

## Presenting a Sports Entrepreneurship Model with a Social Capital Approach

Parisa Niazy<sup>1\*</sup>, Fariba Rafeei Dehkordi<sup>1</sup>

1. Department of Sports Management, Faculty of Sports Science, Isfahan branch (khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Received: 2022/03/25

Accepted: 2022/05/31

Original Research

### Abstract

**Objective:** Entrepreneurship plays a key role in today's competitive, market-based economy. In other words, in a dynamic economy, ideas, products and services are always changing, and in the meantime, it is the entrepreneur who builds a model to cope and adapt to new conditions. One way to deal with the current changing conditions is the existence of social capital in the entrepreneurial business. The purpose of this study was to present a sports entrepreneurship model with a social capital approach based on data foundation theory.

**Methodology:** The research method in this study was qualitative using the data theory strategy of Strauss and Carbin Foundation. The views of the interviewees about the components of sports entrepreneurship were analyzed with a social capital approach. Participants in the present study were specialists and experts in sports management, sociology and entrepreneurship. Research sampling was based on a theoretical method; Sampling continued until the categories reached theoretical saturation. The number of samples was not determined before the research initiation and the sampling process continued until some information saturation was obtained meaning that no new information is extracted from the data during the interview. Theoretical saturation was obtained after interviewing 18 people. The tools of the present study were in-depth and exploratory interviews. The validity of the findings was determined using the member matching methods, peer review and pilot interviews. Open, axial and selective coding were used to analyze the data.

**Results:** After the interviews, the open, pivotal and selective coding process in the form of 6 dimensions of the paradigm model were identified including causal causes such as institutionalizing the culture of entrepreneurship, institutionalizing the culture of teamwork, dynamizing the community economy, central categories such as creating a culture of participation, creating entrepreneurial thinking in managers, supporting innovative projects and increasing the trust in strategies such as reforming the structure of organizations, entrepreneurship education, and equitable distribution of wealth and power such as personality traits, social class of individuals, non-competitive environment and consequences such as reducing unemployment, increasing social welfare and improving quality of life.

**Conclusion:** Social capital has a dynamic and self-evolutionary character. Thus, with the help of social capital, entrepreneurs can facilitate social relations in business and thus take steps to maintain and strengthen social cohesion and solidarity, and ultimately the development of their business. Based on the paradigm model obtained from the research, it can be acknowledged that entrepreneurs must use strategies to create and develop social capital in their business to be more successful.

**Keywords:** Social Capital, Sports Industry, Entrepreneurship, Foundation Data Theory

---

\* Corresponding author's e-mail address: niazy.p@gmail.com

## ارائه مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی

پریسا نیازی<sup>۱\*</sup>، فریبا رافعی دهکردی<sup>۱</sup>

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۰

### چکیده

**هدف:** کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار، امروزه دارای نقشی کلیدی است. هدف از پژوهش حاضر ارائه مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی بر اساس نظریه داده‌بنیاد بود.

**روش‌شناسی:** روش تحقیق در این پژوهش کیفی بود که با استفاده از راهبرد نظریه داده‌بنیاد استراوس و کربین، نظرات مصاحبه‌شوندگان درباره مؤلفه‌های کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی تحلیل شد. شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، متخصصان و صاحب‌نظران مدیریت ورزشی، جامعه‌شناسی و کارآفرینی بودند. نمونه‌گیری پژوهش، بر اساس روش نظری بود؛ نمونه‌گیری تا رسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت. ابزار پژوهش حاضر، مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی بود. اعتبار یافته‌ها با روش‌های تطبیق توسط اعضا، بررسی همکار و مصاحبه‌های آزمایشی تعیین شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده گردید.

**یافته‌ها:** پس از اتمام مصاحبه‌ها فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی شامل موجبات علی مانند نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی، مقوله‌های مرکزی مانند ایجاد فرهنگ مشارکت، راهبردها مانند ایجاد اصلاح در ساختار سازمان‌ها، ویژگی‌های زمینه‌ای مانند شفاف بودن قوانین، شرایط مداخله‌گر مانند ویژگی‌های شخصیتی و پیامدها مانند کاهش نرخ بیکاری، شناسایی شدند.

**نتیجه‌گیری:** سرمایه اجتماعی دارای خصلت پویایی و خودتکوینی است؛ بنابراین به کمک سرمایه اجتماعی، کارآفرینان قادرند به تسهیل در روابط اجتماعی در کسب و کار پرداخته و از این طریق در حفظ و تقویت انسجام و همبستگی اجتماعی و سرانجام توسعه کسب و کار خود گام بردارند. بر اساس مدل پارادایمی به دست آمده از پژوهش می‌توان گفت کارآفرینان برای موفقیت بیشتر باید راهکارهایی برای ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی در کسب و کار خود به کار ببرند.

**واژگان کلیدی:** سرمایه اجتماعی، صنعت ورزش، کارآفرینی، نظریه داده‌بنیاد

## مقدمه

در دنیای کنونی یکی از عواملی که باعث رشد و توسعه اقتصادی اجتماعی می‌شود، کارآفرینی است. کارآفرینی به علت سهم مثبت آن در توسعه اقتصادی، به یک پدیده جهانی تبدیل شده است. کارآفرینی به عنوان یک فرآیند نوآورانه و خلاق در نظر گرفته می‌شود که نقش مهمی در ایجاد ارزش افزوده برای محصولات و خدمات جدید، افزایش بهره‌وری، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، احیا و تنوع بخشیدن به بازارها، بهبود رفاه اجتماعی و توسعه اقتصاد ملی دارد (Doung & et.al, 2020)

ورزش به عنوان عرصه‌ای گسترده، زمینه‌های فراوانی از اشتغال را در دل خود نهفته دارد. دانش ورزش پیشرفت چشمگیری در زمینه‌های گوناگون داشته است (Sharifian & et.al., 2016)؛ بنابراین باید اذعان نمود ورزش به عنوان ابزاری در حوزه‌های مختلف، تأثیرات گسترده‌ای به جا می‌گذارد. امروزه ورزش در سلامت افراد، گذراندن اوقات فراغت سالم، با نشاط و لذت‌بخش و ایجاد روابط سالم در جامعه و پیشگیری از بسیاری از مفاصل اجتماعی و انحرافات اخلاقی و به خصوص در نسل جوان، نقش خود را متجلی ساخته است (Seyed javadin & et.al, 2012). نتایج تحقیقی که در حوزه ورزش زنان انجام شده بود نشان داد که گذراندن اوقات فراغت به شیوه‌ای فعال در ایجاد سلامت جسمانی، روانی و اجتماعی مؤثر است؛ علاوه بر این تجربه مطلوب از حضور در مراکز تفریحی ورزشی می‌تواند منجر به تمایل به تکرار رفتار گردد که این امر منجر به افزایش حضور زنان و خانواده‌ها در این مراکز و باعث رونق اقتصادی در این بخش گردد (Salimi & et.al, 2022).

ورزش به ساختار اجتماعی بیشتر کشورهای جهان گره خورده و چشم‌انداز منحصر به فردی از کارآفرینی فراهم می‌کند (Niazy & et.al., 2020). کارآفرینی در ورزش، حوزه به سرعت در حال رشدی است. کارآفرینی ورزش در جایگاه یک صنعت، جزء بزرگترین صنایع جهان محسوب می‌شود و بر صنایع دیگر تأثیر می‌گذارد. کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، رفاه و توسعه سلامتی و مشارکت در ابعاد گوناگون جامعه، می‌تواند نقش مهم و برجسته‌ای در توسعه کشور داشته باشد (Mondalizade & Honari, 2011). کارآفرینی ورزشی به عنوان رویکردی نوین و مشارکتی در نظر گرفته شده است؛ زیرا با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، اشتغال، رفاه، سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش مهم داشته باشد، همچنین وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی باشد. از طرفی کارآفرینی در ورزش می‌تواند با در نظر گرفتن محیط رقابتی در برنامه‌های ورزشی، توسعه باشگاه‌ها، ساخت اماکن ورزشی و تجهیزات ورزشی در کمک به سلامت جامعه و پایداری و استمرار کسب و کارهای ورزشی نقش مهمی داشته باشد (Mondalizade & et.al., 2017).

امروزه جوامع با تحولات گسترده بین‌المللی رو به رویند؛ تحولات روزافزون زندگی بشر موجب گردیده است که مباحث مربوط به تحول و تغییر پارادایم‌ها و رخدادها در ابعاد مختلف زندگی جدی‌تر گرفته شود (هادوی و همکاران، ۱۳۹۴). کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی و پایدار همه جوامع دارد. به نظر می‌رسد مسأله بیکاری در جامعه به اندازه‌ای کلان شده است که تنها با ایجاد بازاری جدید در اقتصاد می‌توان برای این حجم از بیکاران ایجاد شغل کرد؛ بازاری که علاوه بر ایجاد اشتغال در سطحی گسترده، بتواند افزایش رشد اقتصادی و توسعه کشور را هم تضمین کند (hasanzadeh & sohrabi, 2020). کارآفرینان در می‌یابند که اداره کردن محیط ناسازگار در اقتصاد در حال گذر، از طریق شبکه‌های ارتباطات فردی امکان‌پذیر است؛ زیرا اتصالات بین شبکه‌ها، دسترسی به منابع و اطلاعات را فراهم و علاوه بر این، به یافتن مشتریان، عرضه‌کننده و سرمایه‌گذاران نیز کمک می‌کند. به این ترتیب، تئوری سرمایه اجتماعی به تحقیقات کارآفرینی راه یافته است (Alvani & abdolahpoor, 2008)

از نظر بورديو سرمايه اجتماعي از تكاليف اجتماعي (پيوندها) ايجاد مي‌شود و در شرايط خاص مي‌تواند به سرمايه اقتصادي تبديل شود (Bourdieu, 1983). سرمايه اجتماعي نقشي بسيار مهم‌تر از سرمايه‌هاي اقتصادي و انساني در سازمان‌ها و جوامع ايفا مي‌كند. بدون سرمايه اجتماعي، ساير سرمايه‌ها اثربخشي خود را از دست مي‌دهند (weil & lee, 2012). در واقع، سرمايه اجتماعي را مي‌توان در کنار سرمايه‌هاي اقتصادي و انساني، بخشي از ثروت ملي به حساب آورد كه بستر مناسبی برای بهره‌برداري از سرمايه انساني و فزيكي و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. بدون سرمايه اجتماعي، هيچ اجتماعي به هيچ سرمايه‌اي نمي‌رسد، به طوري كه بسياري از گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع انساني، بدون سرمايه اجتماعي نمي‌توانند اقدامات مفيد و هدفمندی انجام دهند (Mousavi, 2020). سرمايه اجتماعي و اخلاق سازمانی مهم‌ترين سرمايه‌هاي هر سازمان در قالب الگوهاي مختلفی به منزله عوامل مؤثر در بهره‌وري، بهبود عملکرد، كسب درآمد، ارتقای برند، ايجاد امنيت، ايجاد شبکه‌ها، افزايش اعتماد، گسترش روابط اجتماعي مطرح بوده‌اند (Mir & et.al., 2021)

