

## شناسایی و تبیین پیشایندهای کارآفرینی در صنعت ورزش با رویکرد کارآفرینی سبز

رستم کدخدایی<sup>۱</sup>، کاظم چراغ بیرجندی<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۸

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۲۵

ص ص: ۲۷۹-۲۹۹

### چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین پیشایندهای کارآفرینی در صنعت ورزش با رویکرد کارآفرینی سبز بود. رویکرد پژوهش حاضر کیفی بوده و برای طراحی الگو از تحلیل تم و برای جمع آوری داده ها از مصاحبه اکتشافی استفاده شده است. جامعه آماری شامل کارآفرینان ورزشی بود. با توجه به اهمیت موضوع پژوهش از نمونه گیری زنجیره ای (گلوله برفی) استفاده شده است و تعداد نمونه برای مصاحبه از ۱۲ نفر تشکیل شده است. نتایج نشان داد مهمترین پیشایندهای کارآفرینی سبز در صنعت ورزش عبارت اند از: عوامل بازاریابی، عوامل آموزشی و دانش، عوامل حمایتی و پشتیبانی، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و جامعه شناختی، عوامل اقتصادی، عوامل زیرساختی و عوامل مقررات و نظارتی. لذا با توجه به نتایج پیشنهاد می شود برای رشد کارآفرینی سبز در صنعت ورزش کارآفرینان ورزشی تلاش نمایند که

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده تربیت بدنی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.  
r\_kadkhodaii@gmail.com

۲. استادیار دانشکده تربیت بدنی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.  
kazembirjandi@gmail.com (نویسنده مسئول)

این حوزه جدید را به جامعه معرفی کنند و یادآور شوند که مصرف محصولات از این طیف علاوه بر حفظ محیط زیست باعث توسعه پایدار در اقتصاد هر کشور می شود.

**واژه‌های کلیدی:** صنعت ورزش، کارآفرینی، کارآفرینی سبز

## Identify and Explain the Prerequisites of Entrepreneurship in the Sports Industry with a Green Entrepreneurship Approach

Rostam Kadkhodaei<sup>1</sup>, Kazem Birjandi<sup>2\*</sup>

### Abstract

The purpose of this study was to identify and explain the Prerequisites of entrepreneurship in the sports industry with a green entrepreneurship approach. The approach of the present study is qualitative and theme analysis has been used to design the model and exploratory interview has been used to collect data. The statistical population consists of sports entrepreneurs. Due to the importance of the research topic, sampling of chains (snowballs) has been used and the number of samples for interviews is 12. The results showed that the most important green entrepreneurship in the sports industry are marketing factors, educational factors and Knowledge, support factors, individual factors, social and sociological factors, economic factors, infrastructure factors and regulatory and regulatory factors, so according to the results, it is suggested that sports entrepreneurs try to grow green entrepreneurship in the sports industry. To introduce to the community and remind that the consumption of products from this range, in addition to preserving the environment, will lead to sustainable development in the economy of each country.

---

1.MA. student, Faculty of Physical Education, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran.

r\_kadkhodai@gmail.com

2. Assistant Professor of Sports Management, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran

Corresponding Author\*: kazembirjandi@gmail.com



**Keywords:** Sports industry, entrepreneurship, green entrepreneurship

## مقدمه

امروزه تعداد افرادی که علاقه ای به ورزش ندارند و در دوره ای از زندگی خود به ورزش دست نزده اند تقریباً وجود ندارد (آتالا و همکاران، ۲۰۲۱). این نکته اهمیت صنعت ورزش را بیش از گذشته نشان می دهد. امروزه، تجاری سازی و حرفه ای سازی صنعت ورزش که دارای اثرات اقتصادی و اجتماعی در سطح بین المللی است، منجر به توسعه بخش ورزش به عنوان یک صنعت با سودآوری بسیار رقابتی شده است (راتن و همکاران، ۲۰۱۹). صنعت ورزش یکی از مهمترین پایگاههای توسعه اقتصادی و پیشرفت اجتماعی است و نقش مهیج و مهمی در اقتصاد ورزش و حتی رشد اقتصاد ملی داشته است. صنعت ورزش ظهور اقتصاد بشری مدرن در قالب اقتصاد صنعتی جدید، یکی از متنوع ترین صنایع در جهان تجارت و از نظر اقتصادی، یکی از عوامل مهم احیای اقتصاد ملی در بسیاری از کشورها است (هادیان و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو اهمیت کارآفرینی در این صنعت مهم تلقی می شود.

کارآفرینی ترکیبی از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه است که از توسعه و رشد سرمایه گذارهای مبتنی بر خلاقیت و نوآوری حمایت می کنند (کانینگام و همکاران، ۲۰۱۹). فعالیتهای کارآفرینی صرفاً داوری فرصتها نیست، بلکه به شکل گیری و استفاده از ایده های جدیدی که توسط نهادها اتخاذ می شود توجه دارد (احمد<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). از سویی کارآفرینی در عصر حاضر در شیوه های نوین ظهور یافته است که به نوعی اهمیت جامعه بشری را به موضوعات محیط زیستی سوق می دهد (خارباندا<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

در سناریوی کنونی، هنگامی که تهدیدهای مربوط به تغییرات آب و هوایی در سراسر دنیا رو به فزونی است، نیاز به یک تغییر پایدار در فرآیندهای مصرف و تولید موجود وجود دارد (هالدار<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). از آنجا که مسائل زیست محیطی به طور فزاینده تهدیدهای مهمی برای رشد اقتصادی محسوب می شوند؛ بنگاه ها، سلامت انسان و شرایط زندگی را جزء لاینفک فعالیت های اصلی تجارت می دانند (لوندیو<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۷) و کارآفرینی نقش مهمی در حفظ محیط زیست از طریق فعالیت های تجاری

