

Research Paper

Structuring Factors Affecting Entrepreneurial Capacity in the Iranian Sports Industry

Nasrin Afsharipor¹ , Mina Hakakzadeh^{*2} , Mohamad Ebrahim Razaghi³ 

¹ PhD Student of Sport Management, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran

² Assistant Professor of Sport Management, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran

³ Assistant Professor of Sport Management, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran



10.22080/JEM.2022.18941.3223

Received:

May 31, 2020

Accepted:

August 25, 2021

Available online:

September 22, 2022

Abstract

The aim of this study was to structure the factors affecting entrepreneurial capacity in the Iranian sport industry. The present study is an applied research that was conducted in the field. The research method was mixed in terms of data collection method which was implemented qualitatively-quantitatively. The statistical population of the research in the qualitative part included experts in the field of sports management that in order to identify these samples, purposive sampling method was used. This sampling continued until the theoretical saturation was reached and finally 14 people were identified as samples in the qualitative section. Also, the statistical population in the quantitative part of the research included all managers of government, quasi-governmental, for-profit, non-profit and non-governmental sectors in Kerman province, which numbered 200 people. Due to the limited population, the statistical sample was equal to 200 people. The research tools included semi-structured interviews and a researcher-made questionnaire that was used to assess the face validity of ten professors of sports management and the content validity of the questionnaire questions was used using the Lawshe model (CVR = 0.83) and content validity was confirmed. Cronbach's alpha coefficient of this questionnaire was 0.83 for interpretive structural modeling method questionnaire and 0.86 for structural equation questionnaire. The whole process of analyzing the research data was performed in SPSS and IMOS software version 20. The results of the present study showed that institutional components, environmental improvement, opportunities, regulation, cognition, promotion and promotion of entrepreneurship, economic, social were identified as effective factors on entrepreneurial capacity. In order to improve entrepreneurial capacities and use it to promote and promote entrepreneurship, it is necessary to consider economic and social aspects as infrastructure and key factors.

Keywords:

Capacity,
Entrepreneurship,
Promotion, Upgrading,
Structuring

***Corresponding Author:** Mina Hakakzadeh

Address: Assistant Professor of Sport Management,
Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman,
Iran

Email: minahakakzadeh@gmail.com

Tel: 09125522178



Extended abstract

1. Introduction

The present study aimed to structure the factors affecting entrepreneurial capacity in the Iranian sports industry. Today, the sports industry has become doubly important for all governments, because the use of sports pursues various goals in the direction of economic, political, cultural, welfare and health improvement which can be achieved through proper management and structure. In other words, today, with the pervasiveness of the sports industry, it is considered as a tool for development in political, economic, social, and cultural situation. Therefore, the need to explain the factors affecting the growth and development of this tool can be effective in achieving the goals and strategic policies of countries. It is believed that sports entrepreneurship should identify the existing capacities in the sports industry and use them to create profitable economic activities by discovering opportunities.

2. Methods

The present study is an applied field research which uses a mixed-methods approach. To conduct the qualitative part of the research, qualitative content analysis method was used. Among the different parts of the content analysis method, directional content analysis method was used. For this purpose, researchers first identified the factors affecting entrepreneurial capacity in the Iranian sports industry through content analysis, and the factors were identified according to the theoretical foundations in this field. Then, in qualitative interviews, in addition to exploring the identification of the new factors, the factors identified in the theoretical foundations were also evaluated in the qualitative section. Thus,

the factors affecting the entrepreneurial capacity of the Iranian sports industry were finalized. Table 2 shows the factors affecting the entrepreneurial capacity of the Iranian sports industry and the source of extraction of each of the identified factors. The statistical population of the present study in the qualitative section included experts in the field of sports management who were identified with the necessary experience and knowledge about the research topic. To select these samples, purposive sampling method was used. This sampling continued until the theoretical saturation was reached and finally 14 people were identified as the study sample in the qualitative section.

3. Results

To identify and categorize the entrepreneurial capacity model in the Iranian sports industry, the opinions of the experts in a qualitative method were used. After coding, the features extracted from the interviews were identified and summarized. Theoretical saturation was reached in the 13th interview and to ensure the theoretical saturation, the 14th interview was performed. The method of categorizing items in the qualitative part of the present study was according to the inductive method.

4. Conclusion

In this study, the factors affecting the entrepreneurial capacity of the Iranian sports industry have been structured. Because of its positive social, cultural and economic impact, the sports industry has become one of the largest industries in the world and for most countries, this industry is an important source of economic activity, income generation, employment and international trade. In general, the sports industry conducts a set of activities related to the production, marketing and

sale of sports goods and services that play a role in promoting their added value. In the current decade, one of the biggest challenges and one of the most important problems of the country's sports industry is entrepreneurship and employment. The results of the present study showed that institutional components, environmental improvement, opportunities, regulation, cognition, and promotion of entrepreneurship, economic, and social status were identified as effective factors on the entrepreneurial capacity. To improve the entrepreneurial capacities and promote entrepreneurship, it is necessary to consider the economic and social aspects as infrastructure and key factors, e.g., holding training classes and familiarizing them with the environmental capacities that exist in sports, creating the necessary platform for training sports

entrepreneurs, encouragement and active participation in sports entrepreneurship projects, encouraging governmental and non-governmental organizations to support entrepreneurial activities in sports, attracting capital and investors to sports through tax incentives and discounts, increasing the awareness of athletes, training graduates the physical and enthusiasts in the field of domestic and foreign markets, and improving communication channels.

Funding: There is no Funding support.

Authors' contribution: All authors contributed equally to this study.

Conflict of interest: Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments: Thanks to all the subjects who helped us in this research.

Reference

Adamik, A., & Szymańska, K. (2016). The technological entrepreneurship capacity and partnering as elements of an open culture of small and medium-sized enterprises: Case study of Poland. In *Entrepreneurship, Business and Economics-Vol. 1* (pp. 103-114). Springer, Cham.

Azizi, M. Shafiazadeh, E. Akbarzadeh, N. (2013). Identifying the entrepreneurial competencies Requirements of academic managers. *Entrepreneurship Development*, 6(2), pp 27-53. (In Persian)

علمی پژوهشی

ساختاردهی عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران

نسرین افشاری پور^۱ ID، مینا حکاک زاده^{۲*} ID، محمد ابراهیم رزاقی^۳ ID

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران
^۲ استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران
^۳ استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران

doi 10.22080/JEM.2022.18941.3223

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ساختاردهی عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نوع، پژوهش‌های کاربردی می‌باشد که به صورت میدانی انجام گردید. روش پژوهش از نظر روش گردآوری داده‌ها آمیخته بود که به صورت کیفی-کمی اجرایی گردید. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل خبرگان حوزه مدیریت ورزشی بودند که به منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید. این نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت تعداد ۱۴ نفر به عنوان نمونه در بخش کیفی مشخص گردیدند. همچنین جامعه آماری در بخش کمی پژوهش شامل کلیه مدیران بخش‌های دولتی، نیمه دولتی، انتفاعی، غیرانتفاعی و داوطلبی-مردم نهاد استان کرمان بودند که تعداد آنان ۲۰۰ نفر بودند. با توجه به محدود بودن جامعه، نمونه آماری برابر با ۲۰۰ نفر قرار داده شد. ابزار پژوهش شامل مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند و پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که برای بررسی روایی صوری از نظر ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای روایی محتوایی سؤال‌های پرسش‌نامه از مدل لاوