

## Identification of Factors Affecting Entrepreneurship in the Sports Industry of Iran

**Amenah Nikouei:** Ph.D., Department of Sports Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (**Corresponding author**). [raminmansouri23@gmail.com](mailto:raminmansouri23@gmail.com)

**MohammadReza EsmailiShazandi:** Associate Professor, Department of Sports Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. [dr.m.esmaeili@gmail.com](mailto:dr.m.esmaeili@gmail.com)

**Farideh Ashraf Ganjoui:** Associate Professor, Sports Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. [ganjouei@yahoo.com](mailto:ganjouei@yahoo.com)

### Abstract

The aim of the present research was to identify the factors influencing entrepreneurship in the sports industry. The research method employed in this study was qualitative research with a thematic analysis approach. Participants in the research included sports management professors, entrepreneurship professors, and individuals with experience in sports business. The sampling process was purposeful and continued until theoretical saturation was achieved. Data analysis was conducted through coding based on theoretical foundations and semi-structured interviews with 20 experts in the field. Validity and reliability of the research were ensured through acceptability, transferability, and confirmability. The results of the conducted interviews indicated that the effective factors in entrepreneurship development in the country's sports industry consisted of 60 codes and 4 main factors, including structural factors, environmental factors, behavioral factors, and technological factors. The research results demonstrated that the perception of young individuals about their active role in the job market plays a significant role in their future employment. Therefore, it is suggested that the expectations of young people regarding their future careers be taken into account. Consequently, the importance of sports employment should be prioritized in the decision-making agenda, and a database related to sports occupations should be designed within the framework of sports programs.

**Keywords:** Entrepreneurship, Sports Entrepreneurship, Sports Industry, Sports jobs, Thematic analysis.

---

**Cite this article:** Nikouei, A., EsmailiShazandi, M.R. & Ashraf Ganjoui, F. (2023). Identification of Factors Affecting Entrepreneurship in the Sports Industry of Iran. *Applied Research in Sports Science and Health*, 2(3).

**Received:** 2023/06/15; **Revised:** 2023/07/10; **Accepted:**2023/08/12; **Published online:** 2023/09/24

**Article type:** Research Article

**Publisher:** Qom Islamic Azad University

© the authors



## شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعت ورزش

آمنه نیکویی: دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

raminmansouri23@gmail.com

محمدرضا اسماعیلی شازندی: دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

dr.m.esmaeili@gmail.com

فریده اشرف گنجویی: دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ganjouei@yahoo.com

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعت ورزش بود. روش تحقیق از نوع تحقیقات کیفی با رویکرد تحلیل تماتیک است. جامعه آماری شامل اساتید مدیریت ورزشی، اساتید کارآفرینی و کسب‌وکار در ورزش بودند و فرایند نمونه‌گیری به صورت هدفمند و گلوله برفی تا رسیدن محقق به اشباع نظری انجام شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت کدگذاری حاصل از مبانی نظری و مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۲۰ نفر از خبرگان تحقیق انجام گرفت. برای آزمون روایی و پایایی تحقیق از مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده شد. نتایج نشان داد که عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش کشور شامل ۶۰ کد باز و ۴ عامل اصلی شامل عوامل ساختاری، عوامل محیطی، عوامل رفتاری و عوامل فناوری بودند. همچنین نگاه جوانان به نقش فعال خود در عرصه‌های شغلی نقش مهمی در اشتغال آتی آنها دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود انتظارات جوانان از آینده شغلی‌شان در نظر گرفته شود؛ از همین رو لزوم نگاهی ویژه به اشتغال ورزشی باید در سرلوحه برنامه‌های تصمیم‌گیرندگان قرار گیرد.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی، صنعت ورزش، مشاغل ورزشی.

**استناد به این مقاله:** نیکویی، آمنه؛ اسماعیلی شازندی، محمدرضا؛ اشرف گنجویی، فریده (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعت ورزش. پژوهش‌های کاربردی در علوم ورزشی و سلامت، ۲(۳).

نوع مقاله: مقاله پژوهشی      ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم      © نویسندگان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۵      تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۴/۱۹      تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۱      تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۰۷/۰۲



## مقدمه

روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته نشان‌دهنده این واقعیت است که اقتصاد متأثر از کارآفرینی است، به گونه‌ای که کارآفرینان نقش محوری در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته داشته‌اند و کشورهای توسعه‌نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند (شهبازی و همکاران، ۲۰۲۲). یکی از ابعاد مهم در توسعه هر کشور، فراهم نمودن شرایط مناسب برای عرضه و تقاضای نیروی کار است، به گونه‌ای که با ارائه شغل به متقاضیان، بتوان نقش فرد را نسبت به جامعه مشخص کرد (دیویس و زوتز هلبرت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). کارآفرینی، نیرویی ضروری و جدید برای رقابت‌پذیری صنایع ورزشی و جایگاه اجتماعی- اقتصادی آن‌ها در جامعه تلقی می‌شود (فراهانی، ۱۳۹۸). تغییر و دگرگونی جزء جدایی‌ناپذیر و بستر نظام هستی است و تحول و دگرگونی شتابی در تمامی شئون زندگی انسان رخ می‌دهد و توجه نکردن به روند تغییر ممکن است بسیار پرهزینه باشد. هر بنگاه اقتصادی در هر کسب‌وکاری که در آن مشغول است، تغییر شرایط و تحولات را به دقت رصد می‌کند و فراتر از آن، توانایی حرکت همگام با تغییرات را ایجاد می‌نماید (آتسیز و سیفچی<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲). چنین تغییراتی منجر به فعالیتهای اقتصادی جدید، مدل‌های تجاری و پیشنهادهای ارزشمند شده است. زمانی که یک کسب‌وکار سعی می‌کند به این تغییرات پاسخ دهد، متوجه می‌شود که در توسعه شغل جدید به ریسک نیاز است (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۷).