اقتصاددانان و جامعه‌شناسان در بررسی‌های اقتصادي و اجتماعي جوامع توسعه‌يافته به اين نکته توجه داشتند كه ساير سرمايه‌ها در کنار سرمايه اجتماعي در رشد و توسعه يك جامعه كارايي و الزام دارند و نيازمند توجهی خاصند. همچنين سرمايه اجتماعي غيرقابل تملك بوده و خاستگاه آن روابط اجتماعي است. ایده سرمايه اجتماعي مبتني بر وجود پيوندها، همكاري، اعتماد متقابل و ارتباطات ميان اعضاي يك شبکه اجتماعي است. سرمايه اجتماعي به گستره‌اي از نتايج مثبت اجتماعي مرتبط است كه خود نيز از پيامدهاي نسل جديد است. كانيزاج (۲۰۱۷) مطرح کرده است كه جوامع پيشرفته امروزي در امور سياسي، اجتماعي متمايزند كه از ويژگي‌هاي شاخص اين جوامع سطح بالاي سرمايه اجتماعي است (Zokaee & et.al., 2021). سرمايه اجتماعي ارزشي است كه ميان افراد خلق مي‌شود و مي‌توان به منزله فرصت به آن نگاه كرد. سرمايه اجتماعي هم تمايل و هم توانايي كارآفرينان را برای مخاطره‌پذيري و انجام فعاليت‌هاي كارآفرينانه افزايش مي‌دهد (liao & welsch, 2005). سرمايه اجتماعي نقش بسيار مهمي در كارآفريني ايفا مي‌كند و كارآفرينان برای موفقيت بايد الگوي خاصي از سرمايه اجتماعي را با توجه به ابعاد آن بر خود ترسيم كنند (Alvani & abdoalahpoor, 2008). در تحقيقي در کشور مالزی نشان داد توسعه سرمايه اجتماعي در دانشگاه‌هاي كارآفرين باعث کاهش بيكاري به علت ايجاد تطابق مهارت‌ها در بين فارغ‌التحصيلان مي‌شود (Salamzadeh & et.al., 2022)

يكي از شيوه‌هاي ايجاد سرمايه اجتماعي، گرد آوردن گروه‌هاي غيررسمي كاركنان برای مشاركت دانش و مهارت است. اين گروه‌هاي حرفه‌اي موجب مي‌شوند افرادی كه داراي تجربه، ابزارهاي كار و چالش‌هاي مشتركند، يكديگر را ببابند، (فزيكي يا مجازي) با هم ملاقات كنند تا با ايجاد رابطه با يكديگر مسائل را حل و به ايجاد سرمايه اجتماعي كمك كنند (Faghihi & Feyzi, 2015). جوامعي كه كاملاً جدا از هم هستند، اعتماد، مشاركت، شبکه كاري مثبت و همكاري دوجانبه و متقابل بين اعضا در آنها بسيار كمتر است. جوامع تقسيم شده در توليد سرمايه اجتماعي مثبت، كمتر و در توليد سرمايه اجتماعي منفي، بيشتتر سرمايه‌گذاري مي‌كنند كه اين روند بر کاهش اثربخشي فعاليتها تأثير به‌سزايي خواهد داشت. به طور كلي سرمايه اجتماعي از طريق قادر ساختن افراد به مشاركت مؤثرتر با يكديگر، با ايجاد اعتماد و همكاري عمل مي‌كند. (Alvani & Abdolahpoor, 2008)

پونتام عقیده دارد، با وجود سرمايه اجتماعي، افراد مي‌توانند مشكلات جمعي را هرچه ساده‌تر حل و فصل كنند، اعتماد و تعامل در جامعه تسهيل مي‌شود، احساس پيوند بين افراد افزايش پيدا مي‌كند، جريان اطلاعات تسهيل مي‌شود و زندگي افراد با كمك مردم به يكديگر در مواجهه با فراز و نشيب‌هاي زندگي ارتقا مي‌يابد (nahapiet & ghoshah, 1998)

در کل کارآفرینی از محورهای اصلی رشد جوامع است و از نظر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی دارای اهمیت است؛ زیرا موجب اشتغال، باعث افزایش سود و سرمایه‌گذاران، موجب دگرگونی ارزش‌ها و تحول ماهیت آنها می‌شود، ارزش‌های تازه‌ای به وجود می‌آورد. باعث پر شدن شکاف‌ها و خلأهای موجود در بازار کار شده؛ یعنی با توجه به دگرگونی‌های شرایط بازار کار و فراهم شدن فرصت‌های تازه، تصمیم‌های تازه‌ای گرفته و منجر به گذار از رکود اقتصادی، جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و آسان شدن روند رشد و توسعه کشور می‌شود، عوامل و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آنها فراهم می‌سازد و از آنجا که ساختار مناسب کارآفرینی، شبکه‌ای با شکاف ساختاری زیاد است، سرمایه اجتماعی باعث ایجاد روابط همراه با اعتماد در طولانی‌مدت و اعتماد باعث پیوندهای قوی می‌شود و این پیوندها خود تبادل اطلاعات را تسهیل می‌کنند؛ بنابراین با توجه به اهمیت این موضوع و تحقیقات نادر که در این زمینه انجام گرفته؛ آیا تدوین یک مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی ضروری به نظر نمی‌رسد؟

### روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، از استراتژی یا روش نظریه‌پردازی داده بنیاد<sup>۱</sup> استفاده شده است. علت استفاده محقق از یک روش‌شناسی خاص، به عوامل مختلفی برمی‌گردد که مهم‌ترین آنها سؤال تحقیق است. هرگاه پژوهشگر در نظر داشته باشد تجارب و دیدگاه‌های افراد را برای صورت‌بندی یک نظریه مورد کاوش قرار دهد، نظریه داده‌بنیاد شیوه مناسبی خواهد بود.

