

## راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سطح کلان

تقی عاشوری<sup>۱\*</sup> - مرتضی دوستی<sup>۲</sup> - سیدمحمدحسین رضوی<sup>۳</sup> - ابوالحسن حسینی<sup>۴</sup>

### چکیده

زمینه: به طور کلی مطالعات در حوزه کارآفرینی راهبردهای فعالیتهای کارآفرینانه را عمدتاً با تمرکز بر مقوله فرصت و مزیت رقابتی نشان می‌دهد به‌همین دلیل تفکر غالب در ادبیات کارآفرینی، فرصت کارآفرینانه است و جوهره کارآفرینی راهبردی، فرصت‌های کارآفرینانه است که توانمندیهای شرکت‌ها را به منظور افزایش سودآوری نشان می‌دهد بنابراین هدف تحقیق حاضر ارائه راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سطح کلان است. روش‌شناسی: تحقیق حاضر به روش آمیخته که با مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته تا رسیدن به اشباع نظری و اجماع در بخش کیفی: ۴۰ نفر از خبرگان دانشگاهی کارآفرینی و مدیریت ورزشی با نمونه‌گیری هدفمند نظری مشارکت داشتند. در بخش کمی: با نمونه‌گیری تصادفی ۱۶۴ نفر از کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی، انتخاب شدند. ابزار پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته جهت تعیین اهمیت مقوله‌ها و برازش مدل بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار آماری واریانس‌محور «Smart PLS(3)» انجام شد.

یافته‌ها: مدل مذکور در سطح کلان: با ۵ مقوله به ترتیب (اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، سیاسی و فرهنگی)، شناسایی و رتبه‌بندی شدند و رابطه‌ی بین مقوله‌ها با سازه‌ی سطح کلان مثبت و معنی‌دار ( $T \geq 2/58$ ) و برازش مدل پژوهشی ( $GOF = 0/727$ ) قوی ارزیابی شد.

نتیجه‌گیری: بر اساس مصاحبه انجام شده در بخش کیفی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی با رویکرد سطح کلان در پنج مقوله اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، سیاسی و فرهنگی گزارش شده است.

واژگان کلیدی: راهکارهای توسعه، فرصت‌های کارآفرینی، کارآفرینی ورزشی، سطح کلان

<sup>۱</sup> دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. (نویسنده مسئول)

T.ashouri86@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

m\_dostipasha@yahoo.com

<sup>۳</sup> استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. razavismh@yahoo.com

<sup>۴</sup> دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. hosseini@umz.ac.ir

## مقدمه

نقش کارآفرینی، به عنوان موتور محرکه برای تحول اقتصادی و اجتماعی، در ادبیات اقتصاد جدید نیست (دهاری و اومری<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). بطور فزاینده‌ای روشن می‌باشد که کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه توسعه اقتصادی را موجب می‌شود (کیان و ژو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸) فرصت نقش مرکزی در ادبیات کارآفرینی دارد (بای و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). کارآفرینان باید فرصت‌های ارزشمند را جست‌وجو و استفاده کنند، آنها باید در شرایط سخت، مبهم و عدم اطمینان و در محیط‌های پرفشار بتوانند به سرعت تصمیم‌گیری کنند، آنها باید نسبت به دیگر کارکنان، بیشتر و سخت‌تر کار کنند و باید دارای مهارت‌ها، دانش‌ها و توانایی‌های مختلف باشند (راج و فریز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸).

در اقتصاد ایران، اشتغال از دغدغه‌های اصلی سیاستگذاران اقتصادی است (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۴). کسب‌وکارهای کوچک، از اهمیت زیادی در اشتغال‌زایی و ترویج رشد اقتصادی دارند. حفظ رشد این کسب‌وکارها نه تنها مشاغل تازه‌ای ایجاد می‌کند (اسمالبون و وایر، ۲۰۰۰) بلکه برای صاحبان این کسب‌وکارهای کوچک ثروت، خودشکوفایی و استقلال به ارمغان می‌آورد (دباز و همیلتون<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷).

کار آفرینی جز جدایی ناپذیر هر صنعت حرفه‌ای است (راتن<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱) کار آفرینان به گونه‌هایی جالب، نو آوری‌ها را به حوزه‌ی ورزش وارد کرده اند (بوتنبرگ و سالومه<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰). در واقع کارآفرینی و ورزش به گونه‌ای صریح با هم سهیم‌اند آن‌ها همدیگر را به پیش می‌برند و الگوی همسازی شکل می‌دهند که از توسعه دوجانبه‌شان حمایت می‌کند (گارتون و آرنزولبرگ<sup>۸</sup>، ۲۰۰۷).

از دهه ۱۹۷۰، ورزش نقش رو به افزایشی در جهانی شدن کسب و کار و رویدادهای عمومی با شرکت کنندگان در ورزش، سرمایه و گردش کار در

سرتاسر جهان داشته است. بسیاری از کشورها در حال افزایش جاذبه‌های ورزشی یا اقتصادهای رویدادمحور هستند تا تاثیر ارز را افزایش دهند (نورایت<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵). با این حال، در پروسه‌ی توسعه‌ی ورزش جهانی، بسیاری از کشورها به علت نداشتن زیربنای لازم یا قابل دیدن بودن از رقابت‌های موفقیت آمیز عقب مانده اند. ورزش، صنعت منحصر به فرد و پویایی است که ذاتا در بخش‌های متعددی کارآفرینانه است (سیلنتی و چادویک<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۲) تخمین زده شده است که ارزش مالی صنعت ورزش در آمریکا دو برابر صنعت سینمای آن و در حال حاضر ۴۷۰ بیلیون دلار برآورد شده است (پارک و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۵). ورزش زبانی بین المللی و جهانی است که فراتر از مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و زمان عمل می‌کند (راتن و همکاران، ۲۰۱۱). بخشی از جذابیت‌های مرتبط با ورزش برای افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها ناشی از توانایی آن در پیوند افرادی است که علاقه‌ی مشترک خود را به شیوه‌ای کار آفرینانه به اشتراک می‌گذارند. از این منظر، ورزش به عنوان یک مکانیسم کارآفرینانه در گسترش صلح، توقف جنگ و ساخت یک جامعه جهانی بهتر مورد استفاده قرار می‌گیرد (راتن، ۲۰۱۵).

ورزش ممکن است تا زمانی که تاریخ بشر به خودی خود تاریخ داشته، تاریخ داشته باشد و به عنوان سرگرمی مورد استفاده قرارگیرد. امروزه ورزش‌ها هرگز به اندازه امروز جنبه تجاری نداشته است (دانگ فنگ<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۷). ورزش صنعتی رو به توسعه در جهان شناخته شده که افزایش فرآیندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدیدی شده است (اسمیت<sup>۱۳</sup>، ۱۹۹۷؛ سانتومیر، ۲۰۰۲).

نوآوری، خطر پذیری، پیشگامی و فرصت جویی از ویژگی‌های مشابه ورزش و کارآفرینی می‌باشد که به دنبال تقویت توسعه‌ی اقتصادی و منطقه‌ای هستند (پیگراتو<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۳). با توجه به پویایی و افزایش رقابت‌پذیری تجاری محیط کسب و کار، نوآوری

استفاده توامان از مفاهیم ورزش و کارآفرینی با یکدیگر، می‌تواند برای سازمان‌ها ارزش‌آفرینی کنند. بیشتر پژوهشگران ورزشی در تحقیقات خود از اصول مختلف استفاده می‌کنند (ناپرز، ۲۰۱۵). تاکید ادبیات جدید در مورد مدیریت ورزشی بیشتر بر مباحث کاربردی و کمتر بر مبانی نظری متمرکز شده‌اند. فقدان مطالعات و پژوهش کارآفرینی در ورزش شگفت‌آور است، زیرا بسیاری از شرکت‌های ورزشی نوآوری دارند که امری بدیهی است. کارآفرینی و نوآوری در ورزش وجود دارد که این امر ریشه در شیوه مشارکت هواداران در صنعت ورزش و نیز صنایع مشابه دارد. بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناسایی فرصت‌های کارآفرینی ورزشی و راهکارهای آن در ایران انجام می‌گیرد.

سه رویکرد مهم موضوع کارآفرینی خلق ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال می‌باشد (آقاجانی و نامدار، ۱۳۹۱). امروزه چگونگی گذراندن اوقات فراغت با توجه بر ورزش، در حال گسترش است و این روند می‌تواند در جهت ایجاد مشاغل جدید ورزشی مفید باشد. در واقع ورزش زمینه‌ی مهمی در تولید و اشتغال دارد (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۳). در کشور ایران، در شرایط فعلی به دلایل متعدد مانند بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و از دیگر سو خیل تازه واردان به عرصه‌ی کار، بیکاری به یک معضل بزرگ اقتصادی اجتماعی تبدیل شده است (داوری و رضایی، ۱۳۸۵). این روند فزاینده در بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که رشته‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی نیز از این اصل مستثنی نیست هشدار برای مسئولان ذی‌ربط می‌باشد. بنابراین، سازمان‌های ورزشی و غیردولتی، ظرفیت پذیرش خیل عظیم فارغ‌التحصیلان رشته‌ی تربیت بدنی را که همه ساله به تعداد آن‌ها نیز افزوده می‌شود ندارد (داوری و رضایی، ۱۳۸۵). بنابراین، در اقتصاد ایران، اشتغال از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران

تبدیل به یک عامل کلیدی برای موفقیت شرکت‌های کارآفرینی می‌شود (ریموند و آناث<sup>۱۵</sup>، ۲۰۱۸).

صنعتی شدن ورزش و تفریحات سالم از مهم‌ترین رویدادهای مهم قرن گذشته به شمار می‌رود (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۴) و به دلیل تاثیر زیاد ورزش بر تندرستی باعث کاهش هزینه‌های درمان، توسعه برنامه‌های ملی سلامت و افزایش نیروی کار نسبت به جمعیت شده است (آندروف<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۰). مطالعه کارآفرینی ورزشی برای اشخاصی که علاقمند به ایجاد کسب و کار مستقل و مالکیت شخصی در حوزه ورزش دارند ضروری است. فراگیران به صورت کامل و جامع آماده می‌شوند تا یک طرح کسب‌وکار را تنظیم نمایند و در این راه همانند یک دونده مشکلات راه حل نموده و در راه کسب و کار ثابت قدم باشند (جعفرزاده و همکاران، ۱۳۹۳)

استراتژی‌ها و راهکارهای کارآفرینانه هم برای راه اندازی کسب و کارهای جدید و هم برای شرکت‌های موجود به طور فزاینده‌ای با اهمیت بیشتری مواجه می‌شود چرا که ارتباط این عوامل با موفقیت شرکت‌ها اعتبار بیشتری یافته است. سرمایه گذاری در ایجاد محصولات ورزشی و خدمات ورزشی، هم اشتغال ایجاد می‌کند و هم اینکه، بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید که این امر موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می‌شود (شریفیان و همکاران، ۱۳۹۵).

توجه به ورزش با ماهیت مدیریتی در پیشینه و ادبیات به معنای انجام پژوهش‌های اندک در خصوص کارآفرینی است. به دلیل توسعه حوزه مطالعاتی مدیریت ورزشی در طول تاریخ، موضوع اکثر پژوهش‌ها به جای حوزه کسب و کار، علوم سلامت بوده است. این زمینه با رشد ورزش به‌عنوان یک کسب‌وکار دستخوش تغییر شده و علاقه به تجاری‌سازی ورزش افزایش یافته است. جامعه‌شناسی ورزش ریشه در اصل تربیت‌بدنی دارد (ناپرز<sup>۱۷</sup>، ۲۰۱۵).

اقتصادی است (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۴). این در حالی است که دیگر کشورها تقریباً توانسته‌اند با توجه بیشتر به کارآفرینی از آثار مثبت آن بهره‌برداری کنند. برای مثال استراتژی توسعه کارآفرینی در کانادا از سوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی نیز به عنوان یک الگوی موفق که مبتنی بر اصلاحات فرهنگی، ساختاری و تغییر در قوانین برای تسهیل فرایند کارآفرینی و حمایت مالی - فنی - اطلاعاتی و مدیریتی می‌باشد به سایر کشورها توصیه شده است (مشیری، ۱۳۹۱).

هنری و مندعلیزاده (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی اهداف و استراتژی‌های کارآفرینی در ورزش کشور بر اساس تحلیل استراتژیک SWOT پرداختند. با توجه به شناسایی عوامل درونی (قوت‌ها، ضعف‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) کارآفرینی و در نتیجه تحلیل استراتژیک سوات، مشخص شد جایگاه کارآفرینی در ورزش کشور در موقعیتی مخاطره آمیز قرار دارد.

در مطالعه اسکینر و زاکیوس<sup>۱۸</sup> (۲۰۰۸)، توسعه از طریق ورزش و ایجاد سرمایه اجتماعی در جوامع محروم بررسی شد. نتایج پژوهش آنها نشان داد که ورزش ابزار مفیدی برای ایجاد سرمایه اجتماعی، پرورش و ایجاد ثبات در جامعه تلقی شده است.

خدادادی، فرید فتحی و معصوم زاده (۱۳۹۷) در مقاله پژوهشی به بررسی اثر تحریم‌های اقتصادی بر تجارت دوجانبه‌ی ایران با شرکای عمده‌ی تجاری در این صنعت که شامل چین، ترکیه، فنلاند، عربستان، ژاپن، فرانسه، آذربایجان، روسیه، قزاقستان و قرقیزستان بودند با استفاده از روش مدل جاذبه و داده‌های ترکیبی در طی سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۱ پرداختند. نتایج اثر جمعیت و تولید ناخالص داخلی، تحریم‌ها را در کشورهای منتخب مورد بررسی قرار داده و مهم‌ترین نتیجه، در دوران پساتحریم روند صعودی تجارت ایران با شرکا در صنعت ورزش را پیش بینی کرده است و

تحریم‌های قوی دوره‌ی فعلی اثر منفی بر سهم تجارت شرکا داشته‌اند و تحریم‌های ضعیف تاثیر بیشتری بر پیش‌بینی نوسان‌های تجارتي در صنعت مورد مطالعه داشته‌اند.

پورپرتوی و شمس دوست (۱۳۹۶) در پژوهشی به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران در صنعت ورزش با استفاده از روش‌های تاپسیس و پوشش داده‌ها پرداختند. این پژوهش در سال ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ انجام شد که در آن ۱۲۳ نفر از صاحب‌نظران حوزه ورزش به پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند. این عوامل در ۵ دسته کلی قرار گرفت و تلاش شد بر اساس دسته‌بندی انجام شده تاپسیس و تحلیل پوشش داده‌ها رتبه‌بندی برای این عوامل ارائه شده و پنج عامل زیر برترتیب رتبه‌بندی شد؛ متغیر اقتصادی، ساختار ورزش کشور، متغیر فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز مشترکاً اولویت چهارم انتخاب شدند.

عسکریان، خدادادی و سرلاب (۱۳۹۶) به مدلسازی واردات کالاهای ورزشی ایران با استفاده از مدل آرما ملی سال‌های ۱۳۷۱-۱۳۹۱ پرداختند که برای مدلسازی واردات کالاهای ورزشی ایران از اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی و گمرک مرکزی جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۱ استفاده شد. نتایج نشان داد وارد کردن هر گونه شوک یا سیاست دولتی که موجب تغییر میزان واردات شود، کوتاه مدت بوده و تغییرات آن دائمی نمی‌باشد و با گذشت دوره‌های متمادی، اثر این شوک به تدریج از میان رفته و میزان واردات به اندازه‌ی دوره‌ی زمان پیش از شوک خود بر می‌گردد. بنابراین اتخاذ هر گونه سیاست پولی و مالی بر واردات کالاهای ورزشی ایران اثر گذار نخواهد بود.

مهرآرا و میکائیلی (۱۳۹۶) به بررسی اثر درآمدها و مخارج ورزشی دولتی بر ارزش افزوده‌ی بخش ورزش: رویکرد مدل خود توزیع با وقفه‌های گسترده

شهروندان تهران بود. برای بررسی عوامل محیطی و سنجش کارآفرینی نمونه آماری شامل ۲۲۰ نفر از کارکنان ان کارکنان شهرداری و برای سنجش عملکرد شهرداری (رضایت شهروندان) نمونه‌ای شامل ۲۰۰ نفر از شهروندان انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهند که عوامل محیطی روابط متفاوتی با کارآفرینی در شهرداری داشتند محدودیت‌های قانونی مداخلات سیاسی افق زمانی کوتاه مدت فاصله‌ی قدرت، پرهیز از بی‌اطمینانی، تقدیر گرایی و فردگرایی مانع توسعه‌ی کارآفرینی و قابلیت رویت عمومی (توجه رسانه‌ها) رقابت و تکنولوژی شوق کارآفرینی هستند. درنهایت کارآفرینی عمومی با عملکرد بخش عمومی (رضایت شهروندان) رابطه‌ی مثبت دارد و به بهبود آن منجر می‌شود.

تسون و همکاران<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۴) در تحقیقی مهمترین چالش‌های مدیریتی پیش روی کسب و کارهای ورزشی را فقدان استفاده از منابع و تسهیلات، مشکلات اقتصادی، محیط سیاسی، فقدان مدیران شایسته، تعارض اجرایی و سیاست‌های محافظه کارانه برشمردند.

بنابراین مساله اصلی پژوهش، شناخت کم فرصت‌های کارآفرینی و راهکارهای توسعه آن می‌باشد با وجود اهمیت کارآفرینی در جهت ایجاد و توسعه‌ی کسب و کارهای ورزشی و در نتیجه مشاغل ورزشی به صورت علمی و عملی که همواره مورد تاکید بوده است این مساله در فضای اقتصادی یا کسب و کارهای ورزشی کشور همواره مورد غفلت واقع شده است. این در حالی است که توسعه فرصت‌های کارآفرینی در موسسات ورزشی می‌تواند عملکرد آن‌ها را به طور چشمگیری بهبود بخشد در همین راستا، پرسش اساسی این پژوهش این است که راهکارهای سطح کلان توسعه فرصت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش، به عنوان صنعتی اثرگذار در اقتصاد کشور کدامند؟

پرداختند. داده‌های آن طی سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۲ مورد استفاده قرار گرفت. برای آزمون رابطه‌ی بلند مدت میان متغیرها، از روش هم‌انباشتگی جوهانسون و جوسیلیوس و برای تخمین الگو، از رویکرد مدل خود توزیع با وقفه‌های گسترده (ای. آرد. دی. ال) استفاده شد. نتایج نشان دادند مخارج ورزشی دولتی و تولید ناخالص داخلی، اثر مثبت و معناداری بر ارزش افزوده‌ی بخش ورزش داشته‌اند. همچنین درآمد‌های نفتی بیشتر از درآمد‌های مالیاتی در خدمت ورزش بوده‌اند. و این آسیب سیاست گذاری باید در فرایندهای برنامه ریزی و بودجه ریزی‌های دولت مورد توجه قرار گیرد. بعلاوه، مهم‌ترین عامل تحولات بخش ورزش در ایران بوده‌اند. این وابستگی و اتکای بالای ارزش افزوده‌ی بخش ورزش به مخارج دولتی باید دغدغه‌ی سیاست گذاران در این حوزه باشد.

الهی، سجادی، خبیری و ابریشمی (۱۳۸۹) نابسامانی نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای در ورزش کشور را از اولین مانع شناسایی شده در پژوهش خود با عنوان موانع توسعه صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال ایران معرفی کرد. در مرحله اول، پس از بررسی وضع موجود و مطالعه‌ی تطبیقی، فهرست مقدماتی مذکور (بعنوان ابزار اولیه‌ی جمع‌آوری داده‌ها)، با نخبگان آگاه از موضوع مورد مطالعه (n=۳۳) به مصاحبه‌های کیفی به‌عمل آمد. در مجموع ۲۴ مانع در توسعه صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال شناسایی کرده است. موانع محیطی نقش زیادی داشت و صرفاً به ساختار و مدیریت ورزش کشور منتهی نمی‌شد. شرایط اقتصاد کلان کشور، مالکیت دولتی باشگاهها، مشکلات حقوقی و قانونی، مدیریت ضعیف بازاریابی و محدود بودن اندازه‌ی بازار صنعت فوتبال از مهم‌ترین موانع شناسایی شده بودند.