کارآفرینان موفق با خلاقیت خود فرصت‌هایی را کشف می‌کنند که دیگران به آن توجه نمی‌کنند (دیویس و زوتز هلبرت، ۲۰۱۳). از نظر اقتصاددانان، کارآفرینی مکانیزمی است که با استفاده از فرصت‌های آتی همراه با ریسک، تخصیص بهینه منابع را ممکن می‌سازد. کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای کارآفرینان ایجاد کند تا درآمد و سرمایه خود را افزایش دهند و همچنین با ایجاد مؤسسات جدید و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، استانداردهای زندگی را بهبود بخشند (آتسیز و سیفچی، ۲۰۲۲). اکثر شرکت‌های کارآفرین، کار خود را با یکی از این دو روش آغاز می‌کنند: در مورد اول، برخی از شرکت‌های بانگیزه به‌دنبال فرصت‌هایی در محیط بیرونی هستند؛ یعنی کارآفرین تصمیم می‌گیرد شرکتی را تأسیس کند، به‌دنبال فرصتی می‌گردد و آن را تشخیص می‌دهد و سپس کسب‌وکاری را راه‌اندازی می‌کند. در مورد دوم، شرکت‌ها از فرصت‌های موجود در محیط بیرونی انگیزه می‌گیرند؛ یعنی کارآفرین یک مشکل یا شکاف را فرصت تشخیص می‌دهد و برای پر کردن این شکاف، کسب‌وکاری را راه‌اندازی می‌نماید (پلگرینی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

امروزه موضوع اشتغال نه‌تنها یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی کشورها محسوب می‌شود، بلکه با توجه به نرخ رشد جمعیت در دو دهه اخیر، می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده دانست (راتن<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱). صنعت ورزش جهانی از ابتدا تاکنون که حدود یک قرن است، به‌طور قابل‌توجهی رشد کرده و اندازه کل این صنعت بین ۴۸۰ تا ۶۲۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. با این حال، برخی منابع بیان کرده‌اند که این اندازه کمی بزرگ‌تر است و به حدود ۷۵۰ میلیارد دلار می‌رسد (دیویس و زوتز هلبرت، ۲۰۱۳). کارآفرینی فرآیند نوآوری و ایجاد کسب‌وکارهای جدید در شرایط مخاطره‌آمیز با کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری از منابع است (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۸). کارآفرینی، تبدیل یک ایده جدید به محصول یا خدمت است که نتایج آن شامل افزایش بهره‌وری، ایجاد ثروت، رفاه و ایجاد اشتغال می‌باشد (فراهانی، ۱۳۹۸).

1. Davis & Zutz Hilbert

2. Atsız & Cifci

3. Pellegrini

4. Ratten

افرادی که مهارت‌های لازم برای کارآفرین شدن را می‌آموزند و دارای نگرش و شخصیت کارآفرینانه هستند، می‌توانند به‌عنوان موتور محرک در جامعه عمل کرده و جامعه را به سمت کار، فعالیت و تولید سوق دهند (شین<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). کارآفرینی با کمک به ایجاد مشاغل جدید و توسعه رقابت و نوآوری در سطح شرکت، کشور و جهان، نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد. آثار نظری و مطالعات تجربی تأکید می‌کنند که فعالیت‌های کارآفرینانه افراد، محرک اصلی توسعه کارآفرینی است. راتن (۲۰۲۱) معتقد است که ورزش یک فرآیند کارآفرینانه است و رویکرد کارآفرینانه در ورزش می‌تواند مکانیزمی برای مقاومت در برابر بحران‌های اقتصادی فراهم کند. کارآفرینی از طریق کشف و گسترش فرصت‌های شغلی مرتبط با تربیت بدنی، می‌تواند زمینه‌های شکوفایی اقتصادی و تغییر سبک زندگی را برای همه اقشار جامعه فراهم نماید (شهبازی و همکاران، ۱۴۰۰).

کارآفرینی ورزشی یک ساختار منحصربه‌فرد است که از طریق آن، سازمان‌های ورزشی و کارآفرینان ورزشی ارزش ایجاد می‌کنند (راتن، ۲۰۲۳). کارآفرینی ورزشی عمدتاً تحت تأثیر ویژگی‌های خاص ورزش است که پیامدهایی بر نحوه درک و اجرای کارآفرینی ورزشی دارد (دابسون<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). ورزش اساساً فعالیت گروه خاصی از افراد جامعه است؛ با این حال، به‌طور قابل توجهی به یک تلاش مهم فرهنگی، اجتماعی و به‌ویژه اقتصادی تبدیل شده است. به‌طور کلی، از کارآفرینی به‌عنوان بخش کلیدی تقویت نوآوری و بهبود توسعه محلی و منطقه‌ای یاد می‌شود (هولینکا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵). ورزش به یک بخش صنعتی تبدیل شده است که به‌دلیل نیازهای اجتماعی و اقتصادی، دائماً در حال تکامل است تا چارچوب‌های نوآورانه و رویکردهای مدیریتی را دربرگیرد. جنبه‌های مختلف کارآفرینی ورزشی به شناسایی، ایجاد و پیگیری فرصت‌های جدید یا به‌طور کلی، رفتار کارآفرینانه در زمینه ورزش مربوط می‌شود (دهشان<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). کارآفرینی ورزشی یک عنصر اساسی برای مدیریت سازمان‌های ورزشی است. از این‌رو، به‌دلیل تغییرات مداوم، ناهمگونی مشتریان و ظهور مداوم رشته‌های ورزشی جدید، مدیریت کارآفرینانه باشگاه‌های ورزشی به‌منظور بهبود عملکرد در سطح ورزشی، سازمانی و اجتماعی الزامی است. علاوه بر این، نگرش مدیر یک سازمان ورزشی نسبت به تغییرات برای نوآوری خدمات در زمینه ورزش، بسیار مهم است. کوردساشیا<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۲۲) چگونگی نوآوری سازمان‌های ورزشی اجتماعی و چگونگی تعیین فرآیند را تحلیل کردند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که در میان عوامل مختلف، نگرش مدیر نسبت به نوآوری بسیار مهم است، زیرا رهبر سازمان نیروی محرکه اصلی در کل فرآیند نوآوری است.