گردآوری اطلاعات در این پژوهش دارای ماهیت کیفی بود و نمونه‌گیری این تحقیق به روش هدفمند انجام شد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، اعضای هیأت علمی (مدیریت ورزشی، جامعه‌شناسی) و همچنین صاحب‌نظران کارآفرینی بودند. تعداد نمونه پیش از اجرای تحقیق تعیین نشد و فرایند نمونه‌گیری تا زمانی ادامه پیدا کرد که نوعی اشباع اطلاعاتی حاصل شود؛ بدین معنا که در جریان مصاحبه اطلاعات جدیدتری از داده‌ها استخراج نگردد. اشباع نظری<sup>۲</sup> پس از مصاحبه با ۱۸ نفر حاصل شد. در فرآیند انتخاب یک نمونه، محققان کیفی می‌توانند از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده کنند که در آن یک شرکت‌کننده در پژوهش، ما را به شرکت‌کنندگان دیگر هدایت می‌کند (Maykut & Morehouse, 2004). مطابق با مراحل روش تحقیق داده‌بنیاد فرآیند نمونه‌گیری نظری تا مرز تحقق کفایت نظری ادامه می‌یابد. در این روش از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و اکتشافی با تعدادی از صاحب‌نظران و مطلعان کلیدی، شرایط علی، دخیل و شرایط زمینه‌ای، استراتژی‌های مورد استفاده شناسایی گردید. سؤالات اولیه مصاحبه‌ها بر اساس مبانی نظری، تجربه و پیشینه پژوهشی موضوع، طراحی و پس از تأیید تعدادی از متخصصان این حوزه اجرا گردید. برای اجرای مطلوب مصاحبه‌ها، همگی توسط شخص محقق صورت پذیرفت. بدین منظور در مجموع ۱۸ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفته است. مصاحبه‌ها (بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه) ضبط می‌شد تا با مرور چندبارۀ گفتگوها، تحلیل و بررسی دقیق‌تری نسبت به دیدگاه‌های طرح شده مشارکت‌کنندگان انجام شود.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل خرد استفاده گردید به این صورت که داده‌ها از طریق فرایند کدگذاری باز، محوری و گزینشی و بر اساس طرح نظریه داده‌بنیاد تحلیل شد. ابتدا با انجام کدگذاری باز بخش‌هایی که با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش می‌توانست به عنوان کد مفهوم اولیه در نظر گرفته شود، مشخص شد. سپس

1. Grounded Theory
2. Theroretical Saturation

در مرحله کدگذاری محوری، با توجه به نقش مفاهیم در تبیین مؤلفه‌های کارآفرینی، این مفاهیم در قالب موجبات علی (علل پدیده اصلی)، راهبردها (استراتژی‌هایی که در پاسخ به پدیده اصلی اتخاذ می‌شوند)، ویژگی‌های زمینه‌ای (شرایط بسترساز خاص مؤثر بر راهبردها)، شرایط محیطی (شرایط عام مؤثر بر راهبردها)، و پیامدها (نتایج به کار بستن راهبردها) به صورت نظری از طریق مدل پارادایمی به هم مرتبط شدند. در پایان با انجام کدگذاری گزینشی، نظریه پژوهش درباره مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی روایت شده است. برای سنجش روایی این پژوهش، گزارش پایانی فرایند تحلیل داده‌ها و مقوله‌های حاصل شده، به همراه متن مصاحبه برای چهار نفر از مصاحبه‌شوندگان فرستاده شد و از نظرات آن‌ها در کدگذاری‌ها و طراحی الگو استفاده شد که این روند حدود یک ماه به طول انجامید. همچنین فرایند کدگذاری‌ها توسط ۳ نفر از استادان صاحب‌نظر که خود عضو گروه مصاحبه نبودند، بررسی و پیشنهادهای آن‌ها در تدوین مدل استفاده گردید. پژوهشگر برای سنجش پایایی ابزار کیفی، دو مصاحبه آزمایشی ترتیب داد و پس از تحلیل نتایج و سپس مقایسه با اهداف و سؤالات پژوهش، اصلاحاتی در سؤالات و اولویت‌بندی پرسش‌ها داده شد تا باعث افزایش دقت ابزار پژوهش شود. برای ممیزی پژوهش حاضر از چهار راهبردی استفاده شد؛ در ابتدا برای باورپذیری، محقق یکی از مصاحبه‌ها را بعد از یک ماه دوباره کدگذاری نموده نتایج با ضریب اسکات مقایسه شد. گفتنی است برای اعتمادپذیری و انتقال‌پذیری از روش تحلیل اعضای پژوهش استفاده شد؛ در این روش گزارش محقق از نظر صحت و کامل بودن مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. در این راستا اتکاپذیری به معنای اینکه آیا اگر کس دیگری کدگذاری کند نیز به همین یافته‌ها می‌رسد انجام شد. برای تأییدپذیری ۳ نفر صاحب‌نظر کدها، یافته‌ها و مدل را بررسی کردند و تمامی مراحل به صورت جزء به جزء ارائه شد تا متخصصان خبره نظرشان را در مورد مدل ارائه دهند.

### یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و توزیع فراوانی صاحب‌نظران و متخصصان حاضر در تحقیق در جدول ۱ ارائه شده است. کدگذاری آزاد اولین مرحله فرایند کدگذاری در مدل پارادایمی می‌باشد که نتایج این مرحله در جدول ذیل آمده است.

براساس یافته‌های جدول ۲ با استفاده از روش مصاحبه در قالب مدل مذکور، اطلاعات حاصل شده از دیدگاه‌ها و نظرات کارشناسان به صورت معانی مورد هدف پژوهش جمع‌بندی شد. از این مصاحبه‌ها، مفاهیم کاربردی، با عنوان کدهای باز جمع‌آوری گردید که قسمتی از این کدگذاری‌ها برای نمونه آورده شده است.

کدگذاری محوری دومین مرحله فرایند کدگذاری در مدل پارادایمی است که نتایج این مرحله در جدول زیر آمده است.

در جدول ۳ پس از انجام کدگذاری باز، برای تشخیص وجود موارد مشابه و تفاوت در دسته‌بندی مطالب استخراجی از مصاحبه‌ها، فرایند کدگذاری محوری مورد استفاده قرار گرفت و با ادغام برخی از مفاهیم و کدهای مرحله قبل، کدهای محوری انتخاب شدند.

در مرحله آخر کدگذاری، کدهای محوری در مرحله قبل از حیث یکپارچگی و کلی‌نگر، جامع و کاربردی بودن، هر مفهوم، از لحاظ معنایی و ارتباط محتوایی با یکدیگر ادغام و سپس به صورت انتخابی استخراج گردید تا فرایند سه بخشی کدگذاری به پایان برسد. در پایان این مرحله مدل جامع زیر ترسیم گردید.

جدول (۱): ویژگی جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شونده‌ها

کد	تحصیلات	
۱	دکتری مدیریت ورزشی	مدرس دانشگاه
۲	دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی	دانشگاه مجلسی
۳	دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی	دانشگاه فرهنگیان
۴	دکترای جامعه‌شناسی	دانشگاه اصفهان
۵	دکترای مدیریت ورزشی	دانشگاه خوراسگان
۶	دکترای جامعه‌شناسی	مدرس دانشگاه
۷	دکترای مدیریت ورزشی	پیام نور
۸	دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی	دانشگاه اصفهان
۹	کارشناسی ارشد	کارآفرین ورزشی
۱۰	دکتری	کارآفرین ورزشی
۱۱	دکترای مدیریت ورزشی	دانشگاه مبارکه
۱۲	کارشناس ارشد	کارآفرین ورزشی
۱۳	کارشناس ارشد	کارآفرین ورزشی
۱۴	دکترای مدیریت ورزشی	کارآفرین ورزشی
۱۵	کارشناسی ارشد کارآفرینی	تخصص در کارآفرینی
۱۶	دکترای جامعه‌شناسی ورزشی	مدرس دانشگاه
۱۷	دکترای جامعه‌شناسی	دانشگاه اصفهان
۱۸	دکترای جامعه‌شناسی	دانشگاه اصفهان

جدول (۲): نمونه‌ای از مفاهیم استخراج شده و کدهای مفهومی در کدگذاری آزاد

کد مفهومی	مفاهیم استخراج شده
مدیریت منابع	یکی از فاکتورهای مورد نیاز در تحقق بخشیدن به
حفظ منابع برای آیندگان	کارآفرینی مدیریت صحیح منابع است. در این راستا باید
توزیع عادلانه ثروت	توزیع مناسب منابع محدود در برابر نیازهای نامحدود
مسئولیت در برابر نسل‌های آینده	صورت پذیرد (کد ۵).
سیستم آموزشی	در راستای اجرایی شدن کارآفرینی با رویکرد سرمایه
تسهیم دانش	اجتماعی سیستم آموزشی باید از ظرفیت بالایی برخوردار
کاربرد دانش	باشد تا بتواند دانش مورد نیاز در این زمینه را ایجاد و افراد
ایجاد اعتماد به علم	کارآفرین در جامعه تولید کند (کد ۱۳).
بالا بردن قوه خلاقیت و نوآوری در دانش‌آموختگان تربیت بدنی	
تهیه پایانه‌های کاربردی در زمینه کارآفرینی با رویکرد سرمایه اجتماعی	
افزایش کارگاه‌ها و فضاهای علمی در حوزه کارآفرینی	
اعتمادسازی و توسعه سرمایه اجتماعی	ایجاد فضای مناسب برای جذب سرمایه‌گذاران و صاحبان
ایجاد زیرساخت‌های قانونی و حقوقی	ایده در حیطه ورزش می‌تواند باعث بهبود وضعیت
ایجاد تقاضا برای ورزش	کارآفرینی در کشور شود (کد ۱۰).

