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

شناسایی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی استان مازندران

ایمان صفائی[۱]

۱. استادیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۱۹
پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۲۰

کلیدواژگان:
استان مازندران،
کسب وکار ورزشی،
موانع زیرساختی،
موانع دانشی،
موانع فرهنگی

نویسنده مسئول:
ایمان صفائی
پست الکترونیکی:
iman.ssfaei@iau.ac.ir

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، شناسایی موانع راه‌اندازی کسب وکارهای ورزشی استان مازندران، بود. روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی بود که به شکل میدانی انجام‌شده است. جامعه آماری پژوهش را صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مازندران به تعداد ۱۸۰ نفر بود؛ که با توجه به تعداد محدود اعضای جامعه، نمونه آماری به‌صورت کل شمار به تعداد ۱۸۰ نفر انتخاب شدند. ابزار مورداستفاده در پژوهش پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک ورزشی را موردبررسی قرارداد. روایی محتوی پر سشنامه‌ها به تأیید ۱۰ تن از متخصصین ر سید و پایایی آن در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ (α=۰/۸۵) محاسبه شد. برای تجزیه‌وتحلیل نتایج داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی، استنباطی، آزمون کلموگروف-اسمیرنف، تحلیل عاملی تأییدی و آزمون فریدمن با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲، استفاده شد. بین میانگین رتبه موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک ورزشی استان مازندران تفاوت آماری معناداری وجود دارد و موانع زیرساختی و فرهنگی بالاترین رتبه و موانع دانشی و اطلاع‌رسانی پایین‌ترین رتبه را دارا می‌باشند. با توجه به یافته‌ها پیشنهاد می شود، دولت زیر ساخت‌های حمایت خویش از ک سب‌وکارهای ورز شی را به صورتی که قابل‌د ستر سی برای همگان بوده، فراهم آورد، بانک‌ها و مؤ س سات مالی با فراهم آوردن بخش مالی و کاهش بروکراسی‌های اداری در بخش اداری و اعطای مجوزها می‌تواند نقش مهمی در حمایت از کسب‌وکارها ایفا کند.

Identification barriers to the establishment of sports in Mazandaran Province businesses

Iman Safaei[1]

١. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Bandar-e Gaz Branch, Islamic Azad University, Bandar-e Gaz, Iran.

A b s t r a c t

This The present study aimed to identify the barriers to starting sports businesses in Mazandaran province. The research method was descriptive-analytical and was conducted in the field. The statistical population of the study was 180 owners of small and medium-sized sports businesses in Mazandaran province; due to the limited number of members of the community, the statistical sample was selected as a total of 180 people. The instrument used in the study was a researcher-made questionnaire that examined the barriers to starting small sports businesses. The content validity of the questionnaires was confirmed by 10 experts and its reliability was calculated in a preliminary test with 30 subjects and with Cronbach's alpha (α=0.85). Descriptive and inferential statistical methods, Kolmogorov-Smirnov test, confirmatory factor analysis, and Friedman test were used to analyze the data results using SPSS version 22 software. There is a statistically significant difference between the average ranking of barriers to starting small sports businesses in Mazandaran province, with infrastructure and cultural barriers having the highest ranking and knowledge and information barriers having the lowest ranking. According to the findings, it is suggested that the government should provide its support infrastructure for sports businesses in a way that is accessible to everyone. Banks and financial institutions can play an important role in supporting businesses by providing the financial sector and reducing administrative bureaucracy in the administrative sector and granting licenses.

Keyword: Cultural barriers, Infrastructure barriers, Knowledge barriers, Sports business, Mazandaran Province

مقدمه

امروزه شرایط رقابتی خشن بازار کار افراد را به سمت فرایندهای غیر سنتی و استراتژی‌های جدید بازاری در جهت ایجاد یک کسب‌وکار جدید سوق داده است که در حقیقت تصویری انکارناپذیر در موفقیت و عملکرد مناسب از یک کسب‌وکار موفق را ارائه می‌دهد (سانتوس و کونتراس[۱]، ۲۰۱۹). ز طرف دیگر، امروزه خلاقیت به‌عنوان هدفی مطلوب در نظر گرفته می‌شود. بدین ترتیب توسعه مهارت‌های موردنیاز قرن ۲۱ ازجمله خلاقیت، تفکر انتقادی و حل مسئله یک نگرانی غالب در جامعه جهانی بشمار می‌رود (حاجی پور و صفائی، ۱۴۰۱). بعلاوه اینکه تغییر، پاسخ سازمان به متغیرهای محیطی به شکلی است که باعث می‌شود آن‌ها بهتر و سازگارتر شوند. این تغییر عبارت است از اتخاذ ایده‌ها و روش‌های جدید کار، اصلاح یک مورد اساسی در کارکردها و اهداف سازمان برای رفع مشکلات و استفاده از فرصت دستیابی به رشد باهدف افزایش کارایی سازمان می‌باشد (صفائی و حیدریان بایی، ۴۰۱). ازاین‌رو اکثر سازمان‌های موجود در کشورهای توسعه‌یافته در حال تغییر از حالت بوروکراتیک به وضعیت کارآفرینی هستند. همچنین موج گسترده‌ی فعالیت‌های اقتصادی و فناورانه همراه با تغییر فراگیر روش‌ها و نگرش‌ها طی دوره‌های گذشته تمرکز بسیاری از دولت‌ها را به توسعه و تقویت کارآفرینی و هم‌چنین توجه سازمان‌ها را به جذب و پرورش کارآفرینان سازمانی سوق داده است. سازمان‌ها برای تأمین نیازهای محیطی خود تلاش می‌کنند و امروزه محیط‌های سازمانی بسیار پیچیده و پویا شده‌اند. بررسی و تحلیل رقبا، فناوری، قوانین و مقررات و استانداردها و تغییر انتظارهای مشتریان، نیاز سازمان‌ها به رشد و حتی تلاش برای بقا را بیش‌ازپیش نمایان گر کرده است. در همین زمینه یکی از راه‌های حفظ رشد و حتی بقای سازمان‌ها در عصر پرتلاطم تغییر، استفاده از کارآفرینی است موضوع اصلی آن «فرصت» و «کشف فرصت» است (عظیم زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

ورزش، صنعت منحصربه‌فرد و پویایی است که ذاتاً در بخش‌های متعددی کارآفرینانه است (سلیتی و چادویک[۲]، ۲۰۱۲). منحصربه‌فرد بودن ورزش با در نظر گرفتن گسترش کارآفرینی در صنایع و سازمان‌ها، فرصت‌های پویایی را برای کارآفرینان فراهم کرده است (سانتومیر[۳]،۲۰۱۲). امروزه ثابت شده که ورزش یکی از صنعت‌های بزرگ در میان صنعت‌های موجود است و به همین خاطر کارآفرینان تمایل زیادی به سرمایه‌گذاری در این زمینه دارند (عاشوری، دوستی و تابش، ۱۴۰۲)

در همین راستا کارآفرینی شامل جست‌وجوی فرصت و سپس منابع موردنیاز است. فرصت‌ها پیدا نمی-شوند، بلکه ایجاد می‌شوند و پایدار و همیشگی نیستند. بدین ترتیب برای کشف فرصت‌ها و شناخت پنجره کارآفرینانه، کارآفرین نیازمند برقراری ارتباط با سایرین می‌باشد (صفائی و ثارللهی، ۱۳۹۹). به‌گونه‌ای که نقش کارآفرینی در ورزش در ایجاد مزیت رقابتی و انتقال آن به مشتریان معنادار است. کارآفرینی عنصری مهم در موفقیت یک صنعت و سلامتی اقتصادی است. در این میان، تعریف پذیرفته‌شدهٔ جهانی برای کارآفرینی مشاهده نشده و معمولاً کارآفرینی در واژه‌های اقتصادی مرتبط با کسب‌وکار تعریف‌شده است (سیلیتی و چادویک،

---

۱. Santos & Contreras

۲. Ciletti & Chadwick

۳. Santomier

۲۰۱۲). بر اساس نظریه‌های نوین اقتصادی، تغییر ایده‌ها و خلق نوآوری‌ها پایهٔ اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و کارآفرینی بارزترین ابزار برای رساندن جامعه به این مقصود است کارآفرینی عامل بسیار مهمی برای دستیابی به رشد اقتصادی است (اوربان[۱] و آپارسیو، ۲۰۱۶). کارآفرینی در سال‌های اخیر به‌طور کمی و کیفی امری ضروری به نظر می‌رسد و نقشی مهم در توسعه اقتصاد جهانی و افزایش نرخ اشتغال ایفا می‌کند (ویلش[۲] و همکاران، ۲۰۱۶).

توسعه‌ی بنگاهی کوچک و متوسط، رمز توسعه‌ی اقتصادی دهه‌ی آینده است. بنگاه‌های کوچک و متوسط از چهار مجرای کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری پویایی صنعت و درنهایت ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد بر اقتصاد جهانی تأثیر می‌گذارند (غفاری و پیر محمدی، ۱۳۸۷). تأثیرگذاری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد کشورها همواره توسط صاحب‌نظران مختلف بررسی‌شده و نتایج نشان می‌دهد که نقش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به سبب تأثیر عظیم خود در اقتصادهای ملی کشورها بسیار پررنگ است (احمد پور داریانی، ۱۳۹۶). به همین دلیل می‌توان گفت که این صنایع در تثبیت درآمدها، رشد اقتصادی و اشتغال جامعه نقش مهمی ایفا می‌کنند. ازاین‌رو توسعه‌ی صنایع کوچک و متوسط برای کاهش فقر و ارتقای سطح زندگی جوامع کثرت‌گرا سازگارتر است. عوامل مختلفی از قبیل محیط مساعد، منابع مالی، فعالیت‌های بازاریابی و فروش، به‌کارگیری مناسب فناوری اطلاعات و... بر عملکرد و پایداری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر دارند (راچ و هاتک[۳]، ۲۰۱۶).

بعلاوه کسب‌وکار عبارت است از تدوین طرحی به‌منظور (تعیین خدمت یا محصول و فهرست کردن اهداف و مقاصد)؛ تنظیم بودجه برای نخستین سال عملیاتی کسب‌وکار، تهیه سرمایه، انتخاب وکیل، نام‌گذاری شرکت، به ثبت رساندن، جمع‌آوری اطلاعات پیرامون رقبا و بازار و بهبود مهارت‌هایی که در حیطه روابط انسانی قرار می‌گیرد (تیموری، ۱۹۹۷).

در همین زمینه ورزش عبارت است از یک فعالیت نهادینه‌شده که مستلزم کاربرد نیروی جسمانی شدید با استفاده از مهارت‌های جسمانی پیچیده به‌وسیله شرکت‌کنندگانی است که توسط عوامل درونی و بیرونی تحریک می‌شوند. این تعریف با فعالیت‌های ورزشی سازمان‌یافته ارتباط پیدا می‌کند (صفائی، میرشکاری و کریمی راد، ۱۴۰۰). با توجه به اهمیت نقش صنعت ورزش، اوقات فراقت و کسب‌وکارهای ورزشی در اقتصاد یک جامعه، غلت و کمی ادبیات موجود درزمینه‌ی کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی جای تعجب و شگفتی دارد. این در حالی است که کارآفرینی و ورزش مدت مدیدی است که باهم ارتباط نزدیکی پیدا کردند؛ عوامل زیادی می‌تواند دراین‌ارتباط دخیل باشد؛ ازجمله، تنوع در فعالیت‌های ورزشی، به دلیل تنوع در سلایق مشتریان است؛ تقاضاهای نسل‌های جدید؛ فناوری‌های جدید، افزایش سطح درآمد مردم و رویکرد آن‌ها به ورزش‌های نوین و دیگر عوامل؛ اما آنچه محققان از ارتباط بین ورزش و کارآفرینی ابراز می دارند؛ این است که ورزش بر اساس کارآفرینی یعنی هر شکلی از کسب‌وکار یا کارآفرینی زمینه‌ای از ورزش (راتن[٤]،۲۰۱۰). در همین راستا هاردی[٥](۱۹۹۶) ابراز داشت که کارآفرینی راه منحصربه‌فردی را در نگاه به

۱. Urbano & Aparicio
۲. Welsh
۳. Rauch & Hatak
٤. Ratten
٥. Hardy

ورزش بازکرده است و در آینده، پژوهش‌ها می‌بایست ورزش را از منظری کارآفرینانه موردبررسی قرار دهند، بعلاوه، با تمرکز بر ورزش به‌عنوان کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز و تجمیع کننده کارآفرینان، می‌توان روش‌های بررسی کارآفرینی در ورزش را کشف کرد. بر این اساس، باید اذعان داشت که ورزش به‌عنوان یکی از زمینه‌های بکر برای ایجاد کسب‌وکارهای وابسته به آن در بین محققان و کارآفرینان می‌تواند مطرح باشد.

کسب‌وکارهای ورزشی به‌گونه‌ای منظم، توسط محققانی چون اسمیت[۱] (۲۰۰۴) مورد بررسی قرارگرفته و در بیشتر موارد به جنبه‌های اقتصادی کسب‌وکارهای ورزشی توجه شده است. باید این موضوع را در نظر داشت که عامل فصلی بودن فروش محصولات ورزشی یکی از مشکلاتی است که این شرکت‌ها با آن روبرو هستند و حجم فروش آن‌ها را به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. البته تعداد معدودی از این کسب‌وکارها اقدام به تولید و خدمات تابستانه کرده‌اند. جای بسی خوشحالی است که بیشتر سازمان‌های ورزشی پس از ورود به یک فرصت کسب‌وکاری جدید پیش‌گستر می‌شوند و محیط را در دست گرفته و آن را با خود همراه می‌کنند. به‌عنوان‌مثال، در اتحادیه راگبی، انجمن‌های استرالیا، نیوزیلند و آفریقای جنوبی شرکتی سه ملیتی به‌عنوان یک کسب‌وکار جدید ورزشی را ایجاد کرده‌اند که به آن‌ها اجازه درآمدزایی بیشتر از محل فروش حق پخش را می‌دهد. کالدرا و همکاران[۲] (۲۰۱۹) در پژوهش خود تحت عنوان ارزیابی توانمند سازها و موانع اجرای موفق کسب‌وکار از استراتژی‌های تلفیقی، بهبود مداوم، به‌کارگیری سرمایه‌گذاران و فرایندهای سرمایه‌گذاری به‌عنوان توانمند سازها نام‌برده‌اند. همچنین یک عامل کلیدی مؤثر توانمند ساز در ایجاد کسب‌وکار را فرایندهای تولید محصول نوآورانه، برخورداری حمایت‌های سازمانی از طریق مدیران باتجربه، توجه به کارایی در دورنمای کسب‌وکار که شامل جنبه‌های اجتماعی در چرخه زندگی مسئولیت‌پذیری و استفاده از ابزارهای راهنما درجهات اتخاذ تصمیم‌های مناسب را بیان نموده‌اند.

نتایج پژوهش لانوس و آلنزو[۳] (۲۰۱۸) نشان داد که چنانچه راه‌اندازی کسب‌وکار جدید از اولویت‌های خانواده باشد، زمینه شکل‌گیری یک کسب‌وکار مناسب از طریق سرمایه عاطفی و اجتماعی به وجود آمده ناشی از حمایت خانواده دوچندان خواهد شد. برای کارآفرینان که کسب‌وکاری را شروع می‌کنند، شبکهٔ کسب‌وکار مزایا و فرصت‌های مهمی را فراهم می‌آورد. زمانی که یک کسب‌وکار توسعه می‌یابد، چالش‌هایی که با آن‌ها روبه‌رو می‌شود نیز رشد می‌کنند (ضیاء و همکاران، ۱۳۹۶). نتایج پژوهش مارکین و همکاران[٤] (۲۰۱۷) نشان داد که انگیزش، توانایی و مدیریت مؤثر شرایط از عوامل اثرگذار بر عملکرد بهتر در جهت انجام یک کسب‌وکار جدید می‌باشد.

گلو و همکاران[٥] (۲۰۱۵) از موانع سازمانی به‌عنوان یکی از عوامل مهم بازدارنده در ایجاد یک کسب‌وکار موفق یادکرده‌اند و آن را ناشی از قوانین و مقررات سخت بازدارنده می‌دانند. ورمونت و همکاران[٦] (۲۰۱۹) در پژوهش خود موانع درون‌سازمانی راه‌اندازی یک کسب‌وکار موفق را موانع مالی سازمانی، دانشی و فنّاورانه بیان نموده‌اند. همچنین موانع محیط بیرونی را در سه طبقه‌بندی که شامل زنجیره تأمین مواد، بازار و سازمانی

۱. Smith
۲. Caldera et al
۳. Lanos & Alonso
٤. Markin et al
٥. Golev et al
٦. Vermunt et al

یادکرده‌اند. از موانع سازمانی در محیط بیرونی می‌توان به معیارهای اجتماعی و قوانینی که در ایجاد کسب‌وکار تأثیرگذارند مانند قوانین سخت‌گیرانه سازمانی و ارزش‌های اجتماعی، عادت‌ها و نگرش‌های سنتی نام برد. مدیریت و ساختار حکومت ممکن است بر تصمیمات راهبردی شرکت مانند صادرات، نوآوری، همکاری و آموزش که عوامل مهمی در مشارکت شرکت در کسب مزیت رقابتی هستند، تأثیرگذار باشد. همچنین، تمایل به کمرنگ کردن مالکیت و پذیرش ساختار مالکیت نامتمرکز، مطلوب رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است، به‌طوری‌که به کاربرد بیشتر تأمین مالی خارجی منجر می‌شود (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۹۶). دولت‌ها و سیاست‌گذاران باید برنامه‌های حمایت مالی از کسب‌وکارهایی که از نوآوری‌های بیشتری برای تولید محصولات، ارائه خدمات داشته و همچنین با ایجاد بازارهای جدید (نوآوری‌های خارجی) و معرفی فنّاوری‌ای جدید که موجب بهبود در فرایندها، مدیریت ساختارها و سیستم‌های اطلاعاتی (برای نوآوری کسب‌وکارهای داخلی) را فراهم می‌آورند را داشته باشد (سانتوس و کونتراس، ۲۰۱۹). شریفی فر و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان، فرا تحلیل مطالعات کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی ایران، دریافتند که توجه به کارآفرینی موضوعی پویا است و نیازمند چیدمان مناسب از عواملی چون نیروی انسانی خلاق و توانمند، فرایندها و زیربنای ساختاری سازمان است.