کراس و جونز<sup>۶</sup> (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان «طراحی الگوی کسب‌وکارهای نوپای ورزشی» به این نتیجه رسیدند که دستاوردها و فرصت‌های شغلی عظیمی در موقعیت‌ها، رویدادها و محیط‌های ورزشی وجود دارد. رویدادهای ورزشی از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی را فراهم می‌کنند. فراهانی و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان «بررسی و تحلیل وضعیت عوامل بازدارنده در اشتغال و کارآفرینی با تأکید بر عوامل رفتاری و انسانی» نشان دادند که تفکر نوآوری، کارآفرینی و اشتغال‌زایی و استفاده از آن در باشگاه‌های ورزشی امری اجتناب‌ناپذیر است. در دنیای امروز، باشگاه‌هایی موفق‌تر هستند که کارآفرینی و اشتغال‌زایی کنند. در این میان، توجه به عوامل بازدارنده کارآفرینی از جمله عوامل انسانی و رفتاری باشگاه‌های ورزشی دارای اهمیت بسیار است، چرا که می‌توان با حذف یا کاهش این عوامل انسانی و رفتاری، به بهبود هرچه بهتر و بیشتر عملکرد باشگاه‌های ورزشی کمک نمود. سرگولزایی<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی

1. Shin

2. Dobson

3. Holienka

4. Dahshan

5. Kordsachia

6. Kraus & Jones

7. Sargolzaei

نقش فرهنگ در کارآفرینی پرداختند. نتایج نشان داد که فرهنگ نقش مهمی در رفتار کارآفرینی ایفاء می‌کند و ویژگی شخصیتی سازشگری در تصمیم‌گیری برای آغاز یک کسب‌وکار حائز اهمیت است. همچنین ویژگی‌های پذیرش نوآوری و ریسک‌پذیری، از صفات شخصیتی لاینفک کارآفرینان می‌باشد. شین و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی و توسعه اشتغال» به این نتیجه دست یافتند که برای ایجاد کارآفرینی باید همکاری مناسب بین افراد متخصص و شرکت‌ها صورت گیرد تا بتوانند یک کسب‌وکار موفق را راه‌اندازی کنند.

با توجه به زمینه‌های فراوانی که در صنعت ورزش برای ایجاد اشتغال و کارآفرینی وجود دارد، باید به توسعه کارآفرینی در این صنعت توجه بیشتری شود، زیرا عامل بسیار مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور است. کارآفرینی ورزشی، مجموعه تحقیقاتی روبه‌رشدی است که ورزش را با مدیریت نوآوری و خلاقیت پیوند می‌دهد. سیاست‌های ورزشی مرتبط با تخصیص بودجه، از نوع کارآفرینی و نوآوری در ورزش است که ناشی از نفوذ نیروهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در جامعه می‌باشد. توجه به موضوع کارآفرینی ورزشی در زمینه ایجاد اشتغال و آینده کسب‌وکارهای ورزشی، از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین براساس آنچه گفته شد، لازمه تشخیص و طراحی سیاست‌های مناسب جهت توسعه کارآفرینی، توجه به کلیه عناصر موجود در کارآفرینی و شیوه تعاملات آن‌هاست. پژوهش حاضر به این مسئله می‌پردازد که عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعت ورزش کدامند؟

### روش پژوهش

روش تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش اجرا، در دسته تحقیقات کیفی (تحلیل تماتیک) است. جامعه آماری تحقیق شامل متخصصین و خبرگان در زمینه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در تربیت بدنی و اساتید مدیریت ورزشی می‌باشد و نمونه آماری از بین اعضای جامعه با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ نفر از متخصصان تحقیق که تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت، می‌باشد. مصاحبه‌ها به صورت نیمه‌ساختاریافته با نمونه‌های آماری و با هماهنگی و زمانبندی قبلی انجام شد. پس از پایان هر مصاحبه، مصاحبه‌ها به‌طور کامل روی کاغذ پیاده‌سازی و کدگذاری اولیه داده‌ها برای استخراج مفاهیم اولیه انجام شد. در این تحقیق با ۲۰ نفر مصاحبه شد که از مصاحبه چهاردهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید و از مصاحبه هجدهم به بعد، داده‌ها کاملاً تکراری و به اشباع نظری رسیده بود، اما برای اطمینان مصاحبه‌ها تا نفر بیستم ادامه یافت. روایی تحقیق توسط متخصصان مربوطه مورد بررسی و تأیید قرار گرفت و پایایی تحقیق با استفاده از روش توافق درون‌موضوعی (پایایی بازآزمون) بدست آمد. برای محاسبه پایایی بازآزمون، از میان مصاحبه‌های انجام‌گرفته چند مصاحبه به‌عنوان نمونه انتخاب شده و هرکدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دوباره کدگذاری شدند؛ سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هرکدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه و از طریق میزان توافقات و عدم توافقات موجود در دو مرحله کدگذاری، شاخص ثابت برای آن تحقیق محاسبه گردید. در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند؛ سپس محقق به همراه همکار تحقیق، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون‌موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به‌کار می‌رود، محاسبه شد.

جدول ۱- میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بازآزمون (درصد توافق درون موضوعی)
۱	P <sub>A</sub>	۱۴	۱۰	۴	٪۷۱
۲	P <sub>B</sub>	۱۶	۱۲	۴	٪۷۵
۳	P <sub>C</sub>	۱۸	۱۳	۵	٪۷۲
کل		۴۸	۳۵	۱۳	٪۷۳

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود تعداد کل کدهای ثبت شده توسط هر دو نفر (محقق و فرد همکاری‌کننده) برابر با ۷۳ درصد، تعداد کل توافقات بین این کدها ۳۵ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۱۳ است. پایایی بین دو کدگذار ۷۳ درصد است، بنابراین، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید می‌باشد.

### یافته‌های تحقیق

جدول (۲) اطلاعات مشارکت‌کنندگان تحقیق حاضر را نشان می‌دهد.

جدول ۲- اطلاعات مشارکت‌کنندگان تحقیق

ردیف	تخصص	تعداد
۱	اساتید مدیریت ورزشی	۱۰
۲	اساتید کارآفرینی	۵
۳	اساتید مدیریت کسب‌وکار	۵

نتایج حاصل از مصاحبه‌های صورت گرفته نشان داد که عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی شامل ۶۰ کد باز و ۴ تم اصلی عوامل ساختاری، عوامل محیطی، عوامل رفتاری و عوامل فناوری می‌باشد. نتایج حاصل از سه مصاحبه انجام گرفته، در جدول (۳) و تمامی کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها، در جدول (۴) ارائه گردیده است.

جدول ۳- متن مصاحبه‌ها

مصاحبه	خلاصه متن مصاحبه
مصاحبه اول	موضوع کارآفرینی در صنعت ورزش اهمیت بسیار بالایی دارد. در صورتی صنعت ورزش پویا خواهد بود که عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در این حوزه، مورد توجه همگانی قرار گیرد. عوامل مؤثر بر کارآفرینی در صنعت ورزش ایران می‌تواند به چند دسته اصلی تقسیم شود. عوامل ساختاری شامل قوانین مرتبط با ورزش و کارآفرینی در ایران می‌تواند تأثیر بزرگی بر کارآفرینی در این صنعت داشته باشد. اصلاح و بهبود قوانین مرتبط با مالکیت، حقوق مالکیت فکری، مالیات و تسهیلات مالی می‌تواند ایجاد انگیزه بیشتری برای کارآفرینان داشته باشد. دسترسی به زیرساخت‌های مناسب و منابع مالی برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، یک عامل اساسی است. وجود تجهیزات و تسهیلات ورزشی مناسب، تأمین منابع مالی و حمایت مالی از کارآفرینان می‌تواند کمک‌کننده باشد. عوامل محیطی، تحلیل بازار و شناخت رقبا در صنعت ورزش مهم است. تعداد و نوع تیم‌ها، باشگاه‌ها و

<p>ارگان‌های ورزشی و همچنین تقاضا و عرضه در بازار ورزش، بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. میزان علاقه مردم به ورزش، میزان حمایت اجتماعی از ورزش و تقبل کسب‌وکارهای ورزشی در جامعه می‌تواند تأثیرگذار باشد. اشتیاق و توانمندی افراد برای شروع و مدیریت کسب‌وکارهای ورزشی تأثیرگذار است. تحصیل و تجربه در زمینه مدیریت و ورزش می‌تواند کمک کند. کارآفرینان در صنعت ورزش باید توانایی تصمیم‌گیری در مواجهه با چالش‌ها و ریسک‌پذیری در تصمیم‌گیری‌های مالی را داشته باشند. استفاده از فناوری‌های نوین در توسعه و مدیریت کسب‌وکارهای ورزشی، می‌تواند به بهبود عملکرد و کارآفرینی کمک کند که این مورد شامل فناوری‌های ارتباطات، نرم‌افزارهای مدیریت و داده‌کاوی می‌شود. در صنعت ورزش، نگاه به آینده و توانایی پیش‌بینی تغییرات و روندهای بازار نیز مهم است، این امر به کارآفرینان کمک می‌کند تا به راحتی به تغییرات و تطورات واکنش نشان دهند.</p>	
<p>عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی طیف بسیار گسترده‌ای را شامل می‌شود. در وهله اول باید نیروی انسانی متخصص و به‌روز در این حوزه پرورش و آموزش داده شوند که بخش اعظم این آموزش باید در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی صورت گیرد. در وهله بعدی باید دولت و مدیران ورزشی و تصمیم‌گیر، در زمینه ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی ورود کنند و با اعمال راهکارهای مختلف، در این زمینه قدم‌های مؤثری بردارند. از جمله عوامل کلیدی که ممکن است بر کارآفرینی در صنعت ورزش اثرگذار باشند عوامل ساختاری هستند که شامل ساختارهای سازمانی، قوانین و مقررات، سازوکارهای مالی و مدیریتی می‌باشند که تأثیر بسزایی در کارآفرینی دارند. به‌عنوان مثال، محیط قانونی و مالی می‌تواند از یک‌سو تشویق‌کننده باشد و از سوی دیگر، محدودیت‌هایی برای کارآفرینان در صنعت ورزش ایجاد کند. عوامل محیطی شامل شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فناوری می‌باشد. وضعیت اقتصادی کشور، فرهنگ و عادات مردم در استفاده از فعالیت‌های ورزشی و همچنین استفاده از فناوری در صنعت ورزش، تأثیر قابل توجهی بر کارآفرینی دارند. عوامل رفتاری شامل انگیزه‌ها، اعتقادات، تجربیات شخصی و سوابق قبلی افراد در زمینه ورزش و کارآفرینی است. برای مثال، افرادی که انگیزه برای توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش دارند، ممکن است بتوانند در این حوزه بهتر عمل کنند. پیشرفت‌های فناوری، ابزارها و تکنولوژی‌های جدید می‌توانند روند کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهند. به‌طور مثال، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدیریت تیم‌ها، بازاریابی الکترونیکی و پیشرفت‌ها در زمینه آنالیز داده‌ها می‌توانند از رشد کارآفرینی در صنعت ورزش حمایت کنند. این عوامل به‌طور کلی تأثیراتی متنوع در کارآفرینی صنعت ورزش ایران دارند. برای توسعه و رشد کارآفرینی در این صنعت، مدیران، سیاست‌گذاران و کارآفرینان باید این عوامل را در نظر گرفته و استراتژی‌ها و برنامه‌های مناسب را طراحی کنند.</p>	<p>مصاحبه دوم</p>

بعد از اینکه متن چند مصاحبه صورت گرفته با متخصصین ارائه گردید، در ادامه تمامی کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها در جدول (۵) گردآوری شد که تعداد کل کدهای باز شامل ۶۰ کد بود. پس از ارائه کدهای باز شناسایی شده در مصاحبه‌ها، فرآیند تبدیل این کدها به تم‌های اصلی در جدول (۴) ارائه گردید.