در پژوهشی وکیلی و همکاران (۱۳۹۳) به شناسایی عوامل محیطی موثر بر توسعه‌ی کارآفرینی در بخش عمومی پرداختند. جامعه آماری آن کارکنان شهرداری و

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی- توسعه‌ای می‌باشد و از منظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از طرح تحقیقی آمیخته (کیفی و کمی) با رویکرد اکتشافی متوالی در این پژوهش استفاده گردید. در این نوع طرح آمیخته، ابتدا گویه‌های کیفی شناسایی و سپس جهت نظرسنجی تبدیل به پرسشنامه‌ی کمی به شکل لیکرت ۵ ارزشی گردید. لذا در ابتدا با استفاده از روش کیفی مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته حضوری و غیرحضوری (تلفنی، مکاتبه مجازی و ...) با ۴۰ تن (افراد) که در بعد اجرایی و علمی مطالب تجارب ارزنده‌ای داشتند) از اساتید دانشگاهی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی و مدیریت کارآفرینی، مدیران سازمانی متولی اشتغال و کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان به طور نظری (قضاوتی)<sup>۲۰</sup> انجام شد. زیرا انتخاب این افراد بر اساس داوری و قضاوت گروه پژوهشی صورت گرفت و نمونه‌هایی انتخاب شدند که به نظر گروه پژوهش برای ارائه اطلاعات موردنیاز در بهترین موقعیت قرار داشتند. به این شکل هرگاه بخشی از یک جامعه آماری بر اساس داوری و قضاوت افراد خاص یا خود پژوهشگر برای بررسی انتخاب شوند، چنین نمونه‌گیری، نمونه‌گیری نظری نامیده می‌شود. جهت دستیابی به اهداف پژوهش با استفاده از تجمیع یافته‌ها و اشباع نظری حاصل از مصاحبه‌ها از روش دلفی طی ۵ دور مصاحبه دلفی با ۸ تن از صاحب‌نظران و اساتید منتخب مدیریت ورزشی) فهرست دسته‌بندی شده از راهکارهای توسعه کارآفرینی در سطح کلان تهیه و اجماع نظری در خصوص کدگذاری باز، محوری و انتخابی راهکارهای توسعه کارآفرینی ورزشی در سطح کلان با ۵ کد انتخابی: مقوله‌ی اقتصادی: با ۷ کد محوری و ۱۹ کدباز (گویه)، مقوله‌ی فرهنگی: با ۷ کد محوری و ۱۹ گویه، مقوله‌ی اجتماعی: با ۵ کد محوری و ۱۱ گویه، مقوله‌ی سیاسی:

با ۷ کد محوری و ۱۵ گویه، مقوله‌ی حقوقی: با ۷ کد محوری و ۱۱ گویه) صورت گرفت. سپس در بخش کمی با تنظیم و ارائه پرسشنامه‌ی لیکرت ۵ ارزشی مستخرج از الگوی کیفی، جهت سنجش برازش مدل کمی پژوهش در موضوع مورد مطالعه در نمونه‌ی آماری در دسترس بخش کمی: شامل ۱۶۴ نفر از کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی، به طور تصادفی توزیع و به قدر کفایت نرم‌افزار پس از پاسخگویی جمع‌آوری شد.

ابزار پژوهش بخش کیفی: استفاده از مصاحبه با پرسش‌های نیمه‌ساختاریافته بود که کدگذاری باز و محوری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های با استفاده از دوکدگذار مجرب دکتری مدیریت ورزشی انجام شد که ضریب توافق بین کدگذاران به وسیله‌ی فرمول پی‌اسکات<sup>۲۱</sup> (۹۲) درصد محاسبه شد. با توجه به این که ضریب توافق بین کدگذاران بالاتر از ۷۰ درصد بود، پس هریک از کدگذاران می‌توانند تمام داده‌های پژوهش را کدگذاری نمایند. تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های دلفی به شرح جدول شماره سه انجام یافت. ابزار پژوهش بخش کمی: استفاده از پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته مستخرج از یافته‌های بخش کیفی پس از تأیید روایی (راستی) آن توسط ۵ تن از اساتید دانشگاهی مدیریت ورزشی انجام شد. با توجه به اینکه پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود از روایی سازه و اگر و همگرا<sup>۲۲</sup> و جهت تعیین پایایی آزمون ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی هم برای ۵ مقوله (بعد) پرسشنامه پژوهش (بالاتر از ۰/۷۰۳) (طبق نتایج جدول شماره ۱) بدست آمد. همچنین برای تجزیه و تحلیل یافته‌های کمی پژوهش استفاده از آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی نظیر تحلیل عاملی تأییدی، آزمون تی، ضرایب همبستگی، اندازه اثر و برازش مدل مفهومی، از مدل‌سازی معادله ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی<sup>۲۳</sup> به کمک رویکرد واریانس محور با نرم‌افزار آماری (SmartPLS<sub>3</sub>) استفاده شد. دلیل استفاده

جدول ۱: ارزیابی روایی مصاحبه و نتایج ضرایب پایایی پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ی پژوهش

ردیف	معیار	شرح
۱	اعتمادپذیری	بررسی چندین باره سؤال‌های مصاحبه نیمه ساختار یافته به منظور شفاف بودن سؤالات؛ دقت پژوهشگر و چندین بار بررسی کدهای اتخاذ شده از مصاحبه‌ها؛ گردآوری اطلاعات کافی با رعایت اشیاع نظری؛
۲	انتقال‌پذیری	نمونه‌گیری نظری؛ مفاهیم نظری ارائه شده از داده‌های حاصل از تمامی مصاحبه‌شوندگان این مطالعه استخراج شد.
۳	اتکاپذیری	احصای تجربیات جاری و پیشین خبرگان در مورد موضوع پژوهش؛ رعایت ابزارهای روش‌شناختی در طول پژوهش؛
۴	تصدیق‌پذیری	مرور مصاحبه‌های پیاده شده و ارزیابی تفسیرهای محقق از سوی دیگران؛ بسط و پالاش تفسیرها از طریق تأیید خلاصه الگوی صورت‌بندی شده توسط ۳ تن از خبرگان.

ردیف	سطح	کد انتخابی (مقوله)	تعداد محور	تعداد کدباز (گویه)	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا (AVE)
۱	کلان	اقتصادی	۷	۱۹	۰/۸۴۴	۰/۸۶۶	۰/۷۴۹
۲		فرهنگی	۷	۱۹	۰/۷۳۱	۰/۸۳۲	۰/۶۹۲
۳		اجتماعی	۵	۱۱	۰/۷۹۷	۰/۸۶۳	۰/۷۴۴
۴		سیاسی	۷	۱۵	۰/۷۰۳	۰/۸۰۵	۰/۶۴۸
۵		حقوقی	۷	۱۱	۰/۷۹۶	۰/۸۵۹	۰/۷۳۷
۶		مجموع	۳۳	۷۵	-	-	-

از این رویکرد واریانس محور این بود که پیش‌شرط‌های کواریانس محور نظیر توزیع نرمال داده‌ها را ندارند و قابلیت پیش‌بینی و نیز رد یا تأیید رابطه‌ی بین سازه‌ها و مقوله‌های را نیز دارد. در جدول شماره یک، روایی و ضریب آلفای کرونباخ ابعاد مذکور بالاتر از ۰/۷۰۳ و پایایی مرکب آنها بالاتر از ۰/۸۰۵ محاسبه شد.

#### یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول شماره ۲ گزارش شده است. مطابق نتایج حاصل در جدول شماره ۲ پرسشنامه‌ی پژوهش هستند.

نخست داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های پژوهشگر با صاحب‌نظران تجمیع گردید و پس از آن توسط ۸ عضو گروه دلفی در ۵ دور مصاحبه طبق جدول شماره ۳، کدگذاری انتخابی، محوری و باز پس از اجماع نظری طبقه‌بندی شدند. طبق جدول شماره ۳ و شکل ۱ به دلیل گستردگی گویه‌ها (کدهای باز)، نظرسنجی از کدهای محوری در قالب پرسشنامه‌ی ۵ ارزشی لیکرت انجام گرفت.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های آماری پژوهش

نمونه‌آماري	جنسیت							
	مرد	زن	کمتر از ۵ سال	۵-۱۰ سال	۱۱-۱۵ سال	۱۶-۲۰ سال	۲۰-۲۵ سال	بیش از ۲۵ سال
بخش کیفی مصاحبه	۲۸	۱۲	۲/۵۰٪	۱۵/۰۰٪	۳۵/۰۰٪	۲۵/۰۰٪	۱۷/۵۰٪	۵/۰۰٪
کیفی دلفی	۶	۲	-	۱۲/۵٪	۱۲/۵٪	۳۷/۵٪	۲۵٪	۱۲/۵٪
بخش کمی	جنسیت							
	مرد	زن	۲۰-۳۰ سال	۳۱-۴۰ سال	۴۱-۵۰ سال	۵۱-۶۰ سال	بیش از ۶۱ سال	
سن نمونه‌آماري بخش کمی	۹۵	۶۹	۳۱/۰۰٪	۳۷/۲۵٪	۲۵/۵۰٪	۴/۲۵٪	۲/۰۰٪	

جدول ۳: تحلیل عاملی تأییدی محورها و مقوله‌ها (ابعاد) راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی

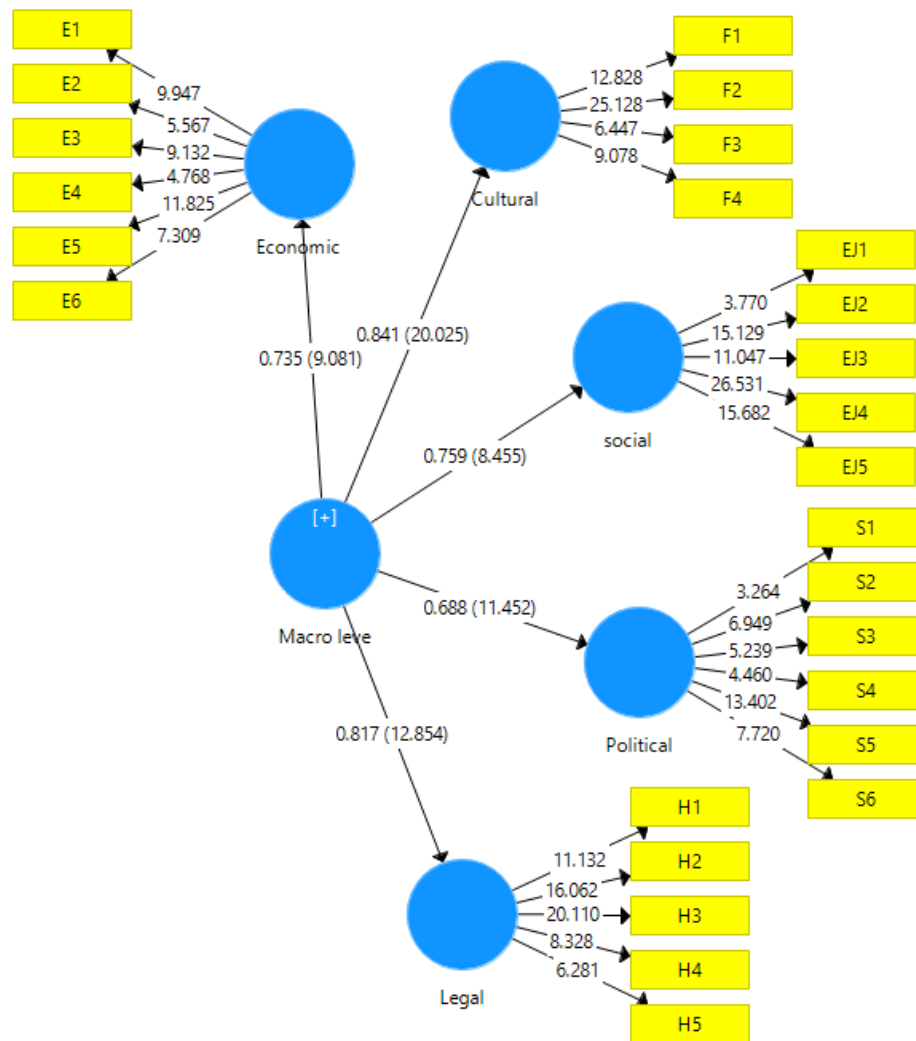
سازه	مقوله‌ها	بار عاملی	اولویت	کدهای محوری	بار عاملی	اولویت	نتیجه اعتبار
اقتصادی	۰/۸۴۶	۱	مناسب	کارآمدسازی خصوصی‌سازی در ورزش	۰/۷۵۵	۴	مناسب
				افزایش استقلال مالی شرکت‌ها و باشگاه‌های خصوصی	۰/۸۲۰	۲	مناسب
				ایجاد ثبات اقتصادی از طریق تقویت دیپلماسی اقتصادی	۰/۷۲۲	۳	مناسب
				افزایش نظارت مالی	۰/۷۱۷	۵	مناسب
				افزایش ورود باشگاه‌ها، شرکت‌های ورزشی به بورس اوراق بهادار	۰/۸۳۰	۱	مناسب
				توسعه حامیان مالی در ورزش	۰/۶۵۴	۶	مناسب
فرهنگی	۰/۷۸۸	۵	مناسب	ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی	۰/۸۰۹	۱	مناسب
				کاهش موانع فرهنگی موجود	۰/۷۳۳	۳	مناسب
				افزایش چاپ نشریات و کتب حوزه کارآفرینی ورزشی	۰/۶۳۳	۴	مناسب
				افزایش اعتبار و خوش‌نامی و اقبال عمومی به ورزش	۰/۷۴۲	۲	مناسب
اجتماعی	۰/۸۲۲	۲	مناسب	افزایش سهم ورزش در سبد خانوار ایرانی	۰/۵۵۳	۵	مناسب
				افزایش برگزاری همایش‌های کارآفرینی، کارگاه‌ها و سمینارهای علمی و عملی	۰/۷۷۱	۳	مناسب
				افزایش رویدادهای ایده‌پردازی	۰/۷۴۰	۴	مناسب
				تدوین الگوی ملی توانمندسازی، اشتغال و کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموزان	۰/۸۴۵	۱	مناسب
				توسعه مراکز مشاوره کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۸۰۴	۲	مناسب
				تعدیل و بروزرسانی قوانین	۰/۸۲۱	۱	مناسب
حقوقی	۰/۷۹۶	۳	مناسب	ایجاد ثبات قوانین	۰/۷۶۲	۳	مناسب
				افزایش قوانین تسهیلی، تشویقی، حمایتی و تخفیفی و معافیت‌های مالیاتی	۰/۷۳۵	۴	مناسب
				حمایت بین‌المللی از نیروی انسانی ورزش با رویکرد حمایت‌های حقوقی	۰/۵۶۱	۵	مناسب
				توجه بیشتر به قوانین حق مالکیت، کپی‌رایت، ورزشکستگی و سرمایه‌گذاری خطرپذیر و... در ورزش	۰/۸۱۴	۲	مناسب
سیاسی	۰/۷۹۲	۴	مناسب	ایجاد وزارت خانه جدید بعنوان متولی کارآفرینی در کشور	۰/۵۸۵	۶	مناسب
				ایجاد ثبات سیاسی	۰/۶۴۱	۲	مناسب
				کاهش دخالت‌های دولت در امور ورزشی	۰/۵۹۹	۵	مناسب
				کوچک‌سازی دولت	۰/۶۱۶	۴	مناسب
				افزایش دیپلماسی سیاسی	۰/۷۵۲	۱	مناسب
				اتخاذ سیاست منع ورود برندهای ورزشی خارجی در داخل کشور از سوی دولت	۰/۶۲۸	۳	مناسب

سال دوازدهم / شماره چهل و چهارم / زمستان ۱۴۰۰

سطح کلان

طبق نتایج جدول شماره ۳ بارعاملی بالاتر از مقدار (۰/۵۵۳) کدهای محوری بر اساس نظر آزمودنی‌ها در جدول ثبت شدند. ضرایب مسیر مدل و مقدار تی متغیرهای آشکار و پنهان در شکل ۱ ارائه شده است. روابطی که بین متغیرهای پنهان تعریف شده است، همان فرضیه‌های پژوهش می‌باشند و اعداد نشان داده شده بر روی این روابط، ضرایب مسیر و (مقدار t) هستند.





شکل ۱: ضرایب مسیر و مقدار تی مدل پژوهش در سطح کلان

جهت تعیین میزان اهمیت ابعاد و گویه‌های بازارهای کسب‌وکار ورزشی، از آزمون تحلیل عاملی، به کار گرفته شد. از سوی دیگر، جهت بررسی رابطه بین ابعاد هر سطح از راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی، ضرایب تبیین، ضرایب مسیر، آزمون تی و مقدار معنی‌داری به شرح جدول ۴، انجام شد.

جدول ۴: نتایج معناداری، ضرایب تعیین ( $R^2$ ) ضرایب اندازه اثر ( $F^2$ )، ضرایب مسیر و مقادیر آماره T در مدل پژوهش

ردیف	سازه	ضرایب تعیین	مقوله‌ها (ابعاد)	ضرایب تعیین	ضرایب اندازه اثر	ضرایب مسیر	T-values مقدراتی	سطح معنی‌داری	نتیجه
۱	سطح کلان	۰/۷۸۷	اقتصادی	۰/۷۸۶	۱/۷۳۵	۰/۷۳۵	۹/۰۸۱	۰/۰۰۰۱	تأیید
۲			فرهنگی	۰/۶۷۲	۳/۲۵۵	۰/۸۴۱	۲۰/۰۲۵	۰/۰۰۰۱	تأیید
۳			اجتماعی	۰/۷۶۴	۰/۶۴۸	۰/۷۵۹	۸/۴۵۵	۰/۰۰۰۱	تأیید
۴			سیاسی	۰/۷۳۹	۱/۷۹۴	۰/۶۸۸	۱۱/۴۵۲	۰/۰۰۰۱	تأیید
۵			حقوقی	۰/۷۵۰	۱/۸۸۲	۰/۸۱۷	۱۲/۸۵۴	۰/۰۰۰۱	تأیید

جدول ۶: برازش کلی مدل

متغیر مکنون	میانگین پایایی اشتراکی	میانگین $R^2$	نیکویی برازش $GOF = (\sqrt{\text{communality} \times R^2})$
فرصت‌های سطح کلان	۰/۷۱۴	۰/۷۴۲	$\sqrt{0.714 \times 0.742} = 0.727$

از آنجایی که هدف اصلی از مدل ارائه شده در این پژوهش تبیین راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطح کلان کسب‌وکار ورزشی بود، شاخص‌های برآورد شده برای این متغیر از اهمیت بیشتری برخوردارند. مقادیر گزارش شده نشان می‌دهند متغیرهای مدل ارائه شده در این پژوهش توانایی بالایی در تبیین یا پیش‌بینی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطح کلان کسب‌وکار ورزشی را دارند و مدل حاصل دارای برازش مناسبی ( $GOF=0/727$ ) می‌باشد. از آنجایی که هدف اصلی از مدل ارائه شده در این پژوهش تبیین ابعاد راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی با رویکرد سطح کلان بود، شاخص‌های برآورد شده برای این متغیر از اهمیت بیشتری برخوردارند. مقادیر گزارش شده نشان داد متغیرهای مدل ارائه شده در این پژوهش توانایی بالایی در تبیین یا پیش‌بینی ابعاد راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطح کلان کسب‌وکار ورزشی دارند و مدل دارای برازش مناسبی می‌باشد.

میزان اهمیت (بارعاملی تأییدی) ابعاد راهکار توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطح کلان و مقوله‌های آن به شرح جدول شماره ۳- نشان داد که ابعاد سطح کلان به ترتیب: (۱) اقتصادی، (۲) اجتماعی، (۳) حقوقی، (۴) سیاسی و (۵) فرهنگی، از دیدگاه پاسخگویان دارای اولویت هستند.

### بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس مصاحبه انجام شده در بخش کیفی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی با رویکرد سطح کلان در پنج مقوله اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، سیاسی و فرهنگی گزارش شده است.

مقدار تی مقادیر بزرگتر از ۲/۵۸ است. پس سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادارند. در نتیجه بین عامل‌های اصلی و زیرعامل‌های‌شان رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار همبستگی هر مسیر (ضریب مسیر) مشخص می‌باشد.

معیار ضریب تعیین ( $R^2$ ) (وارینانس تبیین شده)، در واقع نشان می‌دهند که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. همچنین نشان از تأثیری یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد. در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ یا بیشتر را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  معرفی شده است. در جدول ( $R^2 > 0/672$ ) قدرت رابطه بین مدل و متغیرهای این پژوهش قوی است.  $F^2$  شدت رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ یا بیشتر به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر می‌باشد. در جدول ( $F^2 > 0/648$ ) بنابراین رابطه سایر متغیرها با یکدیگر بالاتر از متوسط و بزرگ است.

شاخص نیکویی برازش<sup>۲۴</sup> ( $GOF$ ) معیاری برای بررسی برازش کلی مدل جهت پیش‌بینی متغیرهای درون‌زا می‌باشد. تتهاوس و همکاران (۲۰۰۴) این معیار را به عنوان شاخصی مطمئن برای برازش کلی مدل پیشنهاد دادند. این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط اشتراکی<sup>۲۵</sup> و متوسط ضریب تعیین<sup>۲۶</sup> است. ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای  $GOF$  معرفی شده‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

براساس نتایج پژوهش حاضر، در سطح کلان عامل اقتصادی با ضریب تاثیر ۰/۸۴۶ بیشترین سهم در توسعه فرصت‌های کارآفرینی تاثیر دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیق خدادادی، فرید فتحی و معصوم زاده (۱۳۹۷) و جلالی فراهانی و علی دوست قهفرخی (۱۳۹۲) همراست. خدادادی، فرید فتحی و معصوم زاده (۱۳۹۷) پیشنهاد کرده اند موانع استفاده از تنوع جهت رونق اقتصادی بیشتر و بالا بردن سهم شرکای تجارت صنعت ورزش رفع شود و تلاش برای گسترش روابط تجاری با اقتصادهای نوظهور در منطقه و تنوع بخشی به شرکای تجاری مطمئن و در دسترس برای تامین نیازهای اقتصادی کشور و کاهش وابستگی. نتایج پژوهش جلالی فراهانی و علی دوست قهفرخی (۱۳۹۲) نیز در مورد موانع اقتصادی موثر بر اجرای سیاست‌های کلی ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران بی ثباتی در سیاست‌های پولی و مالی کشور، مشارکت نکردن سرمایه گذاران خارجی در بازارهای سرمایه داخل، مالکیت دولتی بسیاری از صنایع، کارخانه جات نهادها و سازمان‌های ورزشی و غیر ورزشی، کم بودن سرانه‌ی درآمد ملی در کشور، نبود امنیت اقتصادی و خطر زیاد سرمایه گذاری در ورزش حرفه ای، عدم تخصیص حق پخش تلوزیونی مناسب به باشگاهها، وجود رقابت ناعادلانه بین باشگاههای دولتی و باشگاههای خصوصی، ساختار بلیت فروشی متمرکز در سازمان لیگ حرفه ای، شفاف نبودن اطلاعات مالی و اقتصادی باشگاهها، سازمان لیگ و فدراسیون نشان داد.

براساس نتایج پژوهش حاضر، در سطح کلان عامل اجتماعی، با ضریب تاثیر ۰/۸۲۲ دومین تاثیر را در توسعه فرصت‌های کارآفرینی دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش کلاشی و همکاران (۱۳۹۵)، زمانی و همکاران (۱۳۹۱)، بینگ<sup>۲۷</sup> (۲۰۱۱)، اسکینر و زاکیوس (۲۰۰۸)، مرکز مطالعات صنعت ورزش انگلستان<sup>۲۸</sup> (۲۰۰۷) ، برت و ریمر<sup>۲۹</sup> (۲۰۰۵) و

پاداش، سلطان حسینی، خبیری و فتحی (۱۳۸۸) هم راستاست. تحقیقات کلاشی و همکاران (۱۳۹۵)، زمانی و همکاران (۱۳۹۱)، بینگ (۲۰۱۱)، اسکینر و زاکیوس<sup>۳۰</sup> (۲۰۰۸) مرکز مطالعات صنعت ورزش انگلستان<sup>۳۱</sup> (۲۰۰۷) ، برت و ریمر (۲۰۰۵) به بررسی مخارج ورزشی، سرمایه اجتماعی، میزان هزینه کرد خانواده‌ها در ورزش هزینه‌ها و درآمدها در ورزش و ... را بررسی نمودند. پاداش، سلطان حسینی، خبیری و فتحی (۱۳۸۸) در پژوهشی نشان داد جنبه‌های اجتماعی یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر خصوصی سازی باشگاههای ورزشی است. عامل اجتماعی کارآفرینی، بخشی از عوامل خارجی تأثیرگذار بر روش ایجاد کارآفرینی است (لیوی و همکاران، ۲۰۱۴).

براساس نتایج پژوهش حاضر، در سطح کلان عامل فرهنگی، بعد از عامل اقتصادی و اجتماعی با ضریب تاثیر ۰/۷۸۸ در توسعه فرصت‌های کارآفرینی تاثیر دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش معین‌فرد، احمد مظفری، بتول اشرف‌جوادی و کاظم نژاد (۱۳۹۰) و حمیدی، رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضل‌ی درزی (۱۳۸۸) هم راستاست. معین‌فرد، احمد مظفری، بتول اشرف‌جوادی و کاظم نژاد (۱۳۹۰) در پژوهش خود بر اهمیت فرهنگ سازی و ایجاد انگیزه در توسعه گردشگری ورزشی تاکید داشتند. نتایج پژوهش حمیدی، رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضل‌ی درزی (۱۳۸۸) وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سو کشورهای خارجی در مورد ایران بعنوان بالاترین مورد که صنعت گردشگری ورزشی کشور را مورد تهدید قرار می‌دهد انتخاب گردید. اگر چه کار آفرینی رویدادی اقتصادی شناخته شده است، اما متاثر از نظام ارزشی، نگرش‌ها و هنجارهای رفتاری افراد و گروه‌های انسانی است.

براساس نتایج پژوهش حاضر، در سطح کلان عامل حقوقی، با ضریب تاثیر ۰/۷۹۶ چهارمین تاثیر را در توسعه فرصت‌های کارآفرینی دارد. نتیجه پژوهش حاضر با نتیجه پژوهش بومل (۱۹۹۰)؛ فدهوسی و

مهم‌ترین نتیجه، در دوران پساتحریم روند صعودی تجارت ایران با شرکا در صنعت ورزش را پیش بینی کرده است. از طرف دیگر، تصدی گری دولت در ورزش به تأمین بودجه آن از طریق دولت و به طبع هزینه بر شدن صنعت ورزش و درآمدزا نبودن آن می‌انجامد (زائوال، ۲۰۱۵). جکسون (۲۰۰۱) با انجام مطالعاتی بیان کرده است که نگرش دولت‌ها به ورزش و باشگاه‌های ورزشی می‌تواند از حمایت فعالانه تا نادیده گرفتن آن در نوسان باشد.

محققان استدلال کرده‌اند که سیاست‌های پولی و مالی ثابت، بهره‌گیری از فرصت‌ها را ترویج و تشویق می‌کند زیرا ثبات اقتصادی باعث می‌شود که مردم در تصمیمات کار آفرینی خود مطمئن تر عمل کنند (هارپر<sup>۳۳</sup>، ۱۹۹۷). فعالیت کار آفرینی زمان که اقتصاد قوی است، ماندگارتر بوده و دوام بیشتری دارد زیرا تقاضا برای خدمات و کالا و نیز توانایی کسب اعتبار در طول گسترش اقتصادی، نسبت به دوره‌ی رکود اقتصادی، بالاتر است (کمبل<sup>۳۳</sup>، ۱۹۹۲). کشورهایی که در آن‌ها میزان فعالیت‌های کارآفرینانه بالاتر می‌باشد بواسطه طبیعت کارآفرینی در سازگاری با تغییرات، قادرند در اقتصاد جهان موقعیت بهتری کسب کنند. بنابراین نرخ رشد اقتصادی یک کشور رابطه معناداری با سطح فعالیت‌های کارآفرینانه آن کشور دارد (انصاری و فدایی، ۱۳۸۶). همچنین پژوهش‌های گوناگون نشان داده‌اند الزام ایجاد یک کسب و کار جدید غالباً در کشورهای رخ می‌دهد که از سطح پایین رشد اقتصادی برخوردارند. اقتصاد در حال افول نیز می‌تواند بستری برای توسعه فرصت‌های کارآفرینان باشد با این تفاوت که در ابتدا ممکن است ارائه خدمات یا فروش کالا با استقبال عمومی کمتری برخوردار باشد. با توسعه رشد اقتصادی، میزان احتیاج به کارآفرینی کاهش می‌یابد تا حدی که میزان فرصت برای کارآفرینی رشد می‌یابد. بنابراین، معمولاً فرصت ایجاد و راه اندازی یک کسب‌وکار جدید در کشورهایی با

روزا (۲۰۰۲) هم‌راستا است. پژوهش‌های بومل (۱۹۹۰)؛ فدهوسی و روزا (۲۰۰۲) نشان دادند تاکنون قوانین و هنجارهای اجتماعی، حقوق مالکیت، قانون مداری، سیاست‌های واردات، صادرات دولت را از قوانین موثر بر توسعه کارآفرینی می‌دانند. قوانین و مقررات تغییر شرایط را برای ترکیب مجدد منابع به روشی مولد تر میسر می‌کند سودآورتر بوده و با قابلیت توزیع مجدد ثروت از شخصی به شخص دیگر در اجتماع را داشته باشد (جیویا، ۱۹۸۹، ساین و همکاران، ۲۰۰۱). دسته‌ای از تحقیقات نشان می‌دهند که قانون زدایی، باعث افزایش نرخ تاسیس شرکت می‌شود (کلی و آمبرگی، ۱۹۹۱، کلی، ۱۹۸۸).