در پژوهشی دیگر شیخ محسن[۱] (۲۰۱۷) نشان داد که سطح آگاهی دانشجویان در خصوص توسعه کارآفرینی بسیار اندک می‌باشد؛ و دانشجویان مدیریت با مهارت‌های لازم و دانش از محیط کسب‌وکار و جنبه‌های مختلف کسب‌وکار می‌توانند به این آگاهی برسند. همچنین در پژوهش‌های دیگر برخی از عوامل تأثیرگذار در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و موانعی که باعث جلوگیری از راه‌اندازی کسب‌وکار می‌شود اشاره‌شده که ازجمله می‌توان به پژوهش‌های ذیل اشاره نمود. بعلاوه عظیم زاده و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «تبیین مدلی مفهومی برای ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی» دریافتند که عوامل فردی و محیطی در تعامل با یکدیگر به‌عنوان عوامل اصلی دخیل در ایجاد کسب‌وکار مطرح‌اند. همچنین، آن‌ها ابراز داشتند که برای ایجاد کسب‌وکار، سرمایه‌های شخصی کارآفرین، مهم‌تر از وام‌های بانکی است. در همین زمینه رضایی و نجفی (۱۳۹۴) دریافتند که پنج عامل ضعف حمایتی، محدودیت کسب‌وکارهای خانگی، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین به ترتیب اولویت‌های اول تا پنجم را در شکل‌گیری و تعیین سازه برای موانع کسب‌وکارهای روستایی می‌باشند. نتایج پژوهش کروز و جاستو[۲] (۲۰۱۷) نشان داد زمانی که عوامل و شرایط محیطی سبب ایجاد مانع در شکل‌گیری کسب‌وکار شده‌اند، حمایت عاطفی خانواده سبب سوق دادن فرد به ایجاد یک کسب‌وکار موفق خواهد شد. مارتینز و کالوو[۳] (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که بهره‌مندی از مزایای تغییر ساختار و فرایندها می‌تواند موجب کارایی بالاتر و ایجاد یک ارزش پایدار در کسب‌وکار شده و هزینه‌ها را کاهش دهد. گودرزی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان، تحلیل عوامل رفتاری مؤثر در ارتقاء کارآفرینی دانشجویان مدیریت ورزشی، دریافتند که به ترتیب اولویت عوامل رفتاری محیطی، تخصصی، تجاری و مدیریتی در ارتقا کارآفرینی دانشجویان مدیریت کشور نقش دارند.

۱. Shaikh, M

۲. Cruz & Justo

۳. Martínez & Calvo

میشرا و همکاران[۱] (۲۰۱۸) در پژوهش خود موانع ایجاد یک کسب‌وکار را در کیفیت غیرقابل‌پیش‌بینی به جهت تغییر مداوم، زمان و کمیت عرضه محصول و مواد خام عنوان کردند. همچنین آنان بیان نمودند که وجود اطلاعات در مورد تغییرات و کیفیت موردنیاز محصولات می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل غلبه بر چالش‌ها موردتوجه قرار گیرد. لذا بروز رسانی اطلاعات و آگاهی در خصوص تحولات بازار، شناخت نیاز بازار و تقاضای موردنیاز می‌تواند سبب بهبود عملکرد کسب‌وکار نوپا گردد. همچنین امیدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود دریافتند که در وزارت ورزش و جوانان، موانع سیاسی- قانونی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، فناورانه و بین‌المللی بر کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان تأثیر معنادار و سوء داشته‌اند و سازۀ موانع فرهنگی اجتماعی و بین‌المللی به ترتیب مهم‌ترین موانع محیطی در برابر کارآفرینی سازمانی وزارت ورزش جوانان از نگاه نمونۀ جامعه آماری کیفی و کمی پژوهش بودند.

سونگ[۲] و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی دریافتند که به‌منظور تشخیص فرصت‌های کارآفرینی می‌بایست از شبکه‌های مختلف و کسب دانش استفاده نمود؛ بنابراین افرادی که گرایش به بازاریابی دارند باید از کمترین فرصت برای کسب دانش تلاش نمایند. همچنین ورمونت و همکاران (۲۰۱۹) شش مانع کلیدی در جهت ایجاد یک کسب‌وکار پایدار را فقدان منابع مالی، فقدان زمان، عدم دانش و آگاهی مورد لزوم، عدم ریسک‌پذیری مرتبط با اجرای یک کسب‌وکار پایدار جدید، سیاست‌ها، قوانین و مقررات جاری دست و پاگیر و وجود فرهنگ‌سازمانی مشخص را از مهم‌ترین عوامل برشمردند. کرچر و همکاران[۳] (۲۰۱۸) از نتایج حاصل از پژوهش خود دریافتند که برخی از موانع درونی و بیرونی یک کسب‌وکار در ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر هستند. آنان ارزش پولی پایین کالایی را که به بازار ارائه می‌دهند را به‌عنوان یکی از موانع درونی که در رابطه با موانع بیرونی (بازار) است را نام‌برده و اعتقاددارند که این عامل تولید محصول یا ارائه خدمت جدید را بی‌ارزش می‌سازد. بدین ترتیب کسب‌وکارها و شرکت‌ها هنگام نیاز به منابع مالی می‌توانند وجوه موردنظر را یا با قرض گرفتن به دست آورند و یا با واگذاری قسمتی از مالکیت شرکت. هم‌چنین شرکت‌ها هنگام تصمیم‌گیری برای استفاده از منابع جدید باید هزینه‌ی منابع مختلف تأمین مالی را مشخص کرده و آثاری را که هرکدام از این منابع بر بازده و ریسک عملیاتی می‌گذارند تعیین کنند. استفاده از شیوه‌های درست تأمین مالی برای اجرای پروژه‌های سودآور می‌تواند در افزایش ثروت سهام‌داران شرکت نقش اساسی ایفا کند. یکی از تصمیماتی که مدیران کسب‌وکارها برای حداکثر کردن ثروت سهام‌داران باید اتخاذ کنند، تصمیمات مربوط به تأمین مالی می‌باشد (ناصحی و همکاران، ۱۳۸۹)؛

در همین رابطه کالان‌تاریدیس و بیکا[٤] (۲۰۱۱) کوچک بودن بازارهای محلی و دسترسی نداشتن به بازارهای مناسب برای فروش محصولات را مهم‌ترین مانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی می‌دانند. به عقیده راتن[٥] (۲۰۱۰) ورزش و سازمان‌های ورزشی جایگاهی مناسب برای ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی هستند، لذا مدیران سازمان‌های ورزشی جهت سازگاری با تغییرات روزافزون، سریع و پیچیده در سطح کشور و حتی در سطوح بین‌المللی، نیازمند برخورداری از یک سبک رهبری مناسبی هستند تا افراد و کارکنان سازمان را

۱. Mishra et al
۲.Song et al
۳. Kirchherr et al
٤. Kalantaridis & Bika
٥. Ratten

به چالش و خلاقیت و نوآوری روزافزون هدایت کنند. بدین ترتیب باید اذعان داشت کارآفرینی ورزشی به‌عنوان یک رویکرد نوآورانه و کارآفرینانه به توسعه صنعت ورزش، درسال های اخیر در جهان مورد توجه قرار گرفته است. این رویکرد، فرصت‌های جدیدی را برای ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی و اشتغال‌زایی در این حوزه ایجاد می‌کند. بااین‌حال، توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در کشور، با چالش‌ها و موانعی مواجه است (عاشوری و همکاران، ۱۴۰۲).

بنابراین با توجه به موارد بیان‌شده و پژوهش‌های انجام‌شده که در بالا بیان شد می‌توان اذعان داشت که متأسفانه ساختارها و قوانین کشور در حوزه‌ی تأمین مالی و اعطای تسهیلات در بخش کسب‌وکار و به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط معماری نشده است. این امر یعنی این‌که بخش مالی اقتصاد باید در خدمت بخش حقیقی اقتصاد قرار بگیرد تا نتیجه‌ی آن ایجاد تقارن اطلاعاتی و هدایت منابع در جهت افزایش بازدهی در بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط باشد. پس می‌تواند گفت که شاید یکی از موضوعات اساسی در پیشرفت کشور مسئله‌ی تأمین مالی و اعطای تسهیلات به بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌باشد. در همین راستا، به دست آوردن وجوه موردنیاز برای راه‌اندازی و توسعه‌ی این کسب‌وکارها، همواره به‌عنوان چالشی در این شرکت‌ها مطرح بوده است و بدون تأمین مالی کافی، کسب‌وکارهای نوپا هرگز به موفقیت نخواهند رسید. ازاین‌رو، توانایی بنگاه در مشخص کردن منابع مالی بالقوه برای تأمین سرمایه به‌منظور سرمایه‌گذاری و نیز تهیه‌ی برنامه‌های مالی مناسب از عوامل اصلی رشد و پیشرفت یک کسب‌وکار به شمار می‌آیند. کسب‌وکارهای ورزشی در سال‌های اخیر موردتوجه بسیاری از علاقه‌مندان به این مشاغل قرارگرفته است و دراین‌بین دانش‌آموخته‌های رشته‌ی تربیت‌بدنی بیش از دیگران اهتمام به ایجاد کسب‌وکاری در حوزه تحصیلی خود می‌نمایند و درصورتی‌که شرایط برای ایجاد یک کسب‌وکار کوچک ورزشی فراهم باشد کارآفرینی در این حوزه رونق بیش‌ازپیش دارد؛ اما متأسفانه کارآفرینان ورزشی برای راه‌اندازی کسب‌وکارشان با موانع زیادی روبه‌رو می‌شوند که حتی آنان را از ادامه مسیر بازمی‌دارد و از کار خویش منصرف می‌کند، لذا اهمیت دادن به حل مشکلات کارآفرینان در این حوزه از مهم‌ترین موضوعاتی می‌باشد که مدیران در بخش ورزش کشور باید مدنظر قرار دهند و در حل این مشکل اساسی تلاش دوچندان نمایند. پژوهش حاضر با محوریت قرار دادن تحلیل موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک ورزشی در استان مازندران در تلاش است تا ضمن شناسایی موانع به برنامه ریزان درزمینه کارآفرینی و به‌ویژه کارآفرینی ورزشی پیشنهادها سازنده ارائه نماید.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش ازنظر هدف؛ کاربردی و ازنظر گردآوری داده‌ها توصیفی و تحلیلی است که با روش پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش را صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مازندران (تا ۵۰ نیرو بر اساس تعریف کسب‌وکار متوسط)، خبرگان، اساتید و کارشناسان تربیت‌بدنی (صاحبان باشگاه‌ها ورزشی و فروشگاه‌های ورزشی) به تعداد ۱۸۰ نفر در سال ۱۳۹۷ تشکیل دادند. با توجه به محدودیت حجم جامعه آماری این پژوهش و امکان انجام سرشماری، پژوهشگر ترجیح داد به‌جای نمونه‌گیری از سرشماری استفاده کند.