1. Cunningham
2. Ahmad
3. Kharbanda
4. Haldar
5. Leonidou

دارد(خارباندا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). یکی دانشمندان محیط زیست در سراسر جهان هم اکنون در تلاشند تا استراتژی هایی را برای استفاده بهتر از منابع طبیعی در جهت ایجاد زندگی بهتر در اختیار داشته باشند. اقتصاد کشورهای در حال توسعه تحت تأثیر روشهای توسعه ناپایدار قرار گرفته است و پارادایم جدیدی در کارآفرینی ظهور کرد که به کارآفرینی سبز مشهور است (شر<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). اولین سابقه کارآفرینی سبز می تواند در سال ۱۹۶۰ کشف شود که عواقب تخریب محیط زیست و صنعتی شدن باعث ایجاد مقررات مربوط به حفاظت از محیط زیست در کشورهای توسعه یافته شد(جانگ<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). سیلادجیچ<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۸) کارآفرینان سبز را به عنوان کارآفرینانی معرفی می کنند که نوآوری های پایدار را در درجه اول با هدف ارتقاء اقتصاد کم کربن یا سبز انجام می دهند. کارآفرینان سبز یا کارگران مشاغل سبز که اغلب توسط بعضی از نویسندگان خوانده می شوند کسانی هستند که بر اساس اصل پایداری با ارزش های سبز قوی شروع به کار تجارت می کنند و محصولات یا خدمات سبز را به فروش می رسانند(ژاو<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). تمرکز بر درک زیست محیطی و شیوه های پایداری کسب و کار نشان داده است که جهت گیری سبز می تواند در مورد نگرانی اصلی تجارت و منابع طبیعی جهان سودمند باشد(نوردین<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینانی که در فعالیت های کسب و کارهای سبز سرمایه گذاری کرده اند، ممکن است در بلندمدت سود اقتصادی بالاتری کسب کنند . برای نمونه، در مورد تولید محصولات آلی (ارگانیک) با کاهش هزینه های سموم و کودهای شیمیایی و همچنین افزایش تمایل مصرف کنندگان به این نوع محصولات، سود کشاورزان در بلندمدت بیشتر خواهد بود(مورجی<sup>۷</sup>، ۲۰۱۹). آلمان با افزایش انگیزه تولیدکنندگان و همچنین خریداران، این کشور را به بزرگ ترین بازار انرژی خورشیدی و محصولات مرتبط تبدیل کرده است. طبق تجربه این کشور، شبکه سازی و استفاده از ظرفیتهای اجتماعی در کنار وضع تعرفه های گمرکی پایین تر برای محصولات سبز، در روند توسعه کارآفرینی سبز تأثیرگذار بوده است (برومیسا<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

## 6. Kharbanda

1. Sher
2. Jiang
3. Silajdžić,
4. Zhao
5. Nordin
6. Moriggi
7. Boromisa

پتولوری و فانی (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان، تشویق به کارآفرینی سبز: نسخه پیشنهادی سیاست (مطالعه بینش کارآفرینی از منظر اقتصاد نوظهور) نشان می دهد که بوم داران از طریق ترکیب ویژگی های شخصی و مکانیزم های نوآورانه که از لحاظ اقتصادی، محیطی و اجتماعی به دست آوردن ملموس و نامحسوس هستند، محدودیت های توسعه شرکت خود را جستجو و مذاکره می کنند. لی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان، نقش عوامل منطقه ای در توسعه صنعت سبز مبتنی بر نوآوری در چین نشان دادند که الف) نوآوری می تواند به توسعه صنعت سبز و تولید با کربن پایین، و در نتیجه کاهش مصرف منابع، بهبود عملیات اقتصادی و کاهش آلودگی کمک کند؛ ب) رابطه معینی بین سطح توسعه منطقه ای صنعت سبز و نوآوری در این صنعت وجود دارد؛ ج) همکاری کسب و کارها در پیشبرد نوآوری در صنایع سبز مؤثر است. کریمی و نبوی چشمی (۲۰۱۹) نشان داد که کارآفرینی سبز، تأثیر نوآوری سبز، فرهنگ سازمانی، مزیت رقابتی و مسئولیت اجتماعی-زیست محیطی بر عملکرد مالی شرکت های مورد مطالعه را تعدیل می کند.

در واقع فرآیند توسعه کارآفرینی سبز، کسب و کارها باید برای محیط زیستی و اجتماعی در مقابل اهداف اقتصادی اهمیت یکسانی قائل شوند (هال و همکاران، ۲۰۱۸). پیش از این اقتصاد و محیط زیست، دو جنبه رقابت کننده با یکدیگر شناخته می شدند و به نحوی رشد اقتصادی بدون تخریب محیط زیست امکان پذیر نرود؛ اما در کارآفرینی سبز فرصت های اقتصادی باید به نحوی سازگار با دو هدف توسعه یابد (پتولوری و همکاران، ۲۰۲۰). در کشورهای در حال توسعه سرمایه گذاری در کسب و کارهای سبز می تواند به ایجاد اشتغال پایدار منجر شود (نوردین و همکاران، ۲۰۱۹). طبق مطالعات صورت گرفته در کشور چین، گرایش کارآفرینانه سبز و گرایش بازاری همراه با یادگیری سازمانی می تواند به مزیت رقابتی پایدار در سطح شرکت ها منجر شود (پراتونو و همکاران، ۲۰۱۹). در این زمینه، بین اختراعات و مالکیت معنوی سبز شرکت ها و عملکرد آنها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این رابطه از سال ۲۰۰۶ با آغاز برنامه حمایت دولت از صنعت سبز چین تقویت شده است (لیو و همکاران، ۲۰۱۹). مطابق با (هرمان، ۲۰۱۵) با بیان اینکه کارآفرینی سبز راه حل مناسبی برای توانمندسازی جامعه در راستای ارتقاء رفاه مردم در برنامه ریزی توسعه پایدار زیست محیطی است، مهمترین شاخصه توسعه نوآوری سبز، ریسک پذیری سبز، پیشروی سبز و ... است. در سطح کلا، تمام مشاغل سبز کارآفرینی

1. Li

مزایای زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی ایجاد می کنند. جدا از مشارکت در تولید ناخالص داخلی، کارآفرینان انرژی خورشیدی همچنین سطح بالایی از مازاد مصرف کننده را تضمین می کنند، زیرا در تلاش هستند راه حلهای صرفه جویی در مصرف انرژی را با قیمت مناسب برای مصرف کنندگان ارائه دهند (هالدر، ۲۰۱۹).

