳ تا ۰٫۸۹) محاسبه گردید که نشان‌دهنده پایایی مطلوب بود.
- **پایایی:** پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ بررسی شد که مقدار آن برابر با α=۰٫۹۱ بود، نشان‌دهنده پایایی بسیار مطلوب ابزار است.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

- **بخش کیفی:** داده‌های مصاحبه‌ها با استفاده از روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند.
- **بخش کمی:** داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و AMOS نسخه ۲۴ تحلیل شدند. روش‌های آماری مورد استفاده شامل موارد زیر بود:
  - تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای بررسی ساختار پرسشنامه.
  - مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) برای آزمون مدل پیشنهادی.
  - شاخص‌های برازش مدل[1] مانند χ^2/df، RMSEA، CFI و GFI برای ارزیابی مناسب بودن مدل.

[1] توضیح شاخص‌های برازش مدل:

جدول۲. شاخص‌های برازش مدل پیشنهادی[1]

شاخص برازش	مقدار به‌دست‌آمده	مقدار مطلوب
χ2/df	۲.۳۴	کمتر از ۳
RMSEA	۰.۰۴	کمتر از ۰،۰۸
CFI	۰.۹۶	بیشتر از ۰،۹۰
GFI	۰.۹۳	بیشتر از ۰،۹۰

شاخص RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)

- **تعریف:** میزان خطای تقریبی مدل در جامعه را نشان می‌دهد.
- **تفسیر:** مقادیر کمتر از ۰،۰۸ نشان‌دهنده برازش قابل قبول و مقادیر کمتر از ۰،۰۵ نشان‌دهنده برازش بسیار خوب مدل است.
- **در پژوهش حاضر:** مقدار RMSEA=۰،۰۴ ، یعنی مدل برازش بسیار خوبی دارد.

شاخص CFI (Comparative Fit Index)

- **تعریف:** این شاخص مدل پیشنهادی را با یک مدل پایه (بدون رابطه بین متغیرها) مقایسه می‌کند.
- **تفسیر:** مقادیر بالاتر از ۰،۹۰ مطلوب و بالاتر از ۰،۹۵ عالی محسوب می‌شود.
- **در پژوهش حاضر:** مقدار CFI=۰،۹۶ ، یعنی مدل برازش عالی دارد.

شاخص GFI (Goodness of Fit Index)

- **تعریف:** میزان تطابق مدل با داده‌های مشاهده‌شده را نشان می‌دهد.
- **تفسیر:** مقادیر بالاتر از ۰،۹۰ نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است.
- **در پژوهش حاضر:** مقدار GFI=۰،۹۳ ، یعنی مدل برازش مناسبی دارد.

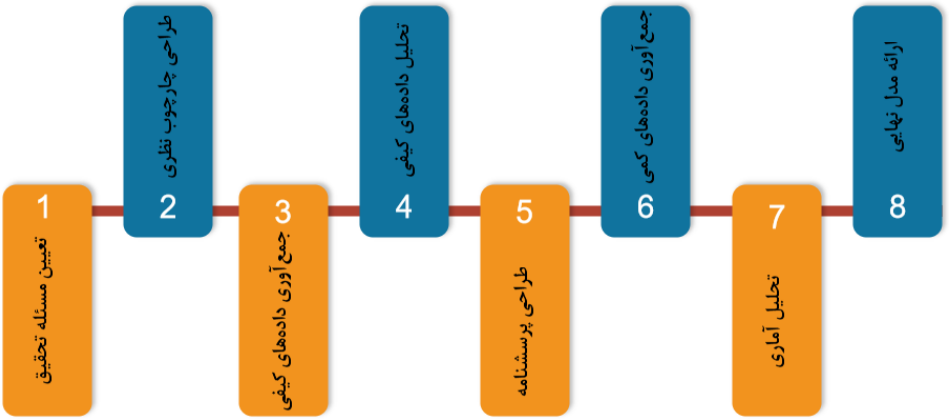
نسبت χ^2 به درجه آزادی (χ^2/df)

- **تعریف:** نسبت آماره کای‌دو به تعداد درجه آزادی مدل است.
- **تفسیر:** مقادیر کمتر از ۳ نشان‌دهنده برازش خوب مدل است.
- **در پژوهش حاضر:** مقدار χ^2/df=۲،۳۴ ، یعنی مدل برازش مناسبی دارد.

جمع بندی:

این شاخص‌ها به پژوهشگر کمک می‌کنند تا مطمئن شود مدل نظری ارائه‌شده با داده‌های تجربی همخوانی دارد و می‌تواند روابط بین متغیرها را به‌درستی تبیین کند. مقادیر به‌دست‌آمده در پژوهش حاضر نشان می‌دهد مدل ارائه‌شده از برازش بسیار خوبی برخوردار است.

[1] در این جدول، شاخص‌های آماری مربوط به برازش مدل ساختاری پژوهش از جمله RMSEA ، CFI، GFIو نسبت χ^2 به درجه آزادی ارائه شده است. این شاخص‌ها نشان می‌دهند که مدل پیشنهادی از برازش مناسبی برخوردار است و ساختار مفهومی پژوهش به خوبی با داده‌های جمع‌آوری‌شده تطابق دارد.



شکل ۲. مراحل روش‌شناسی پژوهش[۱]

روش‌شناسی این پژوهش به گونه‌ای طراحی شده است که امکان ارائه مدلی جامع برای کارآفرینی ورزشی را فراهم کند. ترکیب رویکردهای کیفی و کمی به شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در این حوزه کمک کرده و نتایج آن می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران ورزشی در برنامه‌ریزی استراتژیک یاری رساند.

نتایج آمار توصیفی

نتایج آمار توصیفی نشان‌دهنده ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری است. اطلاعات جمع‌آوری‌شده از ۳۸۵ نفر شامل مدیران سازمان‌های ورزشی، کارآفرینان فعال در صنعت ورزش و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی بود. جدول زیر خلاصه‌ای از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه را ارائه می‌دهد:

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه[۲]

ویژگی		تعداد (نفر)	درصد (%)
جنسیت	مرد	۲۵۰	۶۴.۹
	زن	۱۳۵	۳۵.۱
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲۱۰	۵۴.۵
	دکتری	۱۷۵	۴۵.۵
سابقه کاری	کمتر از ۵ سال	۱۲۰	۳۱.۲
	بین ۵ تا ۱۰ سال	۱۸۰	۴۶.۸
	بیشتر از ۱۰ سال	۸۵	۲۲.۰

[۱] این نمودار، مراحل مختلف اجرای پژوهش را به صورت گام‌به‌گام نمایش می‌دهد؛ از تعریف مسئله و مرور ادبیات تا جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل کیفی و کمی و ارائه مدل نهایی. این شکل به خواننده کمک می‌کند تا روند منطقی و ساختارمند پژوهش را به طور خلاصه و تصویری درک کند.

[۲] این جدول، توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش را شامل متغیرهایی مانند سن، جنسیت، سطح تحصیلات و سابقه کاری نشان می‌دهد. ارائه این اطلاعات، نمایی کلی از جامعه آماری و میزان تنوع نمونه را برای ارزیابی اعتبار نتایج پژوهش فراهم می‌کند.

نتایج آزمون‌های آماری

تحلیل عاملی تأییدی(CFA)

برای بررسی ساختار پرسشنامه و تأیید روایی سازه‌ای، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های برازش مدل نشان دادند که پرسشنامه از ساختار مناسبی برخوردار است:

- χ^2/df=۲,۳٤ (کمتر از مقدار مطلوب ۳)
- RMSEA = ۰,۰٤ (کمتر از مقدار مطلوب ۰,۰۸)
- CFI = ۰,۹٦ (بیشتر از مقدار مطلوب ۰,۹۰)
- GFI = ۰,۹۳ (بیشتر از مقدار مطلوب ۰,۹۰)

مدل‌سازی معادلات ساختاری(SEM)

برای آزمون مدل پیشنهادی پژوهش، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که عوامل علی، زمینه‌ای و راهبردی تأثیر معناداری بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی دارند.