در بخش ابزار جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌های عمیق از هر یک از افراد مورد مصاحبه خواسته شد، سایر خبرگان در زمینهٔ موردنظر را به محقق معرفی نمایند؛ مصاحبه تا زمان رسیدن به اشباع نظری (با تمام افراد معرفی شده از سوی خبرگان ادامه یافت) به تعداد ۱۴ نفر انجام شد و بدین ترتیب با روش دلفی عوامل پرسشنامه شناسایی شد. با توجه به هدف پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک ورزشی استان مازندران در ۵ عامل زیرساختی و فرهنگی (۴ گویه)، دانشی اطلاع‌رسانی (۴ گویه)، نبود قوانین مرتبط (۵ گویه)، حمایتی (۶ گویه) و محدودیت‌های کسب‌وکارهای کوچک ورزشی (۴ گویه) می‌باشد که این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ ارزشی (خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد ۴ و خیلی زیاد ۵) درجه‌بندی می‌شود برای اطمینان از روایی محتوی پرسشنامه‌ها، از نظرات ۱۰ تن از اساتید صاحب‌نظر درزمینه‌ی مدیریت استفاده شد همچنین به‌منظور روایی سازه روش تحلیل عاملی سازه استفاده شد. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها ۳۰ نسخه آن در مطالعه مقدماتی بر دو مدرسه که به‌طور کاملاً تصادفی انتخاب‌شده بود، توزیع شد و برای ضریب پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب پایایی درونی (۰/۸۵) به دست آمد. در ادامه از میانگین به‌عنوان شاخص‌های گرایش مرکزی، دامنه تغییرات، واریانس و انحراف معیار به‌عنوان شاخص‌های پراکندگی و خطای معیار و از آزمون کولموگراف اسمیرنف برای توزیع طبیعی بودن داده‌ها استفاده شد و در بخش آزمون‌های استنباطی برای مناسب بودن و کفایت نمونه‌ها از آزمون کیسر – می یر و اوکلین و فرض همبستگی بین سؤالات از طریق آزمون کرویت بارتلت موردبررسی قرار گرفت و تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی انجام شد و برای رتبه‌بندی عوامل از آزمون فریدمن استفاده شد. در پژوهش حاضر از نرم‌افزار آماری نسخه SPSS ۲۲ استفاده شد.

یافته‌ها

ارائه یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی صورت گرفت که در قسمت بیان نتایج توصیفی داده‌ها، در باب یافته‌های جمعیت شناختی، نتایج بدین ترتیب بود: ۱۳۵ نفر (۷۵ درصد) از پاسخ‌دهندگان مرد و ۴۵ نفر (۲۵ درصد) از آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. حدود ۱۱۱ نفر آنان (۶۱ درصد) سن بین ۳۱-۵۰ سال رادارند و مدرک تحصیلی ۱۱۹ نفر (۶۷ درصد) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و بالاتر از آن بودند.

جدول ۱. نتایج آزمون فرض نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	کالموگروف-اسمیرنف	سطح معناداری
عامل ضعف حمایتی	۱۸۰	۳/۵۸	۱/۷۶۹	۰/۰۰۴
محدودیت‌های کسب‌وکارهای ورزشی	۱۸۰	۳/۵۲	۲/۰۴۱	۰/۰۰۱
ضعف زیرساختی و فرهنگی	۱۸۰	۳/۸۸	۱/۹۳۱	۰/۰۰۱
ضعف دانشی اطلاع‌رسانی	۱۸۰	۳/۲۵	۱/۴۳۰	۰/۰۳۴
نبود قوانین مرتبط	۱۸۰	۳/۸۳	۱/۷۹۰	۰/۰۰۳

با توجه به داده‌های جدول فوق، چون سطح معناداری کلیه متغیرهای به کار گرفته‌شده در پژوهش پایین‌تر از سطح α=۰/۰۵ می‌باشد. لذا توزیع داده‌های متغیرهای فوق نرمال نبوده و برای بررسی فرضیه‌های آماری از آزمون‌های نا پارامتریک استفاده می‌گردد.

جدول ۲. نتایج آزمون بارتلت و کیسر – می یر و اوکلین

پیش‌فرض		مقدار
مقدار کیسر – می یر و اوکلین (کفایت حجم نمونه)		۰/۵۳۱
آزمون کرویت بارتلت	مقدار مجذور کای	۱۱۴۶/۴۴۶
	درجه آزادی	۲۵۳
	سطح معناداری	۰/۰۰۰۱

با نتایج جدول (۲)، نشان می‌دهد که تمامی پیش‌فرض‌های موردنیاز و مربوط به استفاده از روش تحلیل عاملی رعایت شده است. آزمون کیسر– می یر و اوکلین شاخصی برای کفایت نمونه است. بر اساس آزمون مذکور می‌توان میزان تعلق متغیرها به یکدیگر (علیت عاملی) و درنتیجه مناسب بودن آن‌ها را برای تحلیل عاملی تشخیص داد و همچنین مناسب بودن هر متغیر را به‌تنهایی مشخص کرد. با توجه به اینکه مقدار آن برابر با ۰/۵۳۱ می‌باشد، لذا قضاوت در مورد آن در حد عالی گزارش می‌شود. در آزمون کرویت بارتلت، فرض همبستگی بین سؤالات موردبررسی قرار گرفت. با توجه به مقدار مجذورکای و سطح معناداری ($P<۰/۰۱$ و $X^2=۱۱۴۶/۴۴۶$) نتیجه گرفته می‌شود که بین سؤالات همبستگی وجود دارد. ازاین‌رو ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز است.

جدول ۳. نتایج بررسی سهم واریانس هر یک از موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مازندران

ردیف	گویه ها	بار عاملی
۱	ضعف یا نبود پشتیبانی از سوی بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی اعتباری برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۷۵
۲	نبود یا ضعف چتر حمایتی بیمه برای صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۶۵
۳	نبود حمایت کافی از سوی دولت برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۷۸
۴	دسترسی کم به منابع مالی و اعتباری اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۶۷
۵	مشکل بازاریابی و دسترسی ضعیف به بازار	۰/۷۲
۶	نبود بسته‌های تشویق‌کننده مالی از سوی نهادهای ذی‌ربط	۰/۷۲
۷	نبود متولی واحد جهت ساماندهی مشکلات این کسب‌وکارها و هدایت آن‌ها	۰/۵۲

۸	پایین بودن سطح درآمد یا سود حاصل از کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۶۳
۹	پایین بودن حجم تولیدها یا سطح خدمات قابل‌ارائه به دلیل محدودیت نیروی انسانی	۰/۷۷
۱۰	پایین بودن کیفیت خدمات و محصولات ورزشی تولیدشده	۰/۷۲
۱۱	حضور رقبای بزرگ در کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۶۵
۱۲	نبود تعاونی‌ها و اتحادیه‌های پشتیبان برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکار ورزشی	۰/۷۱
۱۳	محدودیت‌های جغرافیایی و مکانی ناشی از زندگی در مناطق دوردست استان	۰/۷۹
۱۴	حاکمیت و کنترل خانواده و مخالفت برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۶۵
۱۵	تغییرات و جریانات شیوه زندگی مردم	۰/۷۳
۱۶	نبود برنامه‌های ترویجی و اطلاع‌رسانی منسجم در سطح استان برای معرفی و شناساندن کسب‌وکارهای ورزشی و فرصت‌های کارآفرینی ناشی از آن‌ها	۰/۸۲
۱۷	پایین بودن سطح تجربه و تخصص کارآفرینان برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۷۲
۱۸	پایین بودن سطح آگاهی افراد در مورد اهمیت و مزایای کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۶۴
۱۹	وجود تصور نادرست در مورد کسب‌وکارهای ورزشی در بین مردم	۰/۷۱
۲۰	نبود شفافیت و انسجام قوانین مرتبط با کسب‌وکارهای ورزشی (مانند قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل ورزشی، حق بیمهٔ صاحبان کسب‌وکار ورزشی، تشکیل تعاونی‌های کسب‌وکارهای ورزشی)	۰/۸۰
۲۱	مشکل اخذ مجوز برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۷۴
۲۲	ناتوانی یا ضعف کسب‌وکارهای ورزشی در رقابت با شرکت‌های ارائه دهندهٔ محصولات و خدمات مشابه	۰/۶۷

با توجه به نتایج جدول فوق، موانع نبود برنامه‌های ترویجی و اطلاع‌رسانی منسجم در سطح استان برای معرفی و شناساندن کسب‌وکارهای ورزشی و فرصت‌های کارآفرینی ناشی از آن‌ها، نبود شفافیت و انسجام قوانین مرتبط با کسب‌وکارهای ورزشی (مانند قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل ورزشی، حق بیمهٔ صاحبان کسب‌وکار ورزشی، تشکیل تعاونی‌های کسب‌وکارهای ورزشی) و محدودیت‌های جغرافیایی و مکانی ناشی از زندگی در مناطق دوردست استان از مهم‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مازندران محسوب می‌شوند.