ورزش یک منطقه اجتماعی از زندگی است که نه تنها به دلایل صرفاً اقتصادی، بلکه همچنین به دلیل داشتن فرصت هایی برای تولید کالاهای مهمی مانند سلامتی، رفاه و سرمایه اجتماعی جالب توجه است. بنابراین دولت ورزش را در قالب امکانات ورزشی، ورزش در مدرسه و دانشگاه، علوم ورزشی، تخفیف مالیاتی برای باشگاه های ورزشی و از طریق اقدامات دیگر ارتقا می دهد. در سال ۲۰۱۰، این تقریباً ۱۰ میلیارد یورو هزینه مستقیم یا کاهش درآمد مالیاتی برای ورزش در آلمان بود (والزل، ۲۰۲۰). بزرگترین چالش پیش روی کارآفرینی ورزشی، نیاز به پیشرفت با همان سرعت صنعت است. خواص ورزشی در حال توجه بیشتر به روشهای ابتکاری و پویا برای انجام تجارت هستند. شرکت های سرمایه دار خطرپذیر بدون تخصص سنتی در بخشهای خاص ورزش اکنون انگیزه دارند منابع قابل توجهی را به استارت آپ های ورزشی اختصاص دهند (هایداک، ۲۰۲۰).

کسب و کارهای ورزشی مانند سایر حوزه های کسب و کاری نیاز به تطبیق بیشتر با نیازهای محیطی و مشتریان دارند و هر گاه گرایش های مصرف کننده در حال تغییر به محصولات و خدمات متفاوت دیگر باشد، باید کارآفرینان ورزشی با تجهیز مهارت و دانش کافی شرایط رویایی با پارادایم جدید کارآفرینی داشته باشند، کارآفرینی سبز بنا بر ملاحظات که بر کارآفرینی پایدار و زیست محیطی دارد می توان تغییراتی بزرگ در کسب و کارهای ورزشی ایجاد کرده و نوآوری های زیادی در بخش محصولات و خدمات ورزشی ایجاد نماید. بی شک رسیدن به مرحله ای که نیازهای مشتریان را در این حوزه برآورده کرد نیاز به توسعه مهارت های لازم، دانش کافی این حوزه و شناخت الگوهای شناخته شده این حوزه از کارآفرینی دارد، و اینکه چرا حوزه کارآفرینی سبز در کشور ما به نسبت سایر کشورها کمتر رشد کرده جای سؤال است که باید با شناسایی عوامل موثر بر آن زمینه راهکارهای توسعه را فراهم ساخت. از این رو این پژوهش به دنبال این سؤال اساسی است که پیشایندهای کارآفرینی در صنعت ورزش با رویکرد کارآفرینی سبز چه هستند؟

روش شناسی پژوهش



رویکرد پژوهش حاضر کیفی بوده و برای جمع آوری داده ها از مصاحبه های نیمه ساختاریافته با تاکید بر رویکردی اکتشافی و برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه ها از روش تحلیل تم که در پژوهشهای کیفی کاربرد گسترده ای دارد استفاده شده است. برای نگارش مبانی نظری پژوهش از منابع کتابخانه ای استفاده شده و اطلاعات موردنیاز از منابع اولیه و ثانویه مختلف جمع آوری شده است. جامعه آماری پژوهش برای مصاحبه راصحابان کسب و کارهای ورزش در این پژوهش کارآفرینان ورزشی تشکیل می دهند. در انتخاب کارآفرینان کسب و کارهای کوچک و متوسط که کارکنان آنها بالای ۵۰ نفر بودند انتخاب شدند. با توجه به اهمیت موضوع پژوهش در مصاحبه، از نمونه گیری زنجیره ای (گلوله برفی) استفاده شده است. منطبق روش نمونه گیری زنجیره ای به این شکل است که در طول مصاحبه، از مشارکت کنندگان تقاضا می شود تا سایر افراد یا گروه هایی را که فعالانه در کارآفرینی ورزشی درگیر هستند معرفی کنند، در نتیجه نمونه افراد گسترش می یابد. تعداد نمونه ها تا آنجا که به مرحله اشباع برسد ادامه می یابد. در این پژوهش تعداد نمونه برای مصاحبه شامل ۱۲ نفر می شود.

## یافته‌ها

جدول ۱. توصیف دموگرافیک مصاحبه‌ها

ردیف	سن	جنسیت	تجربه	تحصیلات	کد مصاحبه
۱	۴۵	مرد	۱۰	لیسانس	P1
۲	۲۵	مرد	۶	فوق لیسانس	P2
۳	۴۰	مرد	۱۰	لیسانس	P3
۴	۵۵	زن	۹	لیسانس	P4
۵	۶۱	زن	۱۵	فوق لیسانس	P5
۶	۲۸	مرد	۲	لیسانس	P6
۷	۳۵	مرد	۷	فوق لیسانس	P7
۸	۳۷	زن	۸	لیسانس	P8
۹	۴۱	زن	۱۰	فوق لیسانس	P9
۱۰	۳۵	زن	۱۱	لیسانس	P10
۱۱	۳۸	مرد	۱۰	فوق لیسانس	P11
۱۲	۴۸	مرد	۱۱	لیسانس	P12

همان‌طور که بیان شد روش تعیین حجم نمونه در بخش مصاحبه بر اساس نمونه‌گیری گلوله برفی می‌باشد و مصاحبه‌ها تا رسیدن به مرحله اشباع و حد کفایت داده‌های جمع‌آوری شده ادامه دارد. در این راستا تعداد ۱۲ مصاحبه با خبرگان و کارآفرینان در حوزه کارآفرینی سبز انجام شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه از روش تحلیل تم استفاده شد که تحلیل تم دارای ۶ مرحله می‌باشد که عبارتند از:

مرحله ی (۱) آشنایی با داده‌ها: در این مرحله پژوهشگر با عمق محتوایی داده‌ها آشنا شود.