## پژوهش‌های کاربردی در علوم ورزشی و سلامت

دوره ۲، شماره ۳، ۱۴۰۲

EISSN: 2821-2576

<https://jsports.qom.iau.ir>

جدول ۴- تم‌های اصلی شناسایی شده

کدهای باز	تم‌های اصلی	عنوان کلی
قوانین و مقررات مالی در ورزش	عوامل ساختاری	
گسترش گردشگری ورزشی		
سیاست‌های دولتی و استراتژی‌های حمایتی برای توسعه صنعت ورزش		
ارتقاء کارآفرینی با روش‌هایی مانند تسهیلات مالی و اعطای وام در کسب‌وکارهای ورزشی		
وجود زیرساخت‌های کسب‌وکارهای ورزشی		
برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی		
سیاست‌های دولت در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی		
داشتن نیروی انسانی خلاق و مبتکر		
تأسیس دفتر کارآفرینی و اشتغال در وزارت ورزش و جوانان		
وجود استانداردهای ورزشی		
کسب تسهیلات از بانک‌ها و مؤسسات برای کسب‌وکارهای ورزشی		
بورس و بازار سرمایه در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی		
برنامه‌های آموزشی و توسعه مهارت‌ها در حوزه کارآفرینی و مدیریت ورزشی		
حمایت متولیان ورزش کشور از فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
حمایت دولت در زمینه تأمین مواد اولیه کسب‌وکارهای ورزشی		
فراهم کردن بستر همکاری کسب‌وکارهای ورزشی با صنایع دیگر	عوامل محیطی	
شفافیت در فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
محیط رقابتی سالم در فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
وجود سرمایه‌گذاری خارجی در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی		
وجود رسانه‌های گروهی و اجتماعی در ترویج فرهنگ کارآفرینی		
میزان رقابت در بازار کسب‌وکارهای ورزشی		
وضعیت اقتصادی کشور برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی		
تغییر سیاست در ارتباط با کارآفرینان ورزشی		
محیط زیست و مسائل توسعه پایدار در کسب‌وکارهای ورزشی		
رشد موفقیت‌آمیز کسب‌وکارهای ورزشی		
موقعیت جغرافیایی کسب‌وکارهای ورزشی		
درک عوامل محیطی و تأثیرات آن‌ها بر کسب‌وکارهای ورزشی		
امکان بهینه‌سازی استراتژی‌ها و تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکارهای ورزشی		
تأثیر آب و هوا و فضای طبیعی اطراف مکان فعالیت کسب‌وکارهای ورزشی		
دسترسی به تجهیزات و امکانات ورزشی		
وجود رقبا در بازار و تحلیل بازار کسب‌وکارهای ورزشی		