جدول ۴. اولویت موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی

رتبه	ابعاد	میانگین رتبه
۱	عامل ضعف حمایتی	۲/۸۸
۲	محدودیت‌های کسب‌وکارهای ورزشی	۲/۶۴
۳	ضعف زیرساختی و فرهنگی	۳/۸۰
۴	ضعف دانشی اطلاع‌رسانی	۲/۱۲
۵	نبود قوانین مرتبط	۳/۵۵

همان‌طور که از جدول (۴)، استنباط می‌گردد، سطح معناداری کوچک‌تر از (۰/۰۵) می‌باشد؛ نتیجه می‌گیریم بین اولویت‌بندی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی تفاوت معناداری و جود دارد بطوریکه در میان موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مازندران موانع زیرساختی و فرهنگی بالاترین رتبه و موانع دانشی و اطلاع‌رسانی پایین‌ترین رتبه را دارا می‌باشند.

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن برای تعیین تفاوت اولویت‌بندی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی

تعداد	**۱۸۰**
مقدار مجذور کای x^2	۱۴۰/۵۳۵
درجه آزادی	۴
سطح معناداری	۰/۰۰۱

همان‌گونه که از جدول (۵) استنباط می‌گردد با توجه به مقدار X^2 و $p < ۰/۰۵$ می‌توان نتیجه گرفت که بین میانگین رتبه موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک ورزشی استان مازندران تفاوت آماری معناداری وجود دارد. به‌عنوان یک یافته جانبی و مقایسه نظرات خبرگان دانشگاهی و پیشکسوتانی که در بازار به‌صورت عملی با کسب‌وکارهای ورزشی سروکار داشته‌اند از هرکدام از این دو قشر نمونه‌هایی ۱۳ نفره انتخاب‌شده و اطلاعات لازم توسط پرسشنامه جمع‌آوری‌شده است که نتایج آن در ادامه ذکر می‌شود.

جدول ۶. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی

	تعداد	**آماره خی دو**	**درجه آزادی**	**سطح معنی‌داری**
بازاریان	**۱۳**	**۷/۸**	**۴**	**۰/۰۰۹**
دانشگاهیان	**۱۳**	**۹/۰۶**	**۴**	**۰/۰۴**

در جدول (۶) سطح معنی‌داری آزمون فریدمن برای بازاریان و دانشگاهیان به ترتیب ۰/۰۰۹ و ۰/۰۴ گزارش‌شده است که از ۰/۰۵ کمتر بوده و نشان می‌دهد که بین میانگین رتبه‌های هر یک از موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۷. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش به تفکیک دو گروه

	بازاریان	**دانشگاهیان**
متغیر	**میانگین رتبه**	**میانگین رتبه**
عامل ضعف حمایتی	۳/۷۹ (۱)	۴ (۱)
محدودیت کسب‌وکارهای ورزشی	۲/۲۵ (۵)	۲/۲۹ (۵)
ضعف زیرساختی و فرهنگی	۲/۷۵ (۴)	۲/۵ (۴)
ضعف دانشی اطلاع‌رسانی	۳/۲۹ (۲)	۲/۹۶ (۳)

نبود قوانین مرتبط	(۳) ۲/۹۳	(۲) ۳/۲۵

در جدول (۷) ملاحظه می‌شود که اساتید و خبرگان بازار عامل ضعف حمایتی را در صدر موانع و مشکلات راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی می‌دانند؛ اما دانشگاهیان نبود قوانین مرتبط را در رتبه دوم و بازاریان ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی را در رتبه دوم می‌دانند. دانشگاهیان ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی را در رتبه سوم قرار داده درحالی‌که بازاریان نبود قوانین مرتبط را حائز رتبه سوم می‌دانند؛ اما هر دو گروه به‌طور مشترک ضعف زیرساختی و فرهنگی را حائز رتبه چهارم و محدودیت کسب‌وکارهای ورزشی را حائز رتبه پنجم دانستند.

نتیجه گیری و پیشنهادات:

هدف از پژوهش حاضر بررسی و اولویت‌بندی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی استان مازندران بود. نتایج به‌دست‌آمده حاصل از پژوهش حاضر نشان داد، بین اولویت‌بندی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متو سط ورز شی ا ستان مازندران تفاوت معناداری وجود دارد و عامل ضعف حمایتی بالاترین اولویت را در بین موانع راه‌اندازی ک سب‌وکار ورز شی دارد. نتایج پژوهش‌های لانوس و آلونزو (۲۰۱۸)، ورمونت و همکاران (۲۰۱۹)، سانتوس و کونتراس (۲۰۱۹)، کروز و جاستو (۲۰۱۷)، کالانتارادیس و بیکا (۲۰۱۱)، موسوی و همکاران (۱۳۹۱)، مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۵) و کریمی و بوذر جهرمی (۱۳۹۴) با پژوهش حاضر همسو می‌باشند. نتایج پژوهش ورمونت و همکاران (۲۰۱۹) شش مانع کلیدی در جهت ایجاد یک کسب‌وکار پایدار را فقدان منابع مالی، فقدان زمان، عدم دانش و آگاهی مورد لزوم، عدم ریسک‌پذیری مرتبط با اجرای یک کسب‌وکار پایدار جدید، سیاست‌ها، قوانین و مقررات جاری دست و پاگیر و وجود فرهنگ‌سازمانی مشخص را از مهم‌ترین عوامل برشمردند.

همچنین ورمونت و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود موانع درون‌سازمانی راه‌اندازی یک کسب‌وکار موفق را موانع مالی سازمانی، دانشی و فنّاورانه بیان نموده‌اند. همچنین موانع محیط بیرونی را در سه طبقه‌بندی که شامل زنجیره تأمین مواد، بازار و سازمانی یادکرده‌اند. از موانع سازمانی در محیط بیرونی می‌توان به معیارهای اجتماعی و قوانینی که در ایجاد کسب‌وکار تأثیرگذارند مانند قوانین سخت‌گیرانه سازمانی و ارزش‌های اجتماعی، عادت‌ها و نگرش‌های سنتی نام برد. بعلاوه کریمی و بوذر جهرمی (۱۳۹۴) پنج عامل ضعف حمایتی، محدودیت ک سب‌وکارهای خانگی، ضعف زیر ساختی و فرهنگی، ضعف دان شی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین به ترتیب اولویت‌های اول تا پنجم را در شکل‌گیری و تعیین سازه برای موانع کسب‌وکارهای روستایی می‌باشند. در بخش ورزش کشور و کسب‌وکارهای ورزشی، نبود حمایت‌های دولتی از قبیل وام با سود پایین، بازاریابی ضعیف و نبود اسپانسرهای مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی از مهم‌ترین موانع موجود هست. بخش ورزش به‌عنوان یکی از صنایع بزرگ با صدها شغل در درون خود زمینه اقتصاد کشور را فراهم می‌کند و سود ناخالص از این طریق افزایش می‌یابد. لذا دولت‌ها و سیاست‌گذاران باید برنامه‌های حمایت مالی از کسب‌وکارهایی که از نوآوری‌های بیشتری برای تولید محصولات، ارائه خدمات داشته و همچنین با ایجاد بازارهای جدید (نوآوری‌های خارجی) و معرفی فنّاوری‌های جدید که موجب بهبود در فرایندها، مدیریت ساختارها و سیستم‌های اطلاعاتی (برای نوآوری کسب‌وکارهای داخلی) را فراهم

می‌آورند را داشته باشد. لذا بهره‌مندی از مزایای تغییر ساختار و فرایندها می‌تواند موجب کارایی بالاتر و ایجاد یک ارزش پایدار در کسب‌وکار شده و هزینه‌ها را کاهش دهد. در تبیین بیشتر باید بیان نمود جهانی شدن و تغییرات نا شی از آن موجب الزام سازمان‌ها به نوآوری و کارآفرینی شده ا ست. همچنین به دلیل ماهیت پویای سازمان‌های جهانی، الزام ارائه ایده‌های نو، راه‌حل‌های جدید و افکار تازه را به‌منظور تولید محصولات با کیفیت بالا، قیمت مناسب و متنوع و در حداقل زمان ممکن می‌سازد (صفائی و اسلامی، ۱۴۰۰)