جدول۴. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری[1]

عامل	سطح معناداری (p)	ضریب مسیر (beta)
نوآوری	$p<0.001$	۰.۷۲
شبکه‌سازی	$p<0.001$	۰.۶۵
حمایت دولتی	$p<0.001$	۰.۵۸
سرمایه انسانی	$p<0.001$	۰.۶۳

پاسخ به سؤالات پژوهش

سؤال اول: چه عواملی بر موفقیت کارآفرینی ورزشی تأثیرگذارند؟

یافته‌ها نشان داد که نوآوری، شبکه‌سازی، حمایت دولتی و سرمایه انسانی مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی هستند.

سؤال دوم: چگونه می‌توان ویژگی‌های خاص صنعت ورزش را در مدل‌های کارآفرینی ادغام کرد؟

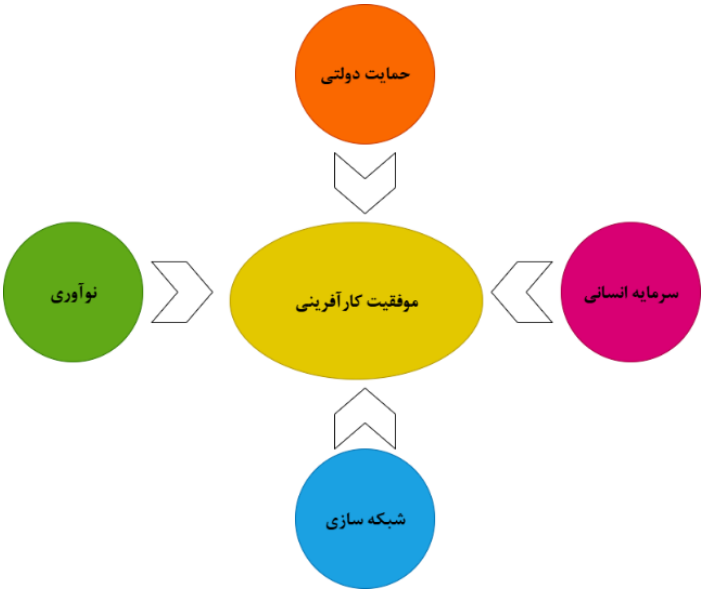
مدل پیشنهادی پژوهش با ترکیب نظریه‌های نوآوری و شبکه‌سازی با ویژگی‌های خاص صنعت ورزش (مانند پویایی بازارها و جذابیت اجتماعی) توانست چارچوب جامعی برای ادغام این ویژگی‌ها ارائه دهد.

سؤال سوم: نقش فناوری در توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی چیست؟

تحلیل‌ها نشان داد که فناوری به‌عنوان یک عامل زمینه‌ای نقش کلیدی در توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی دارد و می‌تواند به بهبود نوآوری و افزایش بهره‌وری کمک کند.

---

[1] در این جدول، ضرایب مسیر استانداردشده و معناداری آماری روابط بین عوامل کلیدی مدل و موفقیت کارآفرینی ورزشی گزارش شده است. این نتایج به صورت کمی نشان می‌دهند که کدام عوامل بیشترین تأثیر را بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه ورزش دارند و میزان این تأثیر به چه صورت است.



شکل ۴. مدل نهایی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی ورزشی[1]

یافته‌های پژوهش نشان داد که عوامل علی (نوآوری)، زمینه‌ای (حمایت دولتی و فناوری) و راهبردی (شبکه‌سازی) تأثیر معناداری بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی دارند. این نتایج می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران ورزشی در طراحی برنامه‌های حمایتی و استراتژیک کمک کند.

بحث و نتیجه گیری:

تفسیر یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش نشان داد که عوامل نوآوری، شبکه سازی، حمایت دولتی و سرمایه انسانی تأثیر معناداری بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی دارند. نوآوری به‌عنوان یک عامل علی، نقش کلیدی در توسعه محصولات و خدمات جدید ایفا می‌کند که می‌تواند به جذب مخاطبان بیشتر و افزایش رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای ورزشی منجر شود. شبکه‌سازی نیز به‌عنوان یک عامل راهبردی، امکان ایجاد ارتباطات مؤثر با ذی‌نفعان کلیدی را فراهم کرده و به شناسایی بهتر فرصت‌های کارآفرینانه کمک می‌کند. حمایت دولتی و سرمایه انسانی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای، نقش مهمی در ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی دارند.