عوامل موثر بر کارآفرینی صنعت ورزش

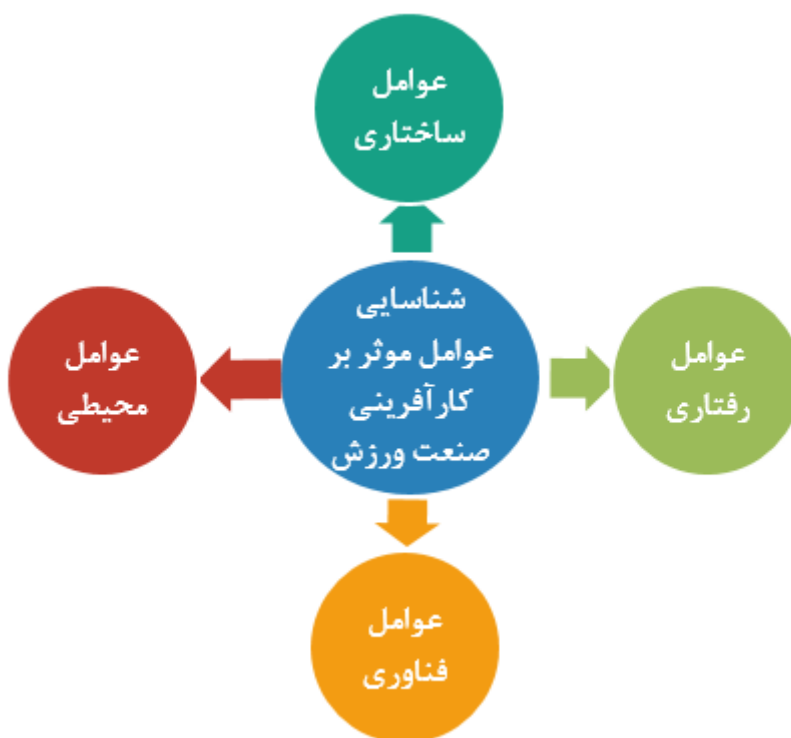


شناخت نقاط قوت و ضعف رقبا و تعیین موقعیت مناسب در بازار کسب‌وکارهای ورزشی	عوامل رفتاری
استقبال جامعه از ایده‌های نوآورانه	
تأثیرات اجتماعی و اجتماعی- فرهنگی کسب‌وکارهای ورزشی	
عادات، فرهنگ و تمایلات مردم نسبت به ورزش و فعالیت‌های ورزشی	
تمایل به خرید محصولات و خدمات ورزشی	
افزایش علاقه به تندرستی و ورزش در میان جوانان	
میزان علاقه و تمایل مردم به ورزش و نوع ورزش‌های محبوب در یک جامعه	
آموزش نیروی انسانی متخصص	
تشویق فضای جامعه به خلق و اجرای ایده‌های نوین	
نگرش افراد جامعه نسبت به اهمیت اشتغال در کسب‌وکارهای ورزشی	
ایجاد انگیزه در اشتغال فارغ‌التحصیلان کسب‌وکارهای ورزشی	
توجه به کیفیت محصولات و خدمات کسب‌وکارهای ورزشی	
ایجاد بستر نرم‌افزاری فناوری در ورزش	
ایجاد بستر سخت‌افزاری فناوری در ورزش	
امکانات جدید برای پلتفرم‌های آنلاین کسب‌وکارهای ورزشی	
اهمیت فناوری در جذب اسپانسر	
وجود ایده‌های نو در بازارهای ورزش	
نگاه نوآورانه داشتن	
وجود ذهن خلاق و نوآورانه در کسب‌وکارهای ورزشی	
وجود نوآوری در مدل‌های تجاری ورزشی جدید	
استفاده از فناوری در توسعه باشگاه‌های ورزشی	
استفاده از امکانات و تجهیزات روز دنیا در جهت توسعه کسب‌وکارهای ورزشی	
فعالیت پارک‌های علم و فناوری در کسب‌وکارهای ورزشی	
استفاده از تکنولوژی و فناوری‌های تحت وب	
بهره‌گیری از تکنولوژی جدید در کسب‌وکارهای ورزشی	
وجود خلاقیت و نوآوری در صنعت ورزش	
دسترسی به اطلاعات روز دنیا	
طراحی نرم‌افزارهای کاربردی ورزشی	
توجه به نوآوری در کالاهای ورزشی	
تعامل و همکاری با افراد خلاق و ایده‌پرداز در ورزش	

مدل نهایی تحقیق نشان داد شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعت ورزش دارای ۶۰ مضمون فرعی است که این مضامین شامل چهار مضمون سازمان‌دهنده هستند. شکل (۱) مدل نهایی تحلیل تماتیک تحقیق حاضر را نشان می‌دهد.

## نتیجه‌گیری

شکل ۱- مدل نهایی تحلیل تماتیک



هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعت ورزش ایران بود. نتایج حاصل از مصاحبه‌های صورت‌گرفته نشان داد که عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی شامل ۶۰ کد باز و چهار تم اصلی عوامل ساختاری، عوامل محیطی، عوامل رفتاری و عوامل فناوری است. این نتیجه تحقیق با بخشی از نتایج تحقیقات راتن (۲۰۲۳)، شهبازی و همکاران (۱۴۰۰) و حسن‌زاده و سهرابی (۱۴۰۱) همسو می‌باشد. راتن (۲۰۲۳) در تحقیق خود نشان داد که زیرساخت‌ها و بسترها، عوامل قانونی- نهادی، عوامل اقتصادی، زمینه شخصی و عوامل فرهنگی- اجتماعی مهم‌ترین روندهایی هستند که بر توسعه کارآفرینی ورزش ایران تأثیر می‌گذارند. شهبازی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق خود نشان دادند که وجود نیروهای متخصص در ورزش کشور مهم‌ترین عامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی می‌باشد، زیرا یکی از عوامل موفقیت و برتری سازمان‌ها، نیروی انسانی متخصص است. حسن‌زاده و سهرابی (۱۴۰۱) نیز در تحقیق خود به تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی و بوم‌شناسی پرداختند و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی را از منظرهای مختلف اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، محیطی و اقلیمی، حقوقی و قانونی، عوامل تکنولوژیکی و عوامل سیاسی بررسی کردند.