براساس نتایج پژوهش حاضر، در سطح کلان عامل سیاسی، با ضریب تاثیر ۰/۷۹۲ آخرین تاثیر را در توسعه فرصت‌های کارآفرینی دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش پورپرتوی و شمس دوست (۱۳۹۶)، عسکریان، خدادادی و سرلاب (۱۳۹۶)، خدادادی، فرید فتحی و مصوم زاده (۱۳۹۷) جکسون (۲۰۰۱)، کارلیز (۲۰۰۶) هم‌راستا است.

پورپرتوی و شمس دوست (۱۳۹۶) در نتایج تحقیق خود اثر تحریم‌های بین‌المللی را بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران در صنعت ورزش موثر می‌دانند. تحریم‌های بیشتر باعث تغییر اولویت‌ها در کشور شده و توجه به سرمایه‌گذاری در ورزش را کاهش می‌دهد. همچنین نشان دادند هرچه حمایت دولت بیشتر باشد باعث می‌شود احتمال زیان در پروژه‌های ورزشی کاهش پیدا می‌کند و تمایل به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های ورزشی افزایش پیدا می‌کند. نتایج عسکریان، خدادادی و سرلاب (۱۳۹۶) نشان داد وارد کردن هر گونه شوک یا سیاست دولتی یا اتخاذ هر گونه سیاست پولی و مالی بر واردات کالاهای ورزشی ایران اثر گذار نخواهد بود. نتیجه پژوهش خدادادی، فرید فتحی و مصوم زاده (۱۳۹۷) در مورد اثر تحریم بر تجارت و ایران و شرکای عمده تجاری در صنعت ورزش، که

سطح درآمد بالا، رایج تر است (بوسما و همکاران، ۲۰۰۹). چنانچه فرد بیش از حد، تحت تاثیر عوامل اقتصادی محیط مانند نرخ بهره، تعرفه‌ها، نرخ ارز و غیره قرار گیرد، انگیزه لازم را برای کارهای خلاق از دست می‌دهد (مدرسی و همکار، ۱۳۹۰: ۴۹). بنابراین افزایش خصوصی‌سازی باشگاه‌ها و شرکت‌های ورزشی و ... پیشنهاد می‌گردد. اداره باشگاه‌ها باید الگوبرداری از باشگاه‌های مطرح اروپا انجام پذیرد یعنی به صورت ساختار سهامی باشد و جایگزین ساختار سنتی و قدیمی باشگاه‌ها شود. همچنین، کشور ایران بعنوان کشوری توسعه‌نیافته و فعالیت‌های کارآفرینانه کمتر، دارای ظرفیت‌های بالقوه فراوان می‌باشد. دولت می‌تواند با فراهم‌نمودن بسترهای فیزیکی و زیرساختی از طریق سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی در انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی باشد. پذیرش بازارهای آزاد و شرکت‌های خصوصی به عنوان سازوکارهای اصلی توسعه‌ی فعالیت‌های اقتصادی پیشنهاد می‌شود.

تاثیر محیط اجتماعی در توسعه فرصت‌های کارآفرینی را می‌توان از چند طریق بررسی نمود:

- هنجارهای اجتماعی تا آن حد که فعالیت کارآفرینی از نظر اجتماعی میان اعضای جامعه مطلوب و پسندیده تلقی می‌شود تاثیر می‌گذارند (آلدریچ و ویدنمایر، ۱۹۹۳؛ آلدریچ و فیول، ۱۹۹۴)

- رفتار مردم متأثر از عقیده و نظر دیگران نسبت به آنهاست بخاطر همین، نگرش‌های منفی نسبت به کار آفرینی موجب منصرف شدن مردم از شرکت در این فعالیت می‌شود (مینیتی، ۱۹۹۹) در نتیجه در جوامعی که در آنها مردم نگرش منفی نسبت به ورزش یا فعالیت کار آفرینی دارند مردم بهره برداری از فرصت‌های کار آفرینی را زمانی که با شرایط مواجه می‌شوند که در آنها می‌توانند در این فعالیت شرکت کنند، در نظر نمی‌گیرند یا در نظر گرفته و رد می‌کنند.

- باورها برای تنظیم اهداف و استانداردها (به عنوان مثال کسب و کار برای کسب سود یا ارزش اجتماعی) و هنجارها بر ابزارهای دستیابی به اهداف (برای مثال چگونگی بازی منصفانه در یک شراکت کار آفرینانه با ایجاد یک کسب کار جدید) موثرند؛ بنا براین این باورها و هنجارها بر مطلوبیت کار آفرینی به عنوان یک گزینه شغلی موثرند (استنهورم و همکاران، ۲۰۱۳). پس آداب و رسوم و روابط اجتماعی، الگوهای مصرف و سبک زندگی از مقوله‌هایی است که دولت در این بعد می‌تواند برنامه‌ریزی کند. با توجه به گسترده و فراگیر بودن ورزش و نفوذ آن در همه‌ی بخش‌های جامعه، توسعه کارآفرینی ورزشی جزو اولویت‌های مهم ملی است (یداللهی فارسی، ۱۳۸۷) که مهم‌ترین تاثیر کارآفرینی بر زمینه ورزش، ابعاد اجتماعی آن است. کارآفرینی در ورزش می‌تواند به افزایش تعداد محصولات و خدمات جدیدی که اختراع می‌شوند بیانجامد (هاردی، ۱۹۹۶).

بین کارآفرینی و فرهنگ می‌توان ارتباط دو طرفه تعریف کرد. از طرفی، نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تاثیر می‌گذارد و از طرف دیگر، خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است که هم تحت تاثیر از مبانی فرهنگ جامعه است و هم می‌تواند در آن، تحولات اساسی ایجاد کند. از یک طرف، کار آفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش زمینه‌ای اساسی برای ارتقای سطح فرهنگی جامعه است. با برآورده شدن نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی تر انسانی فراهم می‌شود که اگر در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان‌ها و جامعه می‌انجامد. در واقع فرایند کار آفرینی در بطن خود، فرهنگ خاص را نهفته دارد (کاوسی و چاوشی، ۱۳۸۷) به نقل از سید نورانی و وفایی یگانه، ۱۳۸۹) از جمله فرهنگ نوآوری که مشوق تولید محصولات جدید تر و عرضه

خدمات جدیدتر و متنوع تر می‌باشد و به این ترتیب، محصولات جدیدتر و متنوع تر یعنی افزایش قدرت انتخاب مردم و در نتیجه زندگی ساده تر می‌شود با بالا رفتن سطح رفاه و آسایش و افزایش اوقات فراغت، فرصت‌های بیشتری برای فعالیت‌های فرهنگی ایجاد می‌شود. از سوی دیگر، اثربخشی کارآفرینی، روش‌ها و باورهای خاصی می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار شده است. به این مجموعه روش‌ها و باورها فرهنگ خوانده می‌شود. کارآفرینان نیز نقش بسیار موثری در ایجاد تحولات ارزشمند و نجات جامعه از بند عادات و سنت‌های بی اساس و بی فایده، اما مرسوم ایفا می‌کند (کیا، ۱۳۸۶). در کشور ما با وجود فرهنگ غنی اسلامی و سفارش اکید قرآن و ائمه به کار و تاکید بیشتر بر ارزش اکتسابی تا انتسابی هنوز ارزش‌هایی در جامعه غلبه دارد که اخلاق کار و به طبع آن، کارآفرینی را تضعیف می‌کند. ظهور هر پدیده‌ی نو در جامعه و تغییراتی که می‌تواند در ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایجاد کند، نیازمند توجه و بررسی است، چرا که در صورت مواجهه‌ی بدون برنامه یا یک پدیده، ممکن است کنترل آن پدیده با مشکل مواجه شود و جامعه نتواند از مزایای آن استفاده لازم را ببرد با مشکلات و آسیب‌های آن باعث ایجاد اختلال شود. بنابراین، فرصت‌های کارآفرینی و راهکارهای توسعه فرصت آن نیازمند برنامه ریزی و توجه از سوی متولیان امر ورزش و کارآفرینی می‌باشد.

افزایش مقررات باعث کاهش نرخ تاسیس شرکت می‌شود (دین و برون، ۱۹۹۵). در کشورهای کمتر توسعه یافته با ترتیبات قانونی بی ثبات، هزینه فرصت برای کارآفرینی به دلیل وجود عدم اطمینان در چارچوب قانونی و پتانسیل فساد افزایش می‌یابد؛ زیرا نهادها نمی‌توانند تضمین کنند که تلاش‌های کارآفرین برای ایجاد ارزش برای جامعه جبران خواهند شد (استنهورم و همکاران، ۲۰۱۳).