مرحله ی (۲) ایجاد کدهای اولیه: این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌هاست. کدها ویژگی‌هایی را معرفی می‌کنند که به نظر پژوهشگر جالب است.

مرحله ی (۳): جستجوی کدهای گزینشی: این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب کدهای گزینشی و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده است.

مرحله ی (۴) شکل‌گیری تم‌های فرعی: این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه و شکل‌دهی به تم‌های فرعی است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌های فرعی در مورد مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود.

مرحله ی (۵) تعریف و نام‌گذاری تم‌های اصلی: در این مرحله، تم‌های اصلی که برای تحلیل ارائه شده، تعریف شده و مورد بازبینی مجدد قرار می‌گیرد، سپس داده‌های داخل آنها تحلیل می‌شود. به وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی که یک تم در مورد آن بحث می‌کند مشخص و تعیین می‌شود که هر تم اصلی کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد.

مرحله ی (۶) تهیه گزارش: مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که پژوهشگر مجموعه‌ای از تم‌های اصلی کاملاً انتزاعی و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای پژوهش را در اختیار داشته باشد.

بعد از انجام مصاحبه‌ها و کدگذاری‌ها، کدهای استخراجی به‌دست‌آمده مورد بررسی قرار گرفت و درنهایت، مفاهیم اصلی پاسخ‌دهنده به سؤال اصلی پژوهش تدوین می‌شود. محقق، کدهای استخراجی را که بیش‌ترین قرابت معنایی و مفهومی را نسبت به هم دارند کنار هم قرار داده و به خلق معانی و واژه‌های جدید پرداخته است. و در نهایت چارچوب کلی پژوهش ایجاد گردیده است که در جدول ذیل قابل نمایش می‌باشد:

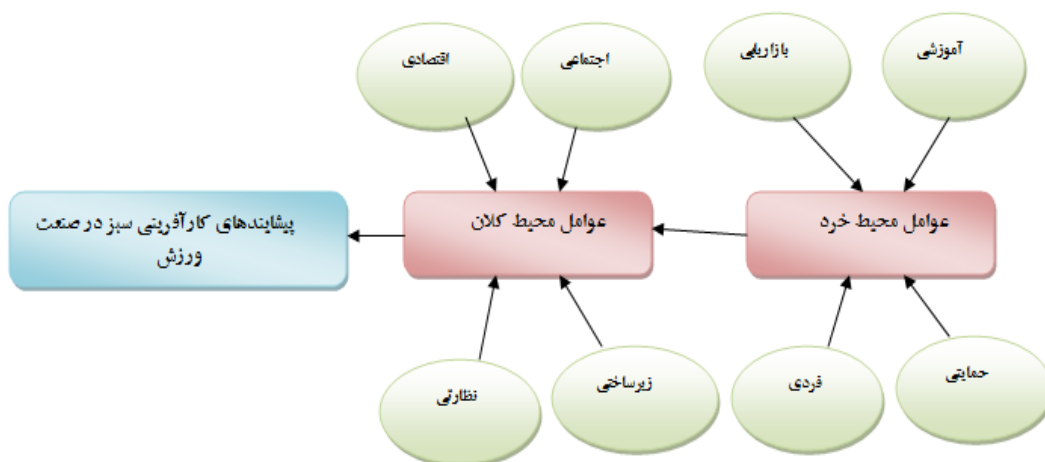
جدول ۲. عوامل شناسایی شده

کد گذاری گزینشی	تم فرعی	تم اصلی	
نام و برند تجاری مشخص	عوامل بازاریابی		شناسایی و تبیین پیشایندهای کارآفرینی در صنعت ورزش با رویکرد کارآفرینی سبز
اطلاع رسانی و تبلیغ مؤثر در زمینه تولید و مصرف محصولات سبز			
رقابت پذیری محصولات سبز			
تبلیغ سبز توسط دولت			
ترویج رسانه ها از کارآفرینانی زنان در بخش کارآفرینی سبز			
مهارت و دانش کافی برای تولید محصول سبز	عوامل آموزشی و دانش		
آموزش های رسمی و غیر رسمی			
امکان پذیری فنی و تخصصی			
در دسترس بودن دانش علمی و فناوری و آگاهی های زیست محیطی			
حمایت های دولت در زمین توسعه بازار محصول	عوامل حمایتی و پشتیبانی	عوامل محیط خرد	
چهارچوب های نهادی مناسب برای حمایت از کارآفرینی سبز			
تعاونی های خودجوش			
تامین مالی برای کارآفرینی سبز			



نرخ تسهیلات مالی			
ریسک پذیری	عوامل فردی		
آینده نگری			
قدرت مذاکره			
مهارت ارتباطی			
خلاقیت			
مهارت فروش			
اهمیت جامعه به تولید محصول سبز	عوامل اجتماعی و جامعه شناختی		
امکان پذیری اجتماعی			
فرهنگ سازمانی			
مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی			
تمایل شکل های تولیدی مانند اتحادیه ها به تولید محصولات سبز	عوامل اقتصادی	عوامل محیط کلان	
امکان پذیری اقتصادی			
تولید اشتغال			
کارآیی بیشتر از منابع			
اختصاص یارانه به تجارت سبز			
فناوری تولید محصولات سالم			