طبق نتایج حاصل، عوامل ساختاری یکی از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش می‌باشد. این مؤلفه شامل کدهای برچیده شدن تحریم‌ها و احیای برجام، گسترش توریسم ورزشی، رشد اقتصادی کشور و افزایش درآمد سرانه خانوار، قانون‌گذاری حمایتی در راستای گسترش کارآفرینی ورزش، وجود زیرساخت‌های کسب‌وکار در کشور، برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی، سیاست‌های دولت در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی، میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف، قوانین و مقررات، سود بانکی وام‌های اعطایی بانک‌ها و مؤسسات مالی، خدمات مشاوره‌ای کسب‌وکار در زمینه ورزش، ثبات در مدیریت ورزش کشور و توسعه زیرساخت‌های فناورانه در ورزش است. عوامل محیطی یکی دیگر از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش می‌باشد. این عامل شامل کدهای سیاست‌های دولت و نوع نگرش مسئولین اجرایی، تقویت جایگاه ایران در نهادها و فدراسیون‌های بین‌المللی، سرمایه‌گذاری خارجی، برچیده شدن تحریم‌ها و احیای برجام، توسعه دیپلماسی ورزش و روابط بین‌الملل، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، تشویق فضای جامعه به خلق و اجرای ایده‌های نوین، میزان رقابت در بازار ورزشی، وجود امنیت و ثبات در برنامه‌های اجرایی، تلاش رسانه‌های گروهی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی، تلقی فضای جامعه از کار به عنوان ارزش، نگرش مدیران دولتی به توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و روند سهل‌آخذ مجوزهای قانونی جهت سرمایه‌گذاری است. این بخش از نتایج تحقیق با برخی از نتایج تحقیقات پلگرینی و همکاران (۲۰۲۰)، لاندن<sup>۱</sup> (۲۰۱۹)، فراهانی و همکاران (۲۰۲۱) و نگهداری و همکاران (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. پلگرینی و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با ورزش می‌تواند تأثیر مثبتی در توسعه جامعه داشته باشد. همچنین یک ساختار چهارعاملی برای کارآفرینی شناسایی کردند که این عوامل شامل تعاریف نظری و عوامل داخلی آن، عوامل محیطی، رویکردهای آموزشی و توسعه جامعه و مزایای اجتماعی آن بود. طبق نتایج حاصل، عوامل رفتاری یکی دیگر از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش می‌باشد. این عامل شامل کدهای تحصیلات بالای مرتبط با حوزه ورزش، توان پذیرش خطر حاصل از سرمایه‌گذاری مالی، آموزش نیروی انسانی متخصص، خلق ایده‌های جدید و نوآورانه توسط نیروهای متخصص، محصولات و خدمات و کسب درآمد از طریق ورزش، کسب تخصص و تجربه کافی در زمینه مرتبط، نگرش افراد جامعه نسبت به اهمیت اشتغال در ورزش، ایجاد انگیزه در فارغ‌التحصیلان ورزشی برای کارآفرینی و داشتن ایده‌های نو در زمینه ورزشی و همچنین ایجاد فضای همکاری بین دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری است. نتایج این بخش با یافته‌های سرگولزایی و همکاران (۲۰۲۲) و رضایی و همکاران (۱۴۰۱) که در پژوهش خود بر آموزش منابع انسانی و توسعه مهارت‌های آن‌ها در جهت رشد کارآفرینی ورزشی اشاره داشتند، همسو می‌باشد. فراهانی و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود نشان دادند که یکی از عوامل اصلی در عدم اشتغال فارغ‌التحصیلان تربیت بدنی، عدم تطابق سرفصل‌های آموزشی با نیازهای بازار کار است. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که مؤلفه‌های مؤثر بر وضعیت اشتغال فارغ‌التحصیلان در شش عامل طبقه‌بندی می‌شوند که شامل تاریخچه آموزشی، مهارت‌های حرفه‌ای، روحیه کارآفرینی، تجربه عملی، مهارت‌های ارتباطی و زمینه‌های اجتماعی - اقتصادی می‌باشند. نگهداری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که ابعاد اکوسیستم کارآفرینی شامل بُعد سیاستی، حمایتی، بازار محلی و جهانی، فرهنگی، سرمایه مالی و سرمایه انسانی است.

طبق نتایج تحقیق، عوامل فناوری یکی دیگر از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش می‌باشد. این عامل شامل کدهای ایجاد بستر نرم‌افزاری فناوری در ورزش، ایجاد بستر سخت‌افزاری فناوری در ورزش، اهمیت فناوری در جذب اسپانسر، تبلیغات در فضای مجازی، استفاده از فناوری در توسعه باشگاه‌های ورزشی و استفاده از امکانات و تجهیزات روز دنیا و دسترسی به اطلاعات روز دنیا

<sup>۱</sup>. Lundén

در جهت توسعه کسب‌وکار ورزشی است. این نتیجه با یافته‌های حسن‌زاده و سهرابی (۱۴۰۱) همسو می‌باشد. امروزه با توسعه علم و دانش و فناوری، فضای کسب‌وکارهای ورزشی بیشتر از قبل وارد محیط رقابتی و سخت شده است که برای موفقیت در این نوع محیط باید مدیران کسب‌وکارهای ورزشی بتوانند بهترین استفاده را از فناوری‌های جدید و نوین در جهت رشد کسب‌وکارهای خود داشته باشند.

نتایج تحقیق برومند و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که هر چهار عامل ساختاری، محیطی، رفتاری و فناوری به‌طور معنی‌داری بر راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی تأثیر دارند. همچنین عظیمی و همکاران (۱۳۹۷) به این نتیجه دست یافتند که عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی در شش مؤلفه تحت عناوین سیاست‌های حمایتی دولت، عوامل قانونی و حقوقی، نظام آموزشی، عوامل فرهنگی، سیاست‌های تجاری و عوامل حاکمیتی شناسایی و دسته‌بندی می‌شوند. براساس نتایج تحقیق انصاری و فکور (۱۳۹۳) مؤلفه‌های کمبود آموزش و مهارت‌های کارآفرینی، کمبود منابع مالی، فقدان نگرش مثبت اجتماعی و فرهنگی نسبت به کارآفرینی، عدم دسترسی به دانش و فناوری، سیاست‌ها و برنامه‌های ضعیف حمایت دولت، عدم باز بودن بازار و قوانین و مقررات، از جمله عوامل محیطی هستند که دانشجویان و فارغ‌التحصیلان جوان ایرانی را از راه‌اندازی کسب‌وکار باز می‌دارند. بنابراین از آنجایی که نگاه جوانان به نقش فعال آن‌ها در عرصه شغلی، نقش مهمی در اشتغال آینده آن‌ها دارد، پیشنهاد می‌شود انتظارات جوانان از آینده شغلی‌شان در رأس برنامه‌های تصمیم‌گیرندگان قرار گیرد.

با توجه به فضای رقابتی که در تمامی جنبه‌های صنعت ورزش وجود دارد، داشتن نگرش کارآفرینانه و نوآورانه می‌تواند به بهره‌وری و بقای یک کسب‌وکار ورزشی کمک بسیاری کند. همچنین کسب‌وکارهای ورزشی که در فضای رقابتی قرار دارند باید برای بقا و عملکرد خود، به موضوعاتی مانند کارآفرینی و نوآوری توجه ویژه‌ای داشته باشند. در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که عوامل مختلفی در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش ایران مؤثر می‌باشند و مدیران و برنامه‌ریزان برای ایجاد آینده‌ای بهتر جهت کارآفرینی ورزشی در کشور، باید بر آن‌ها تأکید و توجه بیشتری داشته باشند. همچنین مدیران و برنامه‌ریزان ورزش کشور باید به عوامل شناسایی شده در این پژوهش برای توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای ورزشی توجه نمایند و با برنامه‌ریزی منظم و اصولی تلاش کنند تا مسیر رشد و توسعه اقتصاد ورزش کشور را هموار سازند.