آزادی به چند دلیل بهره برداری از فرصت را ترویج می‌کند اول بهره برداری از فرصت متضمن آن است که اطلاعات مربوط به فرصت‌های کارآفرینی به راحتی قابل دسترس باشند و آزادی سیاسی تبادل آزادانه‌ی اطلاعات را تشویق و ترویج می‌کند (بولیورکروز و همکاران، ۲۰۱۴). دوم آزادی سیاسی توسعه‌ی مکان کنترل و نظارت دورنی را ترویج می‌دهد که خود بهره برداری از فرصت کارآفرینی را سهولت می‌بخشد (داهالان و همکاران، ۲۰۱۳) مردمی که در محیط‌هایی زندگی می‌کنند که در آنها مورد اعمال مستبدانه خواست دیگران قرار می‌گیرند مکان کنترل دورنی کمتری داشته و بنا بر این نسبت به فرصت‌های کارآفرینی کم تر واکنش نشان می‌دهند (هارپر، ۱۹۹۷). در مورد دخالت دولت و تاثیر بر نوآوری نظرات متفاوتی مطرح می‌شود. هولی‌هان و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند دخالت حکومت و دولت<sup>۳۵</sup> بخش مهمی از سیاست‌های ورزشی است و به افزودن موضوع نوآوری به بحث سیاسی کمک می‌کند (هولیهان و اسمیت، ۲۰۰۹). ولی از سوی دیگر، مداخله دولت معمولاً روشی از تغییر بازارهای نامتوازن محسوب می‌شود، به جای راه برای تشویق نوآوری‌ها به شمار می‌رود. عدم توانایی بازار در انجام کارآمد می‌تواند منجر به مداخله دولت در امر نوآوری گردد (جاکوبز و تویز، ۲۰۰۵). برخی مداخله‌های دولت عواملی غیر از توسعه نوآوری را محدود می‌کنند (نوتبوم و استام، ۲۰۰۸). یک ضرورت در بازار برای ایجاد نوآوری به دلیل پیچیدگی نظام اقتصادی وجود دارد. برای موفقیت کارآفرینان بسیاری عوامل باید درست در کنار یکدیگر قرار بگیرند ولی برای شکست تنها کافی است یکی از این موارد اشتباه از کار درآید. در پژوهش حاضر راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در سطح کلان پیشنهاد گردید. سطح کلان راهکارهای ملی و فراملی که دولت، مجلس و ... در آن ایفای نقش می‌کنند.

حمیدی، مهرزاد؛ رضوی، سیدمحمدحسین؛ امیرنژاد، سعید و شفیع‌زاده، شهرام. (۱۳۸۸). تبیین استراتژی توریسم ورزشی کشور. چکیده مقالات هفتمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.

خدادادی، محمد رسول؛ فرید فتحی، مریم و معصوم زاده، سارا (۱۳۹۷). بررسی اثر تحریم بر تجارت ایران و شرکای عمده تجاری در صنعت ورزش: رهیافت حداقل مربعات کامل اصلاح شده. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال هفتم. شماره ۱ (۲۵ پیاپی). ص ص ۳۲-۲۳.

داوری، علی؛ رضایی، حمیدرضا. (۱۳۸۵). نقش دولت و خط مشی‌های دولتی در توسعه‌ی کارآفرینی، فصلنامه علوم مدیریت ایران. شماره ۱ (۲)، ص ص : ۱۰۹-۱۲۹.

زارع، ناصر. (۱۳۸۷). بررسی موانع کارآفرینی در ورزش کشور. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. تهران

زمانی، مطهره؛ حسینی، عماد و رجایی، هادی (۱۳۹۱). اثر مخارج ورزشی بر تولید ناخالص داخلی ایران. نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۴، شماره ۱۵، زمستان ۱۳۹۱، صفحه ۱۴۳-۱۵۶.

سید نورانی، سید محمدرضا و وفایی یگانه، رضا. (۱۳۸۹). «فرهنگ کارآفرینی». مجله مهندسی فرهنگی، ش. ۴۵ و ۴۶.

شریفیان، اسماعیل؛ یوسفی زرنندی، محمدحسین و قهرمان تبریزی، کوروش (۱۳۹۵). موانع درون بخشی صنعت ورزش در رقابت با کالاهای ورزشی خارجی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال پنجم، شماره ۱ (۱۷ پیاپی). ص ص: ۶۷-۷۵.

عسگریان، فریبا؛ خدادادی، محمد رسول و سرلاب، رقیه (۱۳۹۶). مدل‌سازی کالاهای ورزشی ایران با استفاده از مدل آرما طی سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۷۱.

## منابع و مآخذ

انصاری، محمدتقی؛ فدائی، عامل (۱۳۸۶) فرصت‌شناسی و صنایع برتر در آینده نخستین. همایش ملی مدیریت کارآفرینی ایران، تهران.

آقاجانی، حسنعلی و نامدار، عباس (۱۳۹۱). تبیین عوامل موثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران، پژوهش‌نامه‌ی مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره پانزدهم. ص ص ۱۲۷-۱۰۷.

پاداش، دنیا؛ سلطان حسینی، محمد؛ خبیری، محمد و فتحی، سعید. (۱۳۸۸). "تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی". همایش بین‌المللی علم و فوتبال، آکادمی ملی فوتبال، تهران، صص ۲۰-۱۶.

پورپرتوی، میرطاهر و شمس دوست، فرزانه (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران در صنعت ورزش با استفاده از روش‌های تاپسیس و تحلیلی پوشش داده‌ها. فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری. دوره ۳ شماره ۱- ص ص ۵۲-۷۵.

جعفرزاده، محبوبه؛ رزاقی، محمد ابراهیم و شریفیان (۱۳۹۳). تعیین روایی و پایایی نسخه ایزدانی پرسشنامه نقش فناوری اطلاعات در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در ورزش. مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. سال دوم، شماره پیاپی ۶، ص ص : ۵۸-۴۹.

جلالی فراهانی، مجید و علی دوست قهفرخی، ابراهیم (۱۳۹۲). تحلیل موانع اقتصادی مؤثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران. شماره ۱۹، ص ص: ۱۰۹-۱۲۸.

- مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۴۱، فروردین و اردیبهشت، ص ص ۹۷-۱۱۰.
- فرجی سبکبار، حسنعلی؛ ملایی، نادر و هاجری، بهرام (۱۳۹۴). تحلیل فضایی الگوی اشتغال در بخش‌های عمده فعالیت نواحی روستایی ایران. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۱ (پیاپی ۱۱). ص ص: ۱-۱۴
- قاسمی، جوادی پور، محمد و ترکفر، احمد (۱۳۹۴). شناسایی موانع بازاریابی ورزشی ایران از دیدگاه مدیران ورزشی کشور. مدیریت ورزشی. دوره ۷، شماره ۶. ص ص: ۸۲۹-۸۴۶.
- کلاشی، مازیار؛ حسینی، سیدعماد و رجائی، محمدهادی (۱۳۹۵). اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران. دوره ۸، شماره ۳۸، پاییز ۱۳۹۵، صفحه ۱۶۵-۱۸۲.
- کیا، محمد؛ نساج، سعیده؛ احمدزاده، نسرین و نورا، عباس (۱۳۸۶). کارآفرینی گام به گام. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران
- محمدکاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، عباس (۱۳۹۳). شناسایی فرصت‌های کسب و کار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات. (۱)۷. ص ص " ۹۵-۱۱۲.
- مدرسی، سیده جمیله، مدرسی سریزدی، سید محمد مهدی، (۱۳۹۲). کارآفرینی. ج ۶ تهران: انتشارات ترمه.
- مشیری، بنیامین، بررسی توسعه کارآفرینی در کشور کانادا، پارک فناوری پردیس، ۱۳۹۱.
- معین فر، محمدرضا احمد مظفری، سید امیر؛ شرف جوادی، بتول، کاظم نژاد، انوشیروان (۱۳۹۰). بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه المپیک، ۱۹(۲)، ص ص ۲۲-۱۲.
- مهرآرا، محسن و میکائیلی، سیده وجیهه (۱۳۹۶). بررسی اثر درآمدها و مخارج ورزشی دولتی بر ارزش افزوده‌ی بخش ورزش رویکرد مدل خود توزیع با
- وقفه‌های گسترده. مطالعات مدیریت ورزشی. ۹(۴۶) ص ص ۹۰-۶۹.
- وکیلی، یوسف؛ الوانی، سید مهدی و محمدالیاسی، قنبر(۱۳۹۳) تبیین نقش عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی در بخش عمومی. توسعه‌ی کارآفرینی (۲) ۷ ص ص ۲۱-۱۹۱.
- هنری، حبیب و مندعلیزاده، زینب (۱۳۹۰) بررسی اهداف و استراتژیهای کارآفرینی در ورزش کشور بر اساس تحلیل استراتژیک SWOT. مطالعات مدیریت ورزشی، (۴) ۳، ۱۲۶-۱۰۷.
- الهی، علیرضا؛ سجادی، سید نصرالله؛ خبیری، محمد؛ ابریشمی، حمید (۱۳۸۹). موانع توسعه صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال ایران. پژوهش در علوم ورزشی شماره ۲۸، ص ص: ۶۸-۵۳.
- یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۳۸۷). کارآفرینی در ورزش کشور، همایش ملی مدیریت ورزشی با تاکید بر سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران. آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک.
- Aldrich, H. and G. wiedenmayer (1993), "From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings", *Advances in Entrepreneurship, Frim Emergence and Growth*, 1, 145-95.
- Aldrich, H. and M. Fiol (1994), "Fools rush in? The institutional context of industry creation", *Academy of Management Review*, 19 (4), 645 - 70
- Andreff, W. (2000). Sport and economic development; *Play the Game*: 12-16.
- Bai, Wensong; Holmström-Lind Christine; Johanson, Martin (2018). Leveraging networks, capabilities and opportunities for international success: A study on returnee entrepreneurial ventures. *Scandinavian Journal of Management* 34: 51-62
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: productive, Unproductive, and destructive. *The Journal of political Economy*, Vol. 98, No. 5, 893-921.
- Berrett, T., & Reimer, R. (2005). The economic significance of amateur sport in the city of Calgary in 2002. Available at: <http://www.calgary.ca/CSPS/Recreation/Documents/Research-and-development/Economic-finalreport.pdf?nore-direct=1> (Accessed 23 March 2014).