عوامل زیر ساختی	رشد فناوری های سبز در توسعه محصولات سبز
عوامل مقررات و نظارتی	توسعه شبکه های ارتباطی
	مقررات و استانداردهای خاص برای محصولات سبز
	سازمان یا شرکت مشخص برای مقررات و تأیید محصول سبز
	رویه های نظارتی دولت ها



شکل ۱: مدل مفهومی پیشایندهای کارآفرینی سبز در صنعت ورزش

### بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و تبیین پیشایندهای کارآفرینی در صنعت ورزش با رویکرد کارآفرینی سبز بود. شاخص جهانی کارآفرینی هم کیفیت کارآفرینی و هم گستره و عمق حمایتی از اکوسیستم کارآفرینانه در کشور را می سنجد. همانند گزارش سال گذشته ده کشور برتر اکثراً از اروپا و با درآمد بالا

بوده اند. کشورهای ایالت متحده امریکا، سوئیس، کانادا، انگلستان، استرالیا، دانمارک، ایسلند، ایرلند، سوئد و فرانسه ده کشور اول از نظر وضعیت کارآفرینانه می باشند. گزارش امسال نشان می دهد که انگلستان از رتبه ۸ سال گذشته جهش فوق العاده ای داشته و به رتبه ۴ صعود کرده است. این در حالی است که سوئد از رتبه ۴ در سال ۲۰۱۷ به رتبه ۹ در سال ۲۰۱۸ سقوط داشته است. از آنجایی که در بالای جدول رقابت بسیار شدید بوده و نمرات بسیار نزدیک به هم می باشد تغییر جزئی در هر یک از ارکان می تواند رتبه کشورها را دستخوش تحولات عظیمی کند (ژائو و همکاران، ۲۰۲۰).

نتایج تحلیل نشان داد عوامل بازاریابی به عنوان یکی از ابعاد مهم در جهت کارآفرینی سبز در صنعت ورزش می باشد. نتایج تحقیقات شر و همکاران (۲۰۱۹)، پاراتونو و همکاران (۲۰۱۹)، با تحقیق حاضر همسو می باشد. شر و همکاران (۲۰۱۹) موانع مرتبط با آموزش و توسعه، موانع مربوط به بازار و موانع مربوط به مشتری از مهمترین موانع کارآفرینی سبز هستند. پاراتونو و همکاران (۲۰۱۹) یک تمایل شدید وجود دارد که یادگیری بین سازمانی به عنوان یک متغیر مداخله گر که با دریافت ورودی از جهت گیری کارآفرینی سبز و جهت گیری بازار، که به عنوان یک ساختار برون سازگار است، نقش محوری ایفا می کند. از این رو، یادگیری بین سازمانی بیشتر، شرکت ها را به سمت دستیابی به مزیت رقابتی پایدارتر سوق می دهد.

دانش بازاریابی یکی از مهمترین ویژگی های کارآفرینان موفق دنیا است و همواره بهره جستن از متخصصین بازاریابی برای رشد کسب و کار و غلبه بر موانع محیطی پیشنهاد می شود. حوزه بازاریابی با توجه به وسعت آن و رشد سریع آن در دو دهه اخیر بیشتر مورد توجه فعالان بازار قرار گرفته و استراتژیهای نوین در ارائه محصولات، تولید محصولات، فروش محصولات و قیمت گذاری و خیلی از موارد دیگر تنها قسمتی کوچک از این دریای بیکران بازاریابی می باشد. از مباحث مهم دیگر در این بخش برند و مفهوم برندسازی محصولات ورزشی است، بی شک محصولات برند در رقابت موفق هستند و نیازی به هزینه های سرسام آور سایر شرکت ها ندارند، حوزه کارآفرینی سبز با توجه به نو بودن نیاز به برجسته سازی و برند کردن محصولات است تا با ترغیب مشتریان به این گونه محصولات در ارزش ویژه برند و تصویر مطلوب آن در ذهن مصرف کنندگان بیش از گذشته موفق باشند.

نتایج تحقیق نشان داد، عوامل آموزشی و دانش یکی از ابعاد مهم در جهت کارآفرینی سبز در صنعت ورزش می باشد. نتایج تحقیقات شر و همکاران (۲۰۱۹)، سومورو و همکاران (۲۰۱۹)، با تحقیق حاضر همسو می باشد. سومورو و همکاران (۲۰۱۹) یافته های این مطالعه می تواند دولت، سیاست گذاران و مقامات دانشگاه را در ایجاد برنامه آگاهی بخشی از طریق ایجاد برنامه درسی که می تواند گرایش

بیشتری به سمت آموزش سبز و پایدار داشته باشد، پشتیبانی کند. نتایج ممکن است منجر به ایجاد مکان زندگی بهتر برای نسل های آینده در سراسر جهان شود.

علاوه بر این نتایج تحقیق نشان داد، عوامل حمایتی و پشتیبانی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش می باشد. نتایج تحقیقات شر و همکاران (۲۰۱۹)، شریف زاده و همکاران (۱۳۹۸)، با تحقیق حاضر همسو می باشند. بال<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) خاطرنشان کرد که حتی در جایی که حمایت دولت وجود دارد، سؤالهای مربوط به مناسب بودن آن مطرح می شود. این نویسنده نقشی را که ابزارهای پشتیبانی دولت برای ارتقاء سرمایه گذاری های سبز در بازارهای انرژی انگلستان، آلمان و فرانسه ایفا کرده اند، بررسی کرد و نتیجه گرفتند که سازوکارها توسط کارآفرینان مفید به نظر می رسد، اما این سیاست ها بیشتر به نفع کسب و کارهای در و تولیدکنندگان در مقیاس بزرگ است و کسبو کارهای کوچک کمتر مورد حمایت هستند. در حالیکه شروع کسبو کار سبز نیاز به حمایت دولت در قالب یارانه دولتی است که این خود نیاز به گذراندن مسیر های طولانی بروکراسی در ادارات می باشد. همچنین شفافیت در مورد چگونگی تصمیم گیری در مورد برنامه ها نیز به عنوان یک چالش دشوار است و همچنین الزامات سنگین نظارت و گزارش دهی که در نتیجه روابط پیچیده تر و متنوع تر با این ذینفعان بوجود می آیند.