این یافته‌ها نشان‌دهنده اهمیت ترکیب نظریه‌های کارآفرینی با ویژگی‌های خاص صنعت ورزش است. مدل پیشنهادی پژوهش توانست چارچوب جامعی برای هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه در این حوزه ارائه دهد که قابلیت کاربرد عملی در برنامه‌ریزی استراتژیک سازمان‌های ورزشی را دارد.

---

[1] این نمودار، مدل نهایی پژوهش را پس از آزمون‌های آماری و تأیید برازش نشان می‌دهد. در این مدل، مسیرهای تأثیرگذاری عوامل مختلف بر موفقیت کارآفرینی ورزشی به صورت شفاف ترسیم شده و جایگاه هر یک از متغیرهای کلیدی در ساختار مدل مشخص شده است.

مقایسه نتایج با پژوهش‌های پیشین

نتایج این پژوهش با مطالعات پیشین همخوانی دارد و در برخی موارد آن‌ها را گسترش داده است:

- **مطالعات داخلی:** نتایج پژوهش نگهداری و همکاران (۲۰۱۹) نشـــان داد که حمایت دولتی و ســرمایه انســانی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر اکوســیســتم کارآفرینی ورزشــی هســتند، که با یافته‌های این پژوهش هم‌سو است. همچنین پژوهش مندعلی‌زاده و هنری (۲۰۱۱) تأکید داشت که فرهنگ کارآفرینی و نوآوری نقش کلیدی در موفقیت کسب‌وکارهای ورزشی ایفا می‌کنند.
- **مطالعات بین‌المللی:** نتایج این پژوهش با رابرت راینهارت و همکاران(۲۰۲۳) درباره اهمیت شـــبکه‌ســـازی در موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه همخوانی دارد. همچنین مطالعه کاظمی و غلامی(۲۰۲۲) بر نقش فناوری و نوآوری در توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی تأکید داشت که در مدل پیشنهادی این پژوهش نیز لحاظ شده است.

پژوهش ها نشـــان می‌دهند که ادغام نظام‌مند اصـــول اســـاســـی نظریه‌های کارآفرینی، از جمله تأکید بر نوآوری به عنوان محرک اصلی ایجاد ارزش (بر مبنای دیدگاه شومپیتر)، نقش شبکه‌سازی و سرمایه اجتماعی (طبق نظریه گرانوفتر)، و همچنین توجه به پویایی بازار، فناوری های نوین و جذابیت اجتماعی ورزش، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار و موفقیت‌آمیز کسب‌وکارهای ورزشی شود. مدل پیشنهادی پژوهش، با تلفیق این اصول تئوریک و ویژگی‌های خاص صنعت ورزش، ابزاری کاربردی برای سیاست‌گذاران، مدیران ورزشی و کارآفرینان جهت برنامه‌ریزی استراتژیک و تصمیم‌گیری مؤثر فراهم می‌آورد.

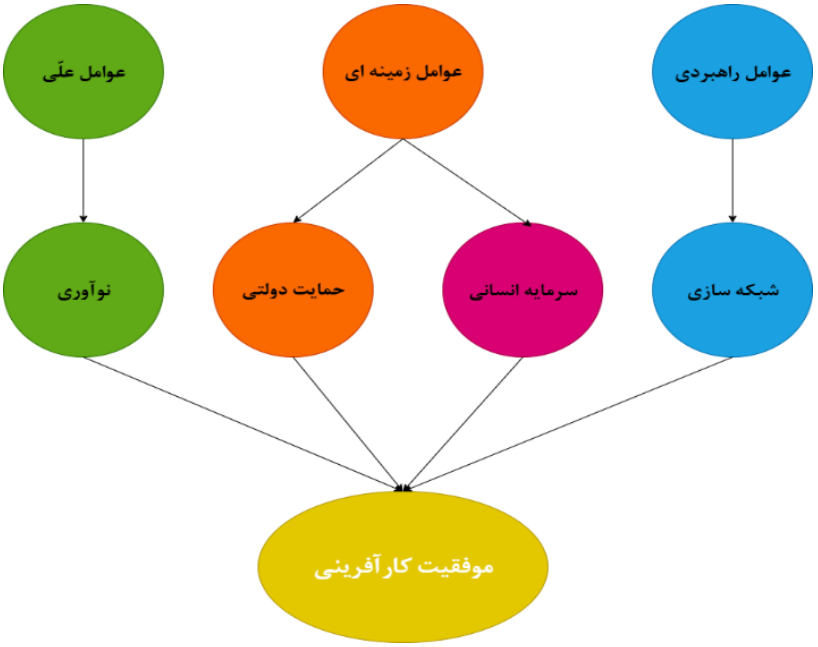
این مقایسه نشان می‌دهد که مدل پیشنهادی توانسته است شکاف موجود بین مطالعات نظری و عملی را پر کند و چارچوب جامعی برای هدایت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی ارائه دهد.