یافته‌های دیگر پژوهش نشان داد، ضعف زیرساختی و فرهنگی به‌عنوان یکی از موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورز شی در رتبه اول موانع می‌با شد. نتایج این فر ضیه با نتایج پژوهش‌های ورمونت و همکاران (۲۰۱۹)، کروز و جاستو (۲۰۱۷)، مارتینز و کالوو (۲۰۱۷)، کالان‌تاریدیس و بیکا (۲۰۱۱) کوچک بودن بازارهای محلی و د ستر سی ندا شتن به بازارهای منا سب برای فروش مح صولات را مهم‌ترین مانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای در شمال غرب انگلستان می‌داند. مارتینز و کالوو (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که بهره‌مندی از مزایای تغییر ساختار و فرایندها می‌تواند موجب کارایی بالاتر و ایجاد یک ارزش پایدار در ک سب‌وکار شده و هزینه‌ها را کاهش دهد. نتایج پژوهش کروز و جا ستو (۲۰۱۷) ن شان داد زمانی که عوامل و شرایط محیطی سبب ایجاد مانع در شکل‌گیری ک سب‌وکار شده‌اند، حمایت عاطفی خانواده سبب سوق دادن فرد به ایجاد یک کسب‌وکار موفق خواهد شد. کلاته سیفری و تندنویس (۱۳۹۱) میان مؤلفه‌های کارآفرینی، ساختار، اهداف و استراتژی، حمایت مدیریت و سیستم پاداش و تشویق با فرهنگ‌سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش رضایی و نجفی (۱۳۹۴)، امیدی و همکاران (۱۳۹۵) با پژوهش حاضر همسو می‌باشند. در همین رابطه خانواده‌ها نقش بسیار مهمی در تشویق افراد به راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی دارند، فرهنگ جامعه و تمرکز بر نقش زنان در اقتصاد جامعه محدودیت‌هایی را برای زنان در راه‌اندازی ک سب‌وکار ورز شی ایجاد کرده ا ست که نهادهای ت صمیم‌گیرنده در امر ا شتغال ضمن برطرف کردن موانع موجود، زیر ساخت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار ورز شی فراهم آورند. از موانع دیگر تغییر شیوه زندگی مردم و نگاه آنان به خوداشتغالی و کارآفرینی است که امنیت شغلی پایین را یکی از محدودیت‌ها این نوع مشاغل نام می‌برند؛ بنابراین پیشنهاد می‌گردد تعاونی‌ها و اتحادیه‌های پشتیبان برای کسب‌وکارهای ورز شی تأسیس شود و با آگاهی دادن به خانواده‌های در خصوص مشاغل ورزشی زمینه حمایت آنان را فراهم آوردند.

یافته‌های پژوهش ن شان داد، نبود قوانین مرتبط در حوزه ک سب‌وکارهای ورز شی از موانع مهم دیگر در این حوزه می‌باشد. این نتایج همسو با پژوهش‌های گلو و همکاران و ورمونت و همکاران (۲۰۱۵) می‌باشد. در همین راستا ورزش در جهان امروز از مقوله یک نوع فعالیت دسته‌جمعی تفریح و سرگرمی فراتر رفته و شکل پیچیده به خود گرفته است نگاه به ورزش نگاهی علمی شده و ورزش کردن اثرگذارترین پدیده‌های اقتصادی سیا سی اجتماعی و فرهنگی جوامع تبدیل شده ا ست. امروزه ورزش را یک پدیده جهانی می‌دانند و از حد محلی خارج شده و با رشد سایر پدیده‌ها همگام شده است .لذا توجه بیش از پیش به مقوله کسب‌وکار ورز شی را می‌طلبد (عاشوری و همکاران، ۱۴۰۲). گلو و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان، شناسایی و تحلیل موانع محیطی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، دریافتند که در وزارت ورزش و جوانان، موانع سیا سی- قانونی از موانع مهم در حوزه کارآفرینی بشمار می‌روند، هم سو می‌با شد. همچنین هم سو با نتایج ورمونت و همکاران (۲۰۱۹) که در پژوهش خود موانع درون سازمانی راه‌اندازی یک کسب‌وکار موفق را

موانع مالی سازمانی، دانشی و تکنولوژیکی بیان نموده‌اند. همچنین موانع محیط بیرونی را در سه‌طبقه‌بندی که شامل زنجیره تأمین مواد، بازار و سازمانی یادکرده‌اند. از موانع سازمانی در محیط بیرونی می‌توان به معیارهای اجتماعی و قوانینی که در ایجاد کسب‌وکار تأثیرگذارند مانند قوانین سخت‌گیرانه سازمانی و ارزش‌های اجتماعی، عادت‌ها و نگرش‌های سنتی نام برد. گلو و همکاران (۲۰۱۵) از موانع سازمانی به‌عنوان یکی از عوامل مهم بازدارنده در ایجاد یک کسب‌وکار موفق یادکرده‌اند و آن را ناشی از قوانین و مقررات سخت بازدارنده می‌دانند. در همین زمینه نتایج پژوهش ورمونت و همکاران (۲۰۱۹) شش مانع کلیدی در جهت ایجاد یک کسب‌وکار پایدار را فقدان منابع مالی، فقدان زمان، عدم دانش و آگاهی مورد لزوم، عدم ریسک‌پذیری مرتبط با اجرای یک کسب‌وکار پایدار جدید، سیاست‌ها، قوانین و مقررات جاری دست و پاگیر و وجود فرهنگ‌سازمانی مشخص را از مهم‌ترین عوامل برشمردند.

رضایی و نجفی (۱۳۹۴) نبود قوانین از مهم‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکار بشمار می‌روند همسو می‌باشد. سیستم بروکراسی برای دریافت مجوزهای کسب‌وکار از بزرگ‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکار است که تعداد زیادی از متقاضیان راه‌اندازی کسب‌وکار را از ادامه کار بازمی‌دارد. نبود قوانین مدون حقوقی در حوزه کسب‌وکار ورزشی نیز از موانع مهم دیگر در این حوزه است که با آسان‌سازی قوانین و کاهش بروکراسی‌های اداری، انگیزه متقاضیان را افزایش داده و رشد کسب‌وکارهای ورزشی را در توسعه بخش خصوصی افزایش دهند. همچنین پیشنهاد می‌گردد پیشنهاد می‌گردد، در سرفصل وام‌های بانکی به کسب‌وکارهای ورزشی بودجه خاصی تعلق گیرد، دولت و نهادهای ذی‌ربط عوامل مزاحم را حذف و در تسریع و بهبود فضای کسب‌وکارهای ورزشی همکاری نمایند. یافته‌های دیگر پژوهش نشان داد که موانع دانشی و اطلاع‌رسانی از موانع مهم برای راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی در استان مازندران محسوب می شوند. نتایج پژوهش‌های، شیخ محسن (۲۰۱۷) دانشجویان مدیریت با مهارت‌های لازم و دانش از محیط کسب‌وکار و جنبه‌های مختلف کسب‌وکار می‌توانند به این آگاهی برسند. سونگ و همکاران افرادی که گرایش به بازاریابی دارند باید از کمترین فرصت برای کسب دانش تلاش نمایند. در همین راستا فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش مهمی در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در ورزش دارند. از الزامات مهم هر کارآفرین کسب دانش لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار و شغل موردنظر است، تعداد زیادی از کسب‌وکارها به علت نبود دانش لازم در خصوص شغل در شروع راه‌اندازی با شکست روبه‌رو شده‌اند که اهمیت برگزاری کلاس‌های توجیهی برای متقاضیان راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی توسط ارگان‌های ذی‌ربط (ادارات اصناف، بازرگانی و ورزش و جوانان) و تعامل این سازمان‌ها بیش‌ازپیش نمایان می‌شود (جعفرزاده زرندی و همکاران، ۲۰۱۶).

نتایج فرضیه دیگر پژوهش نشان داد که اساتید و خبرگان بازار عامل ضعف حمایتی را در صدر موانع و مشکلات راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی می‌دانند؛ اما دانشگاهیان نبود قوانین مرتبط را در رتبه دوم و بازاریان ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی را در رتبه دوم می‌دانند. دانشگاهیان ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی را در رتبه سوم قرار داده درحالی‌که بازاریان نبود قوانین مرتبط را حائز رتبه سوم می‌دانند؛ اما هر دو گروه به‌طور مشترک ضعف زیر ساختی و فرهنگی را حائز رتبه چهارم و محدودیت کسب‌وکارهای ورزشی را حائز رتبه پنجم دانستند. این یافته با پژوهش‌های سانتوس و کونتراس (۲۰۱۹)، کروز و جاستو (۲۰۱۷)، ورمونت و همکاران (۲۰۱۹)، کالدرا و همکاران (۲۰۱۹) همسو می‌باشد. کالدرا و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود

تحت عنوان ارزیابی توانمند سازها و موانع اجرای موفق کسب‌وکار از استراتژی‌های تلفیقی، بهبود مداوم، به‌کارگیری سرمایه‌گذاران و فرایندهای سرمایه‌گذاری به‌عنوان توانمند سازها نام برده‌اند. همچنین یک عامل کلیدی مؤثر توانمند ساز در ایجاد کسب‌وکار را فرایندهای تولید محصول نوآورانه، برخورداری حمایت‌های سازمانی از طریق مدیران باتجربه، توجه به کارایی در دورنمای کسب‌وکار که شامل جنبه‌های اجتماعی در چرخه زندگی مسئولیت‌پذیری و استفاده از ابزارهای راهنما درجهات اتخاذ تصمیم‌های مناسب را بیان نموده‌اند.