عوامل فردی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش می باشد نتایج تحقیقات فوس و همکاران (۲۰۱۹)، با تحقیق حاضر همسو می باشد. فوس و همکاران (۲۰۱۹) عمده شکاف در تحقیقات کارآفرینی زنان مربوط به بحث مهارت های زنان در کارآفرینی است که عامل مبهم در این زمینه بشمار می رود.

مهارت های ارتباطی معیار و شاخص مهم در این کسب و کار بوده و نقش توانایی در برقراری ارتباط موثر کاری با زنجیره تامین در این مبحث غیرقابل انکار می باشد. تشکیل واحدهای صنفی و اتحادیه ها و شکل های تولیدی در توسعه کسب و کار سبز نقش عمده ای دارد و با استفاده از این تشکل ها می توان افراد علاقه مند به کسب و کار سبز را توجیه و مجاب به راه اندازی ایده مورد نظر کرد. اگر راه برای ورود افراد به این عرصه هموار باشد مسلما ما شاهد رونق و پیشرفت در این جامعه خواهیم بود مثلا با

1. Ball

امکان پذیری اقتصادی میشود از ریسک های موجود بر سر راه این کسب و کار کم کرد و این امر مهم با حمایت مالی بانک ها و موسسه های مالی فراهم میشود. در هر جامعه ای منابعی وجود دارد که بعضی از آنها سهل الوصول و بعضی از آنها غیر قابل دسترس میباشد. اگر شرایطی فراهم شود که بتوان از این امکانات استفاده کرد کارایی بالا میرود. با کارایی بیشتر منابع بهره وری و کارایی کل سازمان افزایش می یابد. ریسک سرمایه گذاری در این کسب و کارها زیاد است و همین عامل باعث میشود که بسیاری از استعدادهای ایده های افراد، به صورت حرفه درنیامده و کسب و کار موفق نشود. دولت و جامعه باید در جهت کاهش ریسک این صنعت بکوشد. میتوان با تخصیص بودجه اختصاصی به کسب و کار سبز در بخش خصوصی و دولتی از این کارآفرینان حمایت کرد.

نتایج تحقیق نشان داد، عوامل اجتماعی و جامعه شناختی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش می باشد. نتایج تحقیقات شانکار<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰)، پتولوری و فانی (۲۰۲۰)، شریف زاده و همکاران (۱۳۹۸) همسو می باشد (۲۲،۱). توماس و جوز (۲۰۲۰) در پژوهشی نشان دادند که زنان جوان در راه اندازی مشاغلی که مرتبط با موضوعات اجتماعی هستند توانمند بوده اما در مسیر کسب و کاری با مشکلات زیادی از قبیل خانواده و محیط روبه رو هستند.

در عصر حاضر، اکثر جوامع و سازمان ها به دنبال تغییر، تحول و نوآوری در فرآیندها و ساختارهای خود بوده به این معنا که در پی روش های نوین کارا در این زمینه هستند. با توجه به بافتی که در حال حاضر بر دنیای کسب و کار سازمان ها حکمفرماست، سازمان ها ناگزیر از انجام تغییراتی در نگرش، دانش، رویکردها، رویه ها و نتایج مورد انتظار خود هستند. هر انسان براساس امکان دریافت اطلاعات و قدرت تجزیه تحلیل از محیط و عوامل ساخته و پرداخته بشری که ناشی از نظام اقتصادی با مکانیزم هماهنگ کننده بازار و همچنین ارزشها که در اینجا قانون هستند، براساس منافع خود و هزینه های مختلف رفتاری، رفتارهای مشخصی را بروز می دهد که جمع این رفتارها بر روی منابع تولید و فناوری ها تاثیر گذاشته، ضمن اینکه این تاثیر گذاری هم روی بازار و هم روی ارزشها اثر داشته و باز این عوامل بر روی عملکرد اقتصادی موثر بوده و این چرخه ادامه می یابد. بر اثر تاثیر این عوامل بر روی یکدیگر در طول زمان در هر جامعه ای به یک حالت خود سازماندهی می رسیم. در این حالت نرم ها یعنی قانون با ثبات می شود. این سازماندهی که در طول زمان شکل گرفته را نمی توان به آسانی اصلاح و یا تغییر داد.



علاوه بر این نتایج تحقیق نشان داد، عوامل اقتصادی از پیشایندهای دیگر کارآفرینی سبز در صنعت ورزش است که نتایج تحقیقات شانکار و همکاران (۲۰۲۰)، پتولوری و فانی (۲۰۲۰)، لی و همکاران (۲۰۱۹)، شریف زاده و همکاران (۱۳۹۸) با تحقیق حاضر همسو می باشد. شانکار و همکاران (۲۰۲۰) چالش های کلیدی در کارآفرینی زنان و برنامه های بالقوه حمایت از اکوسیستم کارآفرینی زنان از یک منظر مبتنی بر منابع شناسایی می شود و بر پنج منبع اصلی سرمایه - اقتصادی، اجتماعی، زمانی، فرهنگی و نمادین متمرکز است.