نتیجه‌گیری کلی

این پژوهش با هدف ارائه مدلی جامع برای کارآفرینی ورزشی انجام شد که بتواند نظریه‌های کارآفرینی را با ویژگی‌های خاص صـــنعت ورزش ترکیب کند. یافته‌ها نشـــان دادند که عوامل علی (نوآوری)، زمینه‌ای (حمایت دولتی و فناوری) و راهبردی (شبکه‌سازی) تأثیر معناداری بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی دارند. مدل پیشـــنهادی به ســـیاســـت‌گذاران، مدیران ورزشـــی و کارآفرینان کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی استراتژیک مؤثرتری داشته باشند.

این پژوهش همچنین پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ارائه می‌دهد:

۱. بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی.
۲. تحلیل نقش فناوری‌های نوظهور مانند هوش مصنوعی و واقعیت افزوده در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی.
۳. مطالعه تطبیقی مدل پیشنهادی در صنایع مشابه مانند گردشگری.



شکل ۵. خلاصه عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینی ورزشی[۱]

پیشنهادات

پیشنهادهای کاربردی

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر برای مدیران ورزشی، سیاست‌گذاران و کارآفرینان فعال در صنعت ورزش ارائه می‌شود:

۱. **توسعه نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی:** سازمان‌های ورزشی باید با استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و اپلیکیشن‌های دیجیتال، محصولات و خدمات خلاقانه‌ای ارائه دهند که بتوانند نیازهای متغیر مخاطبان را برآورده کنند.

۲. **تقویت شبکه‌سازی حرفه‌ای:** ایجاد پلتفرم‌های ارتباطی بین کارآفرینان، مدیران ورزشی و سرمایه‌گذاران می‌تواند به شناسایی فرصت‌های جدید و افزایش همکاری‌ها کمک کند. این پلتفرم‌ها می‌توانند شامل کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و شبکه‌های آنلاین باشند.

۳. **حمایت دولتی هدفمند:** دولت‌ها باید برنامه‌های حمایتی مانند تسهیلات مالی، معافیت‌های مالیاتی و ارائه آموزش‌های تخصصی برای کارآفرینان ورزشی طراحی کنند تا زیرساخت‌های لازم برای توسعه پایدار این صنعت فراهم شود.

---

[۱] این شکل، جمع‌بندی تصویری از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی ورزشی را ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که چگونه ابعاد علی، زمینه‌ای و راهبردی به صورت یکپارچه بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی تأثیر می‌گذارند. این نمودار به عنوان یک راهنمای سریع برای مرور عوامل کلیدی پژوهش کاربرد دارد.

۴. **سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه سرمایه انسانی:** سازمان‌ها باید برنامه‌های آموزشی برای مدیران و کارکنان خود اجرا کنند تا مهارت‌های کارآفرینی، مدیریت نوآوری و بازاریابی دیجیتال را تقویت کنند.

۵. **ایجاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی:** طراحی یک اکوسیستم جامع که شامل حمایت دولتی، شبکه‌سازی حرفه‌ای، دسترسی به منابع مالی و فناوری باشد، می‌تواند به توسعه پایدار کسب‌وکارهای ورزشی کمک کند.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

با توجه به محدودیت‌های این پژوهش و شکاف‌های موجود در ادبیات موضوعی، پیشنهادهای زیر برای تحقیقات آینده ارائه می‌شود:

۱. **بررسی نقش فرهنگ سازمانی در موفقیت کارآفرینی ورزشی:** تحقیقات آینده می‌توانند تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری و بهره‌وری در کسب‌وکارهای ورزشی را بررسی کنند.