لذا به‌عنوان یک جمع‌بندی باید اذعان داشت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بخش جدایی‌ناپذیر فرایند تحول و دگرگونی در بازار روبه گسترش دنیای امروز هستند. این کسب‌وکارها در ابداع شیوه‌های جدیدی که به تغییرات فناوری و افزایش توانایی تولید منجر خواهد شد نقش مهمی ایفا می‌کنند. می‌توان گفت چنین واحدهایی در جست‌وجوی تغییر و تحول و رقابت هستند، چون در حال دگرگون کردن ساختار کلی بازارند؛ بنابراین می‌توان بیان نمود که اهمیت حمایت از کسب‌وکارهای ورزشی مهم‌ترین عامل از دیدگاه خبرگان بازار بود که دولت باید زیرساخت‌های حمایت خویش از کسب‌وکارهای ورزشی را به صورتی که قابل‌دسترسی برای همگان بوده، فراهم آورد، بانک‌ها و مؤسسات مالی با فراهم آوردن بخش مالی و کاهش بروکراسی‌های اداری در بخش اداری و مجوزها نقش بسیار مهمی در حمایت از کسب‌وکارها دارند. همچنین نگرش در قوانین مرتبط با کسب‌وکار با توجه به شرایط حال جامعه و وجود تحریم‌های ناعادلانه ضرورت انعطاف در قوانین را لازم دانسته و همکاری همه‌جانبه را می‌طلبد. از نکات مهم دیگر این یافته نظر مشترک اساتید و خبرگان بازار و بازاریان در ضعف زیرساختی و فرهنگی می‌باشد که اهمیت این مقوله را در راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی می‌رساند، باید نگرش جامعه به ورزش و فعالیت‌های بدنی تغییر کند و در سبد خانوار هزینه‌ی ورزش نیز مهیا گردد تا زمینه توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بیش‌ازپیش فراهم گردد. درگذشته عقیده بر این بود که یکی از موانع اصلی توسعه و پیشرفت کشورهای توسعه‌نیافته، کمبود سرمایه است و به این دلیل کشورهای توسعه‌نیافته در دور باطل توسعه گرفتار شده و هیچ راهی جز انباشت سرمایه و ثروت برای خروج از این دور باطل وجود ندارد؛ اما نگرش نوین و امروزی، نگرشی کاملاً متفاوت می‌باشد، به‌طوری‌که وجود سرمایه شرط لازم برای توسعه است نه شرط کافی؛ زیرا کشورهای درحال‌توسعه که از خود منابع طبیعی و ثروت‌های خدادادی و سرمایه‌ی اندکی داشتند، ثابت کردند که با همین سرمایه‌ی اندک می‌توان به توسعه و پیشرفت رسید. توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط، رمز توسعه‌ی اقتصادی دهه‌ی آینده است. بنگاهای کوچک و متوسط از چهار مجرای کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری پویایی صنعت و درنهایت ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد بر اقتصاد جهانی تأثیر می‌گذارند. با توجه به نتایج و مبانی نظری می‌توان پیشنهاد نمود با توجه به اینکه ارگان‌های دولتی ازجمله بانک‌ها و مؤسسات اقتصادی نقش مهمی در توسعه و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی دارند، دولت و مؤسسات مالی می‌توانند با اعطای تسهیلات مالی با میزان بهره پایین به کسب‌وکارهای کوچک ورزشی، کاهش بوروکراسی اداری در زمینهٔ دریافت تسهیلات بانکی، اعطای تسهیلات مالی با دورهٔ بازپرداخت طولانی‌تر به کسب‌وکارهای ورزشی، تقویت اتحادیه‌ها و اصناف، تخصیص یارانه درزمینه‌ی اعتبارات از سوی دولت به کسب‌وکارهای ورزشی باعث رونق اقتصادی در حیطه کسب‌وکارهای ورزشی شوند.

همچنین مدیران سطح بالایی کشور می‌توانند با وضع قوانین مرتبط با کسب‌وکارهای ورزشی و ایجاد انعطاف در قوانین حاضر زمینه تشویق و راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی را فراهم آورند. همچنین پیشنهاد می‌گردد، قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار کلاس‌های توجیهی در این خصوص برگزار گردد تا متقاضیان با مدیریت مالی، مدیریت منابع انسانی، مشاغل صنعت ورزش و مشتریان در این حوزه بیشتر آشنا شده و با سرمایه‌گذاری درست بیشترین بهره‌وری را داشته باشند. بعلاوه کیفیت خدمات در بخش ورزش افزایش یابد و مدیران کسب‌وکار با شناخت صحیح رقبا و استراتژی‌های بازاریابی آنان، برای محصولات و خدمات خویش مزیت رقابتی ایجاد نمایند.

نتایج این پژوهش نشان داد که مانع زیرساخت و فرهنگی در رتبه نخست موانع راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی در استان مازندران بشمار می‌رود، لذا پیشنهاد می‌شود، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های پشتیبان برای کسب‌وکارهای ورزشی تأسیس شود و با آگاهی دادن به خانواده‌های در خصوص مشاغل ورزشی زمینه حمایت آنان را فراهم آوردند. همچنین موانع حمایتی در کسب‌وکارهای ورزشی استان مازندران بود که پیشنهاد می‌گردد وزارت ورزش و دولت و نهادهای ذی‌ربط عوامل مزاحم را حذف و در تسریع و بهبود فضای کسب‌وکارهای ورزشی همکاری نمایند. بعلاوه محدودیت کسب‌وکارهای ورزشی از موانع مهم دیگر در راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی محسوب می‌شود که پیشنهاد می‌گردد، کیفیت خدمات در بخش ورزش افزایش یابد و مدیران کسب‌وکار با شناخت صحیح رقبا و استراتژی‌های بازاریابی آنان، برای محصولات و خدمات خویش مزیت رقابتی ایجاد نمایند. در همین راستا ضعف دانشی اطلاع‌رسانی مانعی دیگر در راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی محسوب می‌شود که پیشنهاد می‌گردد، قبیل از راه‌اندازی کسب‌وکار کلاس‌های توجیهی در این خصوص برگزار گردد تا متقاضیان با مدیریت مالی، مدیریت منابع انسانی، مشاغل صنعت ورزش و مشتریان در این حوزه بیشتر آشنا شده و با سرمایه‌گذاری درست بیشترین بهره‌وری را داشته باشند.

References

احمد پور داریانی، محمد (۱۳۹۶). شـــناســـایی عوامل موفقیت مدیریت منابع انســـانی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱): ۱-۲۰.

امیدی، یاور؛ محمدکامی، رضـا؛ آزموده، صـغری (۱۳۹۵). شـناسـایی و تحلیل موانع محیطی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان. مدیریت ورزش، ۸(۵): ۷۵۳-۷۷۵.

حاجی پور, الهام و صـــفائی, ایمان . (۱۴۰۱). بررســـی ارتباط هوش معنوی با خلاقیت کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراســـان جنوبی: نقش میانجی مدیریت تعارض .مدیریت و کارآفرینی در ورزش. ۱(۱): ۳۵-۴۹.

رضـایی، روح ا...؛ نجفی، بهمن (۱۳۹۴). موانع راه‌اندازی و گسـترش کسـب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه. نشریه توسعه کارآفرینی، ۸(۳): ۴۳۳-۴۵۱.

شریفی فر، فریده؛ محمدیان، فریبا؛ شریفی فر، فروزان (۱۳۹۶). فرا تحلیل مطالعات کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی ایران. مطالعات مدیریت ورزش، ۹(۴۴): ۱۳۹-۱۵۴.

صفائی ایمان، ا سلامی مرزنکلاته، محمد مهدی. تأثیر آموزش کارآفرینی ورز شی بر انگیزه خود تعیینی و بهزیسـتی اجتماعی با نقش میانجی سـواد مهارتی در دانشـجویان علوم ورزشـی (۱۴۰۰). رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی.; ۹ (۳۳): ۱۵۱-۱۶۸

صـــفائی ایمان، میرشـــکاری مریم، کریمی راد رضـــا (۱۴۰۰). نقش میانجی اخلاق حرفه ای در ارتباط ورزش با کیفیت زندگی کاری و عملکرد شغلی (مطالعه موردی آموزش و پرورش سیستان و بلوچستان). رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۹ (۳۵) :۶۵-۸۲

صـــفائی, ایمان و ثارللهی, فاطمه . (۱۳۹۹). رابطه رفتار کارآفرینانه کارکنان بر مزیت رقابتی و بهره‌وری (ادارات ورزش و جوانان خراســـان جنوبی). مطالعات فرهنگی اجتماعی خراســـان، ۱۴(۴): ۶۷-۸۶.

صفائی, ایمان و حیدریان بایی، الهه (۱۴۰۱). تأثیر تفکر راهبردی بر نوآوری و تغییر سازمانی در مدیران ادارات ورزش و جوانان خراســـان جنوبی: نقش میانجی‌گر هوش راهبردی .نشـــریه مدیریت ورزشی. ۱۴(۴): ۲۲۳-۲۳۹.

ضیاء، بابک؛ رضوانی، مهران؛ بیاتی، الهه (۱۳۹۶). ارائه چارچوبی به‌منظور شبکه سازی بازاریابی کارآفرینانه در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه صنایع دارویی. نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۷۳۶-۴۱۷.

عاشوری تقی، دوستی، مرتضی، رضوی، سیدمحمدحسین، حسینی، ابوالحسن (۱۴۰۲). فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی براساس اقلیم جغرافیایی ایران. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۳ (۷۰). ۲۶۹-۲۹۸

عاشوری، تقی، دوستی، مرتضی و تابش، سعید (۱۴۰۲). مدل سازی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی. جامعه شناسی آموزش و پرورش, ۹(۱): ۲۵۵-۲۶۴

۱. عاشوری، تقی، دوستی، مرتضی، رضوی، سیدمحمدحسین، حسینی، ابوالحسن (۱۴۰۲). شناسایی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سه سطح کلان، میانی و خرد. مدیریت و کارآفرینی در ورزش، ۲(۱).

۲. عظیم زاده، مرتضی؛ احسانی، محمد؛ کردنائیچ، اسدا...؛ کوزه چیان، هاشم (۱۳۹۳). تبیین مدلی مفهومی برای ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی. مطالعات مدیریت ورزش، ۶(۲۲): ۱۸۹-۲۰۸.

۳. غفاری آشتیانی، پیمان و پیرمحمدی، فاطمه (۱۳۸۷) .نوآوری سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط، ماهنامه تدبیر، ۱۹(۱۹۹): ۲۸-۳۳.

۴. کردنائیچ، اسدا...؛ فرخ، شیما؛ خداد حسینی، سید حمید؛ زالی، محمدرضا (۱۳۹۶). شناسایی الگوی رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی ایران، با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها. نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۴۵۷-۴۷۵.

۵. کریمی، آصف؛ بوذر جمهوری، شهریار (۱۳۹۱). تحلیل موانع تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط. نشریه توسعه کارآفرینی، ۶(۱): ۱۲۵-۱۴۴.

۶. کلاته سیفری، معصومه، تندنویس، فریدون (۱۳۹۱). رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت‌بدنی استان تهران، علوم حرکتی و ورزش، ۲(۲۰): ۱۰۵-۱۱۸.

۷. گودرزی، مهدی؛ جلالی فراهانی، مجید؛ رنجبری، حسین؛ حمیدی، مهرزاد (۱۳۹۵). تحلیل عوامل رفتاری مؤثر در ارتقاء کارآفرینی دانشجویان مدیریت ورزشی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۳(۱۱): ۴۵-۵۳.

۸. مندعلی زاده، زینب؛ احسانی، محمد؛ هنری، حبیب (۱۳۹۵). طراحی مدل کارآفرینی پایدار در ورزش با استفاده ازنظریهٔ برخاسته از داده‌ها. مدیریت ورزش، ۸(۵): ۷۰۹-۷۲۵.

۹. موسوی راد، سیده طاهره؛ فراهانی، ابوالفضل؛ نجات اصفهانی، علی؛ هنری، حبیب (۱۳۹۱). طراحی مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر رابطهٔ راهبرد سازمانی با ابعاد گرایش‌های کارآفرینانهٔ سازمانی در سازمان تربیت‌بدنی، مدیریت ورزش، ۴(۱۲): ۲۰۱-۲۱۷.

۱۰. ناصحی فر، وحید؛ سعادت، محمدرضا؛ عباسی، زهرا (۱۳۸۹). شناسایی توانمندی‌های منطقه‌ای بنگاه‌های کوچک و متوسط (مطالعه موردی استان‌های منتخب). نشریه بررسی بازرگانی، ۸(۴۲): ۷۰-۶۰.

۱۱. هاودی، فریبا، شاه‌محمدی، علی، سلطان رضوان فر، مجید، قناتی، ندا (۱۳۹۶). «دانش فنی پایه»، کرج، شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران، چاپ دوم.

۱۲. Caldera, H.T.S., Desha, C., & Dawes, L. (۲۰۱۹) Evaluating the enablers and barriers for successful implementation of sustainable business practice in 'lean' SMEs. Journal of Cleaner Production (218): ۵۷۵-۵۹۰. www.elsevier.com/locate/jclepro.

۱۳. Ciletti, D., & Chadwick, S. (۲۰۱۲). Sports Entrepreneurship: Theory and Practice: Fitness Information Technology.

۱٤. Cruz, C., & Justo, R. (۲۰۱۷). Portfolio entrepreneurship as a mixed gamble: A winning bet for family entrepreneurs in SMEs. Journal of Small Business Management, 55(4), 571–593. https://doi.org/۱۰,۱۱۱۱/jsbm.۱۲۳٤۱.

۱۵. Golev, A., Corder, G.D., Giurco, D.P., ۲۰۱۵. Barriers to industrial symbiosis: insights from the use of a maturity grid. J. Ind. Ecol. 19 (1): ۱٤۱e۱۵۳.

۱٦. Hardy S. (۱۹۹٦). Entrepreneurs, organizations and the sport marketplace. Ins. Pope(Ed), The new American sport history. University of Illinois press.

۱۷. Jafarzadeh Zarandi, M. Ebrahim Razaghi, M. Sharifian, E. (۲۰۱٦). Evaluation of Reliability and Validity of Iranian Questionnaire about Technology System in the Expansion of the Entrepreneurship in Sport. Pamukkale Journal of Sport Sciences, ۷(۳): ۱-۱۳.

۱۸. Kalantaridis, C. and Bika, Z. (۲۰۱۱). Entrepreneurial origin and the configuration of innovation in rural areas: the case of Cumbria, North West England. Environment and Planning, ٤۳ (٤): ۸٦٦-۸۸٤.

۱۹. Kirchherr, J., Piscicelli, L., Bour, R., Kostense-Smit, E., Muller, J., HuibrechtseTruijens, A., Hekkert, M., (2018). Barriers to the circular economy: evidence from the European Union (EU). Ecol. Econ. 150: 264-۲۷۲.

۲۰. Llanos-Contreras, O., & Alonso Dos Santos, M. (۲۰۱۸). Exploring the asymmetric influence of socioemotional wealth priorities on entrepreneurial behaviour in family businesses. European Journal of International Management, 12(5–6): 576–595. https://doi.org/۱۰,۱۵۰٤/EJIM.۲۰۱۸,۰۹٤٤۵۸.

۲۱. Markin, E., Swab, R. G., & Marshall, D. R. (۲۰۱۷). Who is driving the bus? An analysis of author and institution contributions to entrepreneurship research. Journal of Innovation and Knowledge, ۲(۱): ۱–۹.

۲۲. Martínez Leon, H.C., Calvo-Amodio, J. (۲۰۱۷). Towards lean for sustainability: understanding the interrelationships between lean and sustainability from a systems thinking perspective. J. Clean. Prod. 142 (Part ٤): ٤۳۸٤-٤٤۰۲.

۲۳. Mishra, J.L., Hopkinson, P.G., Tidridge, G., (۲۰۱۸). Value creation from circular economy-led closed loop supply chains: a case study of fast-moving consumer goods. Prod. Plann. Contr. ۲۹ (٦): ۵۰۹-۵۲۱.

۲٤. Ratten V. (۲۰۱۰). Sport-based entrepreneurship: to ward a new theory of entrepreneurship and sport management. Int Entrep manages. J, DOI ۱۰,۱۰۰۷/S۱۱۳٦۵-۰۱۰-۰۱۳۸-Z.

۲۵. Rauch, A., & Hatak, I. (۲۰۱٦). A meta-analysis of different HR-enhancing practices and performance of small and medium sized firms. Journal of business venturing, ۳۱(۵): ٤۸۵-۵۰٤.

۲٦. Santomier, J. (۲۰۱۲). Sport business entrepreneurship. New England Journal of Entrepreneurship, 5 (1): 5-6

۲۷. Santos, M. A. D., Contreras, O. L. (۲۰۱۹). Family business performance in a post-disaster scenario: The influence of socioemotional wealth importance and entrepreneurial orientation. Journal of Business Research, ۱۰۱: ٤۹۲–٤۹۸. https://elsevier.com/locate/jbusres.

۲۸. Shaikh, M (۲۰۱۷). A Study of Entrepreneurship Awareness and its Impact on Entrepreneurial Intention among Management Students. 12th Biennial Conference on Entrepreneurship (Feb. 2017) → Psychology & Entrepreneurship.

۲۹. Smith. (۲۰۰٤). Complexity theory and change management IV sports organizations. Emergency: Complexity & organization, 6(1-2): 70-۷۹.

۳۰. Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y. (۲۰۱۷). The effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge acquisition and entrepreneurial orientation. Technological Forecasting and Social Change. ۱۱۷: ۹۸-۱۰۷.

۳۱. Teymoori M, (Translator). (۱۹۹۷). Going to entrepreneurship. Cook J. Isfahan: Publishing the doctrine.

۳۲. Urbano, D. & Aparicio, S. (۲۰۱٦). Entrepreneurship capital types and economic growth: International evidence, Technological Forecasting and Social Change, ۱۰۲ (۱): ۳٤- ٤٤.

۳۳. Vermunt, D.A. Negro, S.O., Verweij, P.A., Kuppens, D.V., & Hekkert, M.P. (2019). Exploring barriers to implementing different circular business models. Journal of Cleaner Production. 222: 891-902. www.elsevier.com/locate/jclepro.

34. Welsh, D. H., Memili, E., & Kaciak, E. (2016). An empirical analysis of the impact of family moral support on Turkish women entrepreneurs. Journal of Innovation & Knowledge, 1(1): 3-12.