بنگاه های اقتصادی سبز امکانات زیادی را هم برای محیط زیست و هم برای کارآفرینان سبز ایجاد می کنند. با این امر و با حمایت از منابع طبیعی، هزینه ها را کاهش داده و با ایجاد فضای جدید و متفاوتی در بازار در توسعه اقتصادی پایدار جوامع، به کارآفرینها کمک می کنند. با حمایت های مناسب و به جا، کارآفرینان از فرصت های ایجاد شده توسط شرکت های سبز بهره مند شده و آگاهی زیست محیطی مصرف کنندگان را ارتقا می دهند. جوامع نیز از این طریق سود می برند، زیرا مسئولیت تعهد زیست محیطی مشاغل کمتر متوجه سازمانهای دولتی بیوده، از سوی دیگر از محیط زیست حمایت شده و مشاغل ارائه می شود که منجر به کاهش کیفیت زندگی نمی گردد. کارآفرینان شخصی به این امکانات برای اداره کمبودها و پیوستگی اطلاعات مجهز می شوند. مشارکت طبقه کارآفرینان شخصی و برنامه هایشان نقش مهمی را در اشتغال افراد در بنگاه های سبز دارد، آنها را با منابع لازم ارتباط داده و به آنها در تبدیل منافع زیست محیطی کسب و کارشان به سرمایه کمک می کند.

نتایج تحقیق نشان داد، عوامل زیرساختی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش می باشد. نتایج تحقیقات شریف زاده و همکاران (۱۳۹۸)، کوهستانی و همکاران (۱۳۹۸) همسو می باشد. کوهستانی و همکاران (۱۳۹۸) توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چند وجهی بوده، نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خلاق، حمایت های مالی و اقتصادی از زنان روستایی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقاء زیرساختهای محیطی در روستاهای کشور است. یکی از زیرساخت های مهم در حوزه محصولات و خدمات سبز، فراهم ساختن فناوری تولید این گونه محصولات است. می توان از فناوری کشورهای موفق در این حوزه استفاده نمود و در کشور خودمان بومی سازی لازم را انجام داد. محصولات سبز با توجه به اینکه باعث کمترین آسیب به محیط زیست می شوند در سراسر دنیا طرفداران زیادی دارند و شرکت هایی که بتوانند در این حوزه به خوقفی برسند و استاندارد

های لازم را کسب کنند، موفق‌تری بسیاری در خارج از مرزهای کشور خواهند داشت و قادر خواهند بود این تکنولوژی را به تمامی دنیا بفروشند.

نتایج تحقیق نشان داد، عوامل مقررات و نظارتی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش می باشد. نتایج تحقیقات میوه چی و عدالتان شهریاری (۱۳۹۸)، شریف زاده و همکاران (۱۳۹۸) همسو می باشد. میوه چی و عدالتان شهریاری (۱۳۹۸) نشان دادند که توجه به تکنولوژی حامی محیط زیست و تأثیرات نهادهای از جمله قوانین و بازار نقش تعیین کننده در کارآفرینی سبز ایفا می کنند. مقررات و عوامل نظارتی یکی از عوامل کلیدی در موفقیت هر کسب و کاری است تا زمانی که محصول و خدمتی براساس اصول استاندارد و مقررات خاص هر کشور و صنعت تولید نشود، در بلندمدت باعث آسیب های جبران ناپذیری بر بدنه کسب و کار و اقتصاد کشور وارد می کند. لذا لزوم اجرایی کردن مقررات مربوط به تولید محصولات سبز و همچنین تسهیل مقررات برای کارآفرینان از نکات مهم در این موضوعی بشمار می رود.

با توجه به اهمیت کارآفرینی سبز در عصر حاضر و رشد آن در سال های اخیر پیشنهاداتی در این زمینه ارائه می گردد:

افرادی که تازه شروع به ایجاد یک کسب و کار در حوزه ورزش می کنند در دوره های بازاریابی شرکت نمایند و با تسلط بر ۴ عامل کلیدی بازاریابی (محصول، قیمت، ترویج، مکان) و مهارت های فروش در حوزه محصولات سبز باعث رشد خود در حوزه کسب و کاری خودشان شوند. یکی از راه های خلق کارآفرینی سبز الگو برداری از کشورهای صاحب نام در این حوزه است با تحقیق کسب و کارهایی موفق و نو در کارآفرینی سبز و پیاده سازی آن در داخل کشور می توان تعداد این نوع کسب و کار ورزشی را افزایش دهد.

عوامل حمایتی و پشتیبانی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش است، لذا پیشنهاد می شود که، بخش خصوصی و دولت با تعامل همدیگر در حمایت از محصولات سبز حوزه ورزش اقدام نمایند، از اختصاص وام های با بهره کم و یارانه به این نوع خدمات و با حمایت از کارآفرینان در فرآیند کسب و کاری زمینه رشد بیشتر این نوع کسب و کارها را افزایش دهند. همچنین خانواده ها نقش تعیین کننده ای در رشد کارآفرینی سبز در بخش ورزش دارند؛ اهمیت دادن به ورزش مقدمه ای برای رشد کسب و کارهای این حوزه است تا زمانی که ورزش به عنوان یک بخش مهم سبب اقتصادی خانوار نباشد، امید به رشد کسب و کارهای ورزشی در این حوزه و از همه مهمتر کسب و کارهای نوین در بخش کارآفرینی سبز کم رنگ تر می شود.

عوامل اجتماعی و جامعه‌شناختی یکی دیگر از پیشایندهای کارآفرینی سبز در حوزه ورزش است. لذا پیشنهاد می‌شود، رسانه‌ها اجتماعی که نقش تعیین‌کننده‌ای در ترویج و ارتقاء این نوع محصولات در سطح جامعه دارند بیش از گذشته برای ترویج آن اقدام نمایند و دیدگاه جامعه نسبت به این نوع محصولات تغییر یابد. علاوه بر این پرداختن به آموزش کارآفرینی سبز به عنوان یک خلاء مهم در آموزش کشور دیده می‌شود و چه بهتر که از همان سنین ابتدایی و در محیط آموزش و پرورش آغاز شده و در ادامه در دانشگاه، دانشجویان اقدام به راه اندازی کسب و کار ورزشی نمایند، لذا فرآیند آموزش در این حوزه باید در مقطع دانشگاه حتما به کسب و کار اختتام یابد.