مفاهیم استخراج شده	کد مفهومی
یکی از راهکارهای به کارگیری سیاست‌های متناسب برای توسعه کارآفرینی ورزشی می‌تواند نیازسنجی در جامعه باشد (کد۹).	شناسایی نیاز مخاطب تفکیک نیازهای مخاطبان بالا بردن فهم اجتماعی در زمینه ورزش
وجود شفافیت در ورزش منجر به سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌شود و در نتیجه به کارآفرینی خواهیم رسید (کد۴).	ایجاد فضای رقابتی ایجاد شفافیت مالی در حوزه ورزش شفاف بودن قوانین ورزشی
مشخص کردن مزیت‌های ورزش برای جامعه و همچنین دولتمردان برای جذب و توسعه کارآفرینی در حوزه ورزش مؤثر است (کد۶).	کاهش بیماری‌های روحی و جسمی افزایش سلامتی و نشاط پرکردن سالم اوقات فراغت کاهش مرگ و میر توسط بیماری‌های غیرواگیر
در صورتی که کارآفرینی با رویکرد سرمایه اجتماعی صورت پذیرد منجر به ایجاد شرایط بهتر در ورزش کشور می‌شود (کد۱۵).	اشتغال بیشتر افزایش کیفیت محصولات و خدمات افزایش سهم ورزش در GDP

جدول (۳): نمونه‌ای از مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

مؤلفه‌ها	مقوله‌ها
ارائه آمارهای ناشی از افزایش بهره‌وری سازمانی افزایش رضایت شغلی با انجام کارگروهی متذکر شدن فواید کارگروهی به افراد جامعه	نهادینه کردن فرهنگ کار گروهی
ایجاد نگاه واگرا ایجاد نگاه سیستماتیک تهیه برنامه‌های طولانی‌مدت توسط مدیران	ایجاد نگرش کارآفرینانه
روابط اجتماعی پیوندها اعتماد متقابل ارتباطات میان اعضا	سرمایه اجتماعی
نتیجه‌گرا بودن فرد نداشتن روحیه کارآفرینی تحمل ریسک‌پذیری سعی در افزایش مهارت‌های فردی استقلال فردی میل به رهبری	ویژگی‌های شخصیتی افراد
شناخت روش‌ها و تکنیک‌های سرمایه‌گذاری مالی ایجاد تناسب با سیاست‌های پولی و مالی آموزش روش‌های تأمین مالی	آموزش کارآفرینی



مؤلفه‌ها	مقوله‌ها
ایجاد زیرساخت‌های حقوقی و قانونی برای سرمایه‌گذاران ایجاد حمایت‌های قانونی در حوزه خدمات و دارایی‌های معنوی در ورزش ایجاد مکانیزم‌های تنبیه و توبیخ برای مدیران ورزشی	ایجاد زیرساخت‌های حقوقی و قانونی
ایجاد ساختار نظام‌مند بین وزارت علوم و وزارت کار و رفاه اجتماعی ارتباط بین صنعت و دانشگاه ایجاد کد شغلی برای تمامی فعالیت‌های تربیت بدنی ایجاد مؤسسات برای جذب ایده‌ها اهمیت دادن به مؤسسات دانش‌بنیان تحریک تقاضا و در نتیجه خرید بیشتر کالای ورزشی	افزایش اشتغال جوانان



شکل (۱): مدل پارادایمی کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی

در شکل (۱) که برآمده از مصاحبه‌ها و فرایندهای کدگذاری است، عوامل علی که دلیلی بر وقوع پیشامدهای مد نظر است با پنج مؤلفه محتوایی مؤثر بر مقوله مرکزی یا پدیده‌های محوری، مشخص شده است. این قسمت از مدل با چهار عامل مؤثر و همچنین پنج عامل مداخله‌گر به راهبردها منتج می‌شوند؛ در نهایت با اجرای راهبردهای برآمده از مدل ترتیبی داده بنیاد، پیامدهای ویژه‌ای در حیطه اقتصادی و اجتماعی به بار خواهد نشست.

### بحث و نتیجه‌گیری

اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان، کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند و دانشمندان مدیریت آنها را از مهمترین عوامل تحول و نوآوری‌های سازمانی در عصر حاضر به شمار می‌آورند؛ بنابراین هر محیطی که افراش برخوردار از تفکر کارآفرینی باشند، اقتصادی پویا و متنوع خواهد داشت (Karlis, 2006). پژوهش فوق با هدف تدوین مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی به انجام رسیده است. در این پژوهش نیز تلاش بر آن شده است تا مدلی ارائه شود و در آن جزئیات کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی بر اساس نظریه داده بنیاد به نمایش گذاشته شود. پس از پایان مطالعات و در قسمت ارائه مدل، پنج آیتیم ترسیم شد که روابط علی و معلولی و تأثیرات آنها بر یکدیگر قابل درک است. موجبات علی یا شرایط علی، آن دسته از عواملی است که مقوله مرکزی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با استناد به مدل خروجی، نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی، نهادینه کردن فرهنگ کار گروهی، پویا کردن اقتصاد کشور، ایجاد زیرساخت‌های مناسب اجتماعی و حقوقی از عوامل مؤثر بر مقوله مرکزی است. یکی از مهمترین این مسائل بی ثباتی در اقتصاد است؛ فقدان پول و توزیع سرمایه از توسعه مؤسسات ورزشی، تفریحی کوچک جلوگیری می‌کند.