- Hardy, S. (1996). Entrepreneurs, organizations, and the sport marketplace: Subjects in search of historians. *Journal of Sport History*, 13, 14–33.
- Harper D (1997) "Institutional conditions for entrepreneurship", Working paper, New York University, US.
- Houlihan, B. Bloyce, D. and Smith, A. (2009) 'Developing the research agenda in sport policy', *International Journal of Sport Policy and Politics*, 1(1): 1–12.
- Jackson, R. (2001). *Sport Administration Manual*, Hurford Enterprises Ltd, IOC, Switzerland.
- Jacobs, B. and Theeuwes, J. (2005) 'Innovation in the Netherlands: The market falters and the government fails', *De Economist*, 153(1): 107–124.
- Karlis, G. (2006), "The Future of Leisure, Recreation, and Sport in Canada: A SWOT for Small Sized Enterprises", *The Sport Journal*, 9, p. 2.
- Kelly, D. (1988), "organizational transformation and failure in the US airline industry, 1962-1985.", ph.D. Dissertation, Northwestern University, US
- Kelly, D. and T. Amburgey (1991), "organizational inertia and momentum: A dynamic model of Strategic change", *Academy of Management Journal*, 34(3), 591-612.
- Knoppers, A. (2015) 'Assessing the sociology of sport: On critical sport sociology and sport management', *International Review for the Sociology of Sport*, 50(4–5): 496–501.
- Levie, J. Autio, E. Reeves, C. Chisholm, D. Harris, J. Grey, S. Ritchie, I. and Cleavelly, M. (2014) Assessing regional innovative entrepreneurship ecosystems with the global entrepreneurship and development index: The case of Scotland, *Global Entrepreneurship Research Conference*, Barcelona.
- Minniti, M (1999), "Social environment and alternative patterns of entrepreneurial activity", working paper, babson College, MA, US.
- Mitchell, R., B. Smith, K. seawright and E. Morse (2000), "Cross – Cultural cognitions and the Venture creation decision' *Academy of Management Journal*, 43 (5), 974 ---93.
- Nauright, J. (2015). Beyond the sport-media-tourism complex: An agenda for transforming sport. *Journal of the International Council of Sport Science and Physical Education*, 68(May), 13-19.
- Nooteboom, B. and Stam, E. (2008) *Microfoundations for Innovation Policy*, Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Park, Seong-Hee, Mahony, Daniel F, Kim, Yukyoum, & Do Kim, Young. (2015). Curiosity generating advertisements and their
- Bing, F. (2011). Study on development path of Shandong sports industry from the perspective of low-carbon economy. *Energy Procedia*, 5(2011), 879–83.
- Bolívar-Cruz, Alicia; Batista-Canino, Rosa M and Hormiga, Esther. (2014). Differences in the perception and exploitation of entrepreneurial opportunities by immigrants. *Journal of Business Venturing Insights* 1-2. Pp 31–36.
- Bosma, N., Acs, Z.J., Autio E., Coduras, A., Levie, J. And the Global Research Consortium (2009) *Global Entrepreneurship Monitor 2008 executive report*, GEM global.
- Campbell, C. (1992), "A decision theory model for entrepreneurial acts", *Entrepreneurship Theory and practice*, 17 (1), 21 – 7.
- Ciletti, D & Chadwick, S. *Sport entrepreneurship: Theory and practice*. Fitness Information technology, 2012
- Dahalan, Norziani; Mastura, Jaafar & Mohd Rosdi, Siti Asma'. (2013). Local community readiness in entrepreneurship: Do gender differ in searching business opportunity. *Local community readiness in entrepreneurship: Do gender differ in searching business opportunity*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 91. Pp: 403 – 410.
- Dean, D. and R. Brown (1995), "Pollution regulation as a barrier to new firm entry Initial evidence and implications for future research", *Academy of Management Journal*, 38(1), 288-303.
- Dobbs, M. & Hamilton, R.T. (2007) Small business growth: recent evidence and new directions *International journal of entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(5), 296-322.
- Dongfeng Liu James Zhang Michel Desbordes , (2017), " Sport business in China: current state and prospect ", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 18 Iss 1 pp. - 1-19.
- Fadahnsi, A. and P. Rosa (2002), "Entrepreneurship and illegality: Insights from the Nigerian cross – border trade", *Journal of Business Venturing*, 17 (5), 397-430.
- Gartton, C., Arnesolberg, H. (2007). *The economics of sports broadcasting*. [www.routledgeeconomics.com/books/the-economics-of-sports-broadcasting-isbn9780415357807]20 Aug 2009
- Gioia, P. (1989), "The prudence standard: Recent experience and future relevance", *Public Utilities fortnightly*, 9, 11-17.
- Haifeng Qian,, Chang Zhao (2018) Space-time analysis of high technology entrepreneurship: A comparison of California and New England. *Applied Geography* 95 (2018) 111–119.

- Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country – level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176 – 193.
- Tesone, D. V., Platt, A. and Alexalkis, G. (2004), "The Human Capital Factor: Strategies for Dealing with Performance Challenges in Business and Sport Management", *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, Vol. 9, No. 3, pp. 22-33.
- Van Bottenburg, m. & Salome, L. The indoorisation of outdoor sports: an exploration of the rise of lifestyle sports in artificial settings. *Leisure Studies*, 2010, 29(2), 143-160.
- Zaoual, Nejia; Khfacha, Islem and Belkacem, Lotfi. (2015). The Impact of Opportunity and Necessity Based Start-Up on The Choice of an Economic Sector in Tunisia. *Procedia Economics and Finance* 23. Pp: 1411 – 1419.
- impact on sport consumer behavior. *Sport Management Review*, 18(3), 359 -369.
- peixoto naia,a.m. entrepreneurship education in sport sciences: Implications for curriculum development. thesis, universidade de lisboa, 2013.
- Ratten, V. (2011). 'Social entrepreneurship and innovation in sports'. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 1(1), 42–54.
- Ratten, V. Athletes as entrepreneurs: the role of social capital and leadership ability. *Int J. entrepreneurship and Small business*, 2015, Vol. 25, No. 4, 2015, 442 – 455.
- Ratten, V., & Ratten, H. International sport marketing: Practical and Future research implications. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 2011, 26(8), 614-620. Doi: 10.1108/08858621111179886.
- Rauch, A., & Frese, m. (2007). Let,s put the person back into entrepreneurship research: A meta – analysis of the relationship between business owners, personality traits, business creation and success, *European journal of work and organizational psychology*, 16(4). 353-385.
- Raymond J. Jones, Anat Barnir., *Technovation* (2018), Properties of opportunity creation and discovery: Comparing variation in contexts of innovativeness. *Technovation* <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.02.014>.
- Sabrina Dhahri, Anis Omri (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say?. *World Development* 106 (2018) 64–77.
- Santomier, J. (2002), "Sport Business Entrepreneurship", *New England Journal of Entrepreneurship*, 5, pp. 5-6.
- Sine, W., H. Haveman and p. Tolbert (2001), "Institutional influences on Founding variation in the emerging independentpower industry", working paper, University of Maryland, US.
- Skinner, J., & Zakus, D. H. (2008). Development through Sport: Building social capital in disadvantaged communities. *Sport Management Review*, 11(3), 253-75.
- Smallbone, D. & Wyer, P. (2000). Growth and development in the small firm, in Carter, S. and James – Evans, D. (Eds.) *Enterprise and small business*. Harlow: prentice Hall.
- Smith, J. (1997). Football, It's Values, Finances and Reputation. Report to the Football Association
- Sport Industry Research Centre. (2007). The economic importance of sport in Scotland 2004 sport Scotland's research digest. Available at: <http://www.sportscotland.org.uk/Documents/Resources/The>

#### یادداشت‌ها

<sup>1</sup> Dhahri, Omri

<sup>2</sup> Qian., Zhao

<sup>3</sup> Bai et al

<sup>4</sup> Rauch & Frese

<sup>5</sup> Dobbs & Hamilton

<sup>6</sup> Ratten

<sup>7</sup> Bottenburg & Salome

<sup>8</sup> Gartton, Arnesolberg

<sup>9</sup> Nauright

<sup>10</sup> Ciletti & Chadwick

<sup>11</sup> Park et al

<sup>12</sup> Dongfeng

<sup>13</sup> Smith

<sup>14</sup> peixoto

<sup>15</sup> Raymond et al

<sup>16</sup> Androff

<sup>17</sup> knoppers

<sup>18</sup> Skinner, J., & Zakus, D. H

<sup>19</sup> Tesone et al

20. *Theoretical (Judgmental) sampling*

21. Pi Scott

22. *Divergent & Convergent Structural Validity*

23. *Partial Least Squares*

24. *Goodness of fitness*

25. *Communality*

26. *R Squares Average*

27. Bing

28. *Sport Industry Research Centre*

29. Berrett, & Reimer

30. Skinner, J., & Zakus, D. H

31. *Sport Industry Research Center*

32. Harper

33. Campbell

34. Hardy

35. *Government and State*



## Strategies for Developing Sports Entrepreneurship Opportunities at The Macro Level

Taghi Ashouri<sup>1</sup> \* - Morteza Dosti<sup>2</sup> - Seyed Mohammad Hossein Razavi<sup>3</sup> - Abolhassan Hosseini<sup>4</sup>

### Abstract

**Background:** In general, studies in the field of entrepreneurship show the strategies of entrepreneurial activities mainly by focusing on the category of opportunity and competitive advantage. For this reason, the dominant thinking in the entrepreneurial literature is entrepreneurial opportunity and the essence of strategic entrepreneurship is entrepreneurial opportunities it show. Investigating approach for the development of sports entrepreneurship opportunities in a macro level.

**Methodology:** The present study is a mixed method with semi-structured interviews to reach theoretical saturation and consensus in the qualitative section: 40 academic experts in entrepreneurship and sports management participated with purposive theoretical sampling. In the quantitative section: 164 sports entrepreneurs and postgraduate students of sports management were selected by random sampling. The research tools were semi-structured interviews and researcher-made interviews to determine the categories and model fit. Data analysis was performed using the partial least squares method with the analysis of variance-based statistical software "Smart PLS (3).

**Results:** The model at the macro level: with 5 categories (economic, social, legal, political and cultural), respectively, were identified and ranked and the relationship between categories with the macro level structure is positive and significant ( $T \geq 2.58$ ) and the model ( $GOF = 0.727$ ) was evaluated as strong.

**Conclusion:** Based on the interview conducted in the qualitative section, strategies for developing entrepreneurial opportunities with a macro-level approach have been reported in five categories: economic, social, legal, political and cultural.

**Keywords:** Development Strategies, Entrepreneurship Opportunities, Sports Entrepreneurship, Macro level.

---

<sup>1</sup> PhD in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. (Correspondence Author) *t.ashouri86@yahoo.com*

<sup>2</sup> Associate Professor of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. *m\_dostipasha@yahoo.com*

<sup>3</sup> Professor of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. *razavismh@yahoo.com*

<sup>4</sup> Associate Professor of Business Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. *hosseini@umz.ac.ir*