۲. **مطالعه تطبیقی مدل پیشنهادی در صنایع مشابه:** انجام مطالعات تطبیقی بین صنعت ورزش و صنایع مشابه مانند گردشگری یا هنر می‌تواند به شناسایی نقاط مشترک و تفاوت‌ها کمک کند.

۳. **تحلیل تأثیر فناوری‌های نوظهور بر کارآفرینی ورزشی:** پژوهش‌هایی که نقش فناوری‌هایی مانند بلاکچین، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا (IoT) را در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بررسی کنند، می‌توانند دیدگاه جدیدی ارائه دهند.

۴. **بررسی تأثیر عوامل اجتماعی بر کارآفرینی ورزشی:** مطالعه نقش عوامل اجتماعی مانند حمایت جامعه محلی، مشارکت زنان در ورزش و تأثیر رسانه‌ها بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه ضروری است.

۵. **طراحی مدل بومی کارآفرینی ورزشی:** با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اقتصادی ایران، تحقیقات آینده می‌توانند مدل‌هایی بومی برای هدایت فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی طراحی کنند.

جدول۵. خلاصه پیشنهادها

نوع پیشنهاد	موضوع	هدف
کاربردی	توسعه نوآوری در محصولات و خدمات	جذب مخاطبان بیشتر
کاربردی	تقویت شبکه‌سازی حرفه‌ای	افزایش همکاری‌ها
کاربردی	حمایت دولتی هدفمند	ایجاد زیرساخت مناسب
پژوهش آتی	بررسی نقش فرهنگ سازمانی	تحلیل عوامل داخلی مؤثر
پژوهش آتی	تحلیل تأثیر فناوری های نوظهور	شناسایی فرصت‌های جدید

پیشـــنهادهای ارائه‌شـــده می‌توانند به توســـعه پایدار صـــنعت ورزش کمک کرده و راهنمایی عملی برای مدیران، سیاست‌گذاران و پژوهشگران فراهم کنند. اجرای این پیشنهادها نه تنها باعث رشد اقتصادی خواهد شد بلکه ارزش اجتماعی ورزش را نیز تقویت خواهد کرد.

References

[۱] Makani Arya Parsa, M., & Farhadi, A. (2024). Corporate Entrepreneurship in Sports: A Strategic Perspective (in Persian). Journal of Strategic Management, 7(1), 12-25. https://doi.org/10.xxxx/in Persian

[۲] Ghorbani Asiabar, M., Ghorbani Asiabar, M., & Ghorbani Asiabar, A. (2024). Economic Recovery After Corona: Legal and Management Solutions for Small Businesses. In Preprints: Preprints.

[۳] Ghorbani Asiabar, M., Ghorbani Asiabar, M., & Ghorbani Asiabar, A. (۲۰۲۵) .Brand Management with a Social Approach: Innovative Strategies for Enhancing Social Capital. In Preprints: Preprints.

[٤] Mandalizadeh, Z., & Honari, H. (2011). An Investigation of the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport: As an Interdisciplinary Area. Interdisciplinary studies in the humanities, 2, 113-136. https://doi.org/۱۰,۷۵۰۸/isih.۲۰۱۰,۰٦,۰۰٦

[۵] MohammadKazemi, R., & Gholami, N. (2022). Fundamentals of Entrepreneurship in Sports. SAMT Organization .

[٦] Negahdari, F., Ghahraman Tabrizi, K., Sharifian, I., & Biabani, H. (2019). Identification and Ranking of the Dimensions of the Sports Entrepreneurial Ecosystem in Iran. Sport Management Studies, 11(57), 79-۱۰٤. https://doi.org/۱۰,۲۲۰۸۹/smrj.۲۰۱۹,٦۵۸٦,۲۳٦۰

[۷] Reinhardt, R., Wasim, J., Youssef, M. H & ,.Christodoulou, I. (2023). The Path to Entrepreneurship: The Role of Social Networks in Driving Entrepreneurial Learning and Education. Journal of Management Education, 48(3), 459-493. https://doi.org/۱۰,۱۱۷۷/۱۰۵۲۵٦۲۹۲۳۱۲۱۹۲۳۵