مقوله مرکزی یا پدیده‌های محوری مدل نشان می‌دهند ایجاد فرهنگ مشارکت، ایجاد تفکر کارآفرینانه در مدیران، حمایت از طرح‌های نوآور و فناوری کاربردی و دانش بنیان، افزایش اعتماد تسهیل شرایط سیاسی کشور برای سرمایه‌گذاری و عواملی از این دست، می‌تواند راه را در ارائه مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی توانمند سازد. بر اساس نظرات کارشناسان، کارآفرینی با رویکرد سرمایه اجتماعی، نیازمند پارادایم‌های ویژه‌ای است که در این پژوهش با عنوان راهبرد به آن اشاره می‌شود و تعاملات ویژه‌ای لقب می‌گیرد که از پدیده یا مقوله اصلی برون می‌آید. اصلاح در ساختار سازمان‌ها، تقاضاسازی برای ورزش، توزیع عادلانه ثروت و قدرت، سرمایه‌گذاری در آموزش کارآفرینی، راهبردهایی است که راهگشای اجرای کارآفرینی با رویکرد سرمایه اجتماعی است.

عوامل مؤثر بیان می‌دارد که همگام شدن با تغییرات جهانی، شفاف بودن قوانین، نگرش کارآفرینانه و افزایش سطح نوآوری و فناوری با تأثیر بر راهبردها نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند. وجود فضای غیررقابتی، فساد اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی افراد، طبقه اجتماعی افراد و پیشینه خانوادگی، عوامل مداخله‌گر در اجرای راهبردهایند. در نتیجه با اجرای راهبردهای برآمده از مدل ترتیبی داده بنیاد، پیامدهای ویژه‌ای در حیطه اقتصادی و اجتماعی به بار خواهد نشست برای مثال، نگاه واگرا و کارآفرینانه نسبت به مسائل ورزشی قاعدتاً حجم آورده مالی زیادی را برای ورزش به دنبال خواهد داشت و افزایش رشد اقتصادی را در پی دارد. نرخ اشتغال پیامد دیگری است که به طور قاطع سیر صعودی به دنبال خواهد داشت و اشتغال مؤثر و پایدار را بهبود می‌بخشد. در نگاه کلان و با اجرای صحیح راهبردها و اقدامات به شکل برنامه‌ریزی شده و مدون، تأثیرات مثبت بر رفاه اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی مشهود خواهد بود. اصلاح در ساختار سازمانها و ایجاد فرهنگ مشارکت منجر به افزایش سرمایه اجتماعی خواهد شد.

در ادامه، مقایسه مبانی اطلاعاتی برآمده از تحقیق با سایر پژوهش‌های مرتبط، هدفمندی و اعتبار یافته‌های تحقیق را تحلیل و تأیید خواهد نمود. مندعلی زاده و همکاران پیامدهای کارآفرینی پایدار را کاهش هزینه‌های درمانی، پیشگیری از ناهنجاری‌های اجتماعی، بهبود گردش مالی، اشتغال‌زایی و رغبت در ایجاد کسب و کار دانسته و عنوان کرده‌اند حمایت‌های دولتی و تغییر نگاه به سمت و سوی کارآفرینی می‌تواند زمینه ایجاد رغبت در عموم را در راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی افزایش دهد (Mondalizade, 2017)؛ علاوه بر این کارآفرینی نه تنها خود می‌تواند ابعاد اقتصادی داشته باشد، بلکه دربرگیرنده اهداف اجتماعی نیز هست که این پیامدها با برخی از پیامدهای استخراج شده این پژوهش مانند افزایش اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، افزایش رفاه اجتماعی همخوانی دارد.

ورزش با ایجاد تغییرات در سیستم داخلی بدن به سلامت جسمانی کمک می‌کند، قدرت کارآیی جسمانی را افزایش می‌دهد، از بسیاری بیماری‌ها پیش‌گیری می‌کند و می‌تواند در درمان بسیاری از بیماری‌ها مفید باشد. همچنین با توجه به رابطه جسم و روان، ورزش می‌تواند علاوه بر تأمین و تضمین سلامت جسمانی، بر سلامت روانی نیز اثرگذار باشد. ورزش می‌تواند بر شکوفایی و پرورش خصیصه‌های کارآمدی نظیر اعتماد به نفس، صبر، صداقت، مسئولیت‌پذیری، احترام متقابل به حقوق سایر افراد و کار گروهی -مخصوصاً در ورزش‌های گروهی - مؤثر باشد که محصول آن سلامت روانی فرد و در نتیجه سلامت جامعه می‌شود. برون‌داد این سلامت روانی را می‌توان در شادی و نشاط و سلامتی فردی و جمعی مشاهده کرد و می‌تواند در تمامی عرصه‌های جامعه حضوری پررنگ داشته باشد و در مقایسه با جامعه‌ای که از این ویژگی برخوردار نیست، کاملاً متمایز است (Khataminy, 2014). مطالب فوق با یافته‌های پژوهش بهبود کیفیت زندگی و افزایش سرمایه اجتماعی به عنوان مقوله پیامد همخوانی دارد.

امینی و همکاران در طراحی مدل کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی در بخش متغیرهای ورودی محیطی به وضعیت بازار، فساد اجتماعی و نرخ بیکاری، آموزش و فرهنگ کارآفرینی، حمایت دولتی و ایجاد بستر قانونی و در بخش خروجی‌های سیستمی، به عواملی چون صنایع و کسب و کار، رشد اقتصادی و توسعه پایدار، نرخ بیکاری و فساد اجتماعی رسیدند که با برخی مقوله‌های این پژوهش چون فساد اجتماعی، نرخ بیکاری، زیرساخت قانونی و رشد اقتصادی همخوانی دارد (Amini & et.al., 2021).

سخن آخر اینکه، در جهان امروزی که سرعت تغییرات روز به روز بیشتر می‌شود، جوامع بیش از پیش به کارآفرینی اهمیت می‌دهند؛ کارآفرینی، فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نماید. در جامعه ایران امروز، موانع کارآفرینان صرف نظر از عوامل سیاسی، اقتصادی، حقوقی و مدیریتی به دلایل اجتماعی از جمله نادیده گرفتن روابط و پیوندهای اجتماعی نیز هست. اخیراً سرمایه اجتماعی به عنوان دارایی ناملموس و عامل موفقیت و رشد و پیشرفت سازمان‌ها مطرح است. در عصر حاضر برای توسعه بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیاز باشد؛ سرمایه اجتماعی مورد نیاز است. افرادی که سرمایه اجتماعی را ایجاد کرده و از آن استفاده می‌کنند، از قدرت و نفوذ بالاتری برخوردار بوده و موفقیت‌های بیشتری نیز کسب می‌نمایند و حتی احتمال کارآفرین شدن بیشتری دارند. طبق نتایج این پژوهش کارآفرینی با رویکرد سرمایه اجتماعی منجر به افزایش رفاه اجتماعی، بهبود کیفیت زندگی، افزایش رشد اقتصادی و کاهش نرخ بیکاری می‌گردد. براین اساس امروزه سرمایه اجتماعی به عنوان شایستگی ضروری برای کسب و کارها و جوامع محسوب می‌شود. سرمایه اجتماعی دارای دو جزء مشارکت و اعتماد است و برای اینکه کارآفرینان در این گسترده‌گی محیط‌های کاری و روند جهانی شدن کسب و کارها موفق باشند؛ باید سرمایه اجتماعی در محیط کار خود ایجاد کنند. سرمایه اجتماعی باعث ارتقای سطح همکاری اعضا و پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و

ارتباطات می‌شود. مدیران می‌توانند با ایجاد جو اعتماد، همکاری و مشارکت بین اعضای کسب و کار که از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است کارآفرینی را بهبود بخشند.

## منابع

- Alvani, S.M. & Abdolapoor, M. (2008). The role of social capital in organizational entrepreneurship. *Message From Management*, 27, 5-26. (Persian)
- Amini, M., Hamidifar, F., Torabi, T., & Ghods i M. (2021). Designing a Sustainable Entrepreneurship System Based on Value Creation: An Investment Approach. *Journal of Investment Knowledge*, 10(37), 459-488. (Persian)
- Bourdieu, P. (1983). Forms of capital. In Richards, J.C.(ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Green Wood Press.
- Duong , C.D., Nguyenb, H.X., Nga Ngo, T.V., Nguyena, V.H., & Linh Nguyen, T.P. (2020). The impact of individual and environmental characteristics on students' entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10, 599-608.
- Faghihi, A., & Feyzi, T. (2015). Social capital in the organization. *Courier of Light*, 3(3), 11-21. (Persian)
- Hasanzadeh, N., & Sohrabi, Z. (2022). Explain the factors affecting the development of sports entrepreneurship. *Sociological and Ecological Approach*, 1(2), 43-55. (Persian)
- Karlis, G. (2006). The future of leisure, recreation, and sport in Canada: A SWOT for small sized enterprises. *The Sport Journal*, 9, 1-17.
- Khataminy, F. (2014). Women, culture, sport and community health. *Message woman*, 268, 1. (Persian). [http://payamezan.eshragh.ir/article\\_55035.html](http://payamezan.eshragh.ir/article_55035.html)
- Liao, J., & Welsch, H. (2005). Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 345-362.
- Maykut, P.S., & Morehouse, R. (2004). *Beginning qualitative research: A philosophic and practical guide* psychology press . PP, 194.
- Mir, A., Namazian, F., Maroofi, F., & Moradi, A. (2021). Phenomenology of social capital and its role in explaining the strategy of corporate social responsibility with respect to the mediating role of organizational ethics. *Strategic Management Studies*, 46, 237-263. (Persian)
- Mondalizade, Z., Ehsani, M., & Honari, H. (2017). Designing a sustainable entrepreneurship model in sports using data-driven opinion. *Sport Management*, 8(5), 109-125. (Persian) <https://dx.doi.org/10.22059/jsm.2016.60443>
- Mondalizade, Z., & Honari, H. (2010). Investigating the factors affecting entrepreneurship in sports as an interdisciplinary field. *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 2, 113-136. (Persian)
- Mousavi, S.Z. (2020). Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship. *An Approach Quarterly in Business Management*, 1(1), 66-83. (Persian)
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academi of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Niazy, P., Nazari, R., & Azimzadeh, S.M. (2020). *Developing a sustainable development model for Iranian sport entrepreneurship*. PhD Thesis, Islamic Azad University of Isfahan (Khorasgan). (Persian)
- Salamzadeh, Y., Sangosanya, T.A., Salamzadeh, A., & Braga, V. (2022). Entrepreneurial universities and social capital: The moderating role of entrepreneurial intention in the Malaysian context. *The International Journal of Management Education*, 20(1).
- Salimi, M., Moslehi, L., & Labaf, A. (2022). Designing a model of cultural barriers for women's participation in leisure sports activities in sports recreation centers. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 1(1), 30-45. (Persian)
- Seyed javadin, S.R., Barari, M., & Saatchian, V. (2012). Relationship marketing in the sports industry. *Sports Management Studies*, 23, 15-34. (Persian)
- Weil, F., & Lee, M. (2012). The burdens of social capital: How socially-involved people dealt with stress after Hurricane Katrina. *Social Science Research*, 41(1), 110-119.