## منابع

- انصاری، محمدتقی؛ فکور، بهمن (۱۳۹۳). موانع محیطی گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان به کارآفرینی. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۰(۲)، ص ۱۱۷ - ۱۴۱.
- برومند، محمدرضا؛ پورکیانی، محمد؛ تقیان دینانی، بهاره (۱۳۹۸). عوامل موثر بر راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در دانش‌آموختگان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی. در: سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت، دانشگاه گیلان. حسن‌زاده، نیما؛ سهرابی، زهرا (۱۴۰۱). تبیین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی ورزشی؛ رویکرد جامعه‌شناختی و بوم‌شناسی. مطالعات راهبردی جامعه‌شناختی در ورزش، ۲(۱)، ص ۴۳ - ۵۵.
- رضایی، قاسم؛ کاویانی، الهام؛ اسلام‌پناه، مریم؛ لابی، سوسن (۱۴۰۱). مطالعه عوامل مؤثر بر توسعه مدارس کسب و کار در ورزش. علوم ورزش، ۱۴(۴۵)، ص ۲۳۱ - ۲۵۰.
- شهبازی، رضا، حسینی، میرداود؛ خدادادی، محمدرسول؛ عبدوی، فاطمه (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی مرتبط با فعالیت بدنی و سلامتی. در: تبریز: اولین همایش دو سالانه بین‌المللی چالش‌های نوین در علوم ورزشی و تندرستی در جاده ابریشم.
- شهبازی، رضا؛ جلالی‌فراهانی، مجید؛ خبیری، محمد. (۱۳۹۸). بررسی و رتبه‌بندی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی شهر تبریز. مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۷(۲۵)، ص ۷۷ - ۸۴.
- شهبازی، رضا؛ مصطفایی کیوی، جواد؛ دایی، روح‌الله، سجادی، نصراله (۱۳۹۷). بررسی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش همگانی (از دیدگاه دانشجویان دانشگاه تهران). مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۶(۱)، ص ۳۴ - ۴۲.
- عظیمی دلرستاقی، عادل؛ رضوی، سید محمدحسین؛ برومند، محمدرضا (۱۳۹۷). شناسایی عوامل زمینه‌ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی. مدیریت و توسعه ورزش، ۷(۴)، ص ۶۹ - ۸۷.
- فراهانی، ابوالفضل؛ صفری‌نژاد، مهدی؛ فراهانی، زهرا (۱۳۹۸). تحلیل عوامل بازدارنده رفتاری و انسانی در اشتغال و کارآفرینی ورزش ایران. مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۶(۲۱)، ص ۱۱ - ۲۱.
- نگهداری، فاطمه؛ قهرمان تبریزی، کوروش؛ شریفیان، اسماعیل؛ بیابانی، حسن (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۱(۵۷)، ص ۷۹ - ۱۰۴.

Atsız, O. & Cifci, I. (2022). Exploring the motives for entrepreneurship in the meal-sharing economy. *Current Issues in Tourism*, 25(6), p. 864-873.

Dahshan, M., Tolba, A. & Badreldin, T. (2012). Enabling entrepreneurship in Egypt: toward a sustainable dynamic model. *Innovations Technology Governance Globalization*, 7(2), p. 83-106. DOI:10.1162/INOV\_a\_00130

Davis, H.A. & Zutz Hilbert, J. (2013). *Ports Marketing: Creating Long Term Value*. Edward Elgar Publishing Limited, Massachusetts Of USA.

Dobson, S. & McLuskie, P. (2020). Performative entrepreneurship: identity, behaviour and place in adventure sports Enterprise. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), p. 879-895.

- Holienka, M. (2015). *Entrepreneurial Environment in Slovakia: Multi-Perspective Comparison with Innovation-Driven Economies*. Business Economics and Management (pp. 437-444). Antalya: Elsevier.
- Kordsachia, O., Focke, M. & Velte, P. (2022). Do sustainable institutional investors contribute to firms' environmental performance? *Empirical evidence from Europe*. *Rev. Manag. Sci.* 16, p.1409–1436.
- Kraus, S. & Jones, P. (2022). Sport Entrepreneurship: Definition and Conceptualization. *Jonas Hammerschmidt, Journal of Small Business Strategy*, 32(2), p.1–10.
- Lundén, R. (2019). *A Foresight and Strategic Development Proposals for Sport Business in Finland by 2025*. Bachelor's thesis, Sports Business/Futures Research, Degree programme in International Business, 1-79.
- Pellegrini, M.M., Rialti, R. & Marzi, G. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *Int Entrep Manag J.*, 2(4), p.624 -640.
- Ratten, V. (2021). *Introduction: Innovation and entrepreneurship in sport management*. Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture, Cham: Springer.
- Ratten, V. (2023). Critiquing the Social Media Scholarship in Sport Studies: A Sport Entrepreneurship Analysis. *International Journal of Sport Communication*. **DOI:** <https://doi.org/10.1123/ijsc.2022-0198>.
- Sargolzaei, N., Razavi, S.M.H. & Amirnejad, S. (2022). Designing a model for establishing holographic concept in sport startups. *Sport Sci Health*. <https://doi.org/10.1007/s11332-022-00921-4>.
- Sargolzaei, N., Razavi, S.M.H. & Amirnejad, S. (2022). Designing a model for establishing holographic concept in sport startups. *Sport Sci Health*. <https://doi.org/10.1007/s11332-022-00921-4>.
- Shin, D.P., Bae, Y.K. & Son, S.H. (2018). The Present and Implications of technology-based Business Activation Support Policy. *KISTEP*, 26(8), p. 456-468.