### منابع

شریف زاده، م. ش؛ عبدالله زاده، غ. ح؛ رهبری، م. (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت بندی زمینه های توسعه کسب و کارهای سبز در استان گلستان. توسعه کارآفرینی، دوره ۱۲، شماره ۲، ص ۲۰۱-۲۱۹  
میوه چی، ل؛ عدالتیان شهریار، ج. (۱۳۹۸). نقش کارآفرینی سبز بر عملکرد زیست محیطی براساس مدل خودسازماندهی. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، شماره ۲۵، ص ۵۹-۷۱.

Ahmad, N. H., Halim, H. A., Ramayah, T., Popa, S., & Papa, A. (2018). The ecosystem of entrepreneurial university: the case of higher education in a developing country. *International Journal of Technology Management*, 78(1-2): 52-69.

Atalay, A., & Boztepe, E. (2021). An evaluation of the e-sports industry and its economic outputs.

Boromisa, A.M., Tišma, S., & Raditya Lezaic, A. (2015). *Green Jobs for Sustainable Development*, Routledge Studies in Ecological Economics, New York: 109-137.

Cunningham, J. A., Menter, M., & Wirsching, K. (2019). Entrepreneurial ecosystem governance: A principal investigator-centered governance framework. *Small Business Economics*, 52(2), 545-562



Foss, L., Henry, C., Ahl, H., & Mikalsen, G. H. (2019). Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence. *Small Business Economics*, 53(2), 409-429.

GIZ (2017), Green and Inclusive Business Toolbox - Promoting Green and Inclusive Business Models in Development Cooperation Programmes, <http://www.giz.de/www.giz.de>.

Haldar, S. (2019). Green entrepreneurship in the renewable energy sector—a case study of Gujarat. *Journal of Science and Technology Policy Management*.

Hadian, H., Razavi, S. M. H., Boroumand, M. R., & Amirnejad, S. Strategies for Developing Economy of Iran's Sports Industry. *Annals of Applied Sport Science*, 0-0.

Hayduk, T. (2020). The Future for Sport Entrepreneurship. In *Sport Entrepreneurship and Public Policy* (pp. 135-152). Springer, Cham.

Herman, Lalu Edy., Anggraeni, Ade Irma., (2015), Nurturing Green Product Into Globalization: Challenges and Opportunities Over Indonesian SME's, *International Journal of Applied Business and Economic Research* (IJABER), ISSN: 0972-7302, Vol. 13, No. 7, November.

Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T. (2018). Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic capability perspective. *Journal of Cleaner Production*, 198, 1311-1323.

Karimi, R. F., & Nabavi Chashmi, S. A. (2019). Designing green entrepreneurship model in sustainable development consistent with the performance of Tehran Industrial Towns. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(1), 95-102.

Kharbanda, N., Kaur, T., & Kaur, S. (2020). Green entrepreneurship to move towards green economy, *Journal of Interdisciplinary Cycle Research*, p:1313-1318.

Li, Wei; Jue Wang, Rongxiao Chen, Yongqin Xi, Shi Qiang Liu, Feimei Wu, Mahmoud Masoud, Xueping Wu, (2019). Innovation-driven industrial green development: The moderating role of regional factors. *Journal of Cleaner Production*, 222: 344-354.

Leonidou, L.C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L.P., Palihawadana, D., 2017. Internal drivers and performance consequences of small firm green business strategy: the moderating role of external forces. *J. Bus. Ethics*. 140 (3), 585-606

Liu, P.; Gao, H., & Ma, J. (2019). Novel green supplier selection method by combining quality function deployment with partitioned Bonferroni mean operator in interval type-2 fuzzy environment. *Information Sciences*, 490: 292-316.

Moriggi, A. (2020). Exploring enabling resources for place-based social entrepreneurship: a participatory study of Green Care practices in Finland. *Sustainability Science*, 15(2), 437-453.

Nordin, R., & Hassan, R. A. (2019). The Role of Opportunities for Green Entrepreneurship Towards Investigating the Practice of Green Entrepreneurship among SMEs in Malaysia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8, 99-116.

Potluri, S., & Phani, B. V. (2020). Incentivizing Green Entrepreneurship: A Proposed Policy Prescription (a study of entrepreneurial insights from an emerging economy perspective). *Journal of Cleaner Production*, 120843.



Pratono, A.H., Darmasetiawan, N.K., Yudianto, A., & Jeong, B.G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning. *Bottom Line*;32(1):2-15

Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: synthesis and lessons: introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2), 1-7.

Shankar, A., B Elam, A., & Glinski, A. (2020). Strengthening the Women's Entrepreneurship Ecosystem within the Energy Sector.

Sher, A., Mazhar, S., Zulfiqar, F., Wang, D., & Li, X. (2019). Green entrepreneurial farming: A dream or reality? *Journal of Cleaner Production*, 220, 1131-1142.

Silajdžić, I., Kurtagić, S. M., & Vučijak, B. (2015). Green entrepreneurship in transition economies: a case study of Bosnia and Herzegovina. *Journal of Cleaner Production*, 88, 376-384.

Soomro, B.; Ghumro, I.; Shah, N. Green entrepreneurship inclination among the younger generation: An avenue towards a green economy. *Sustain. Dev.* 2019, 10, 1002.

Walzel, S. (2021). *Fundamentals of Sports Economics and Sports Management*. In *Managing Sports Teams* (pp. 1-22). Springer, Cham.

Zhao, X., Shang, Y., & Song, M. (2019). Industrial structure distortion and urban ecological efficiency from the perspective of green entrepreneurial ecosystems. *Socio-Economic Planning Sciences*, 100757.

Zhao, X., Shang, Y., & Song, M. (2020). Industrial structure distortion and urban ecological efficiency from the perspective of green entrepreneurial ecosystems. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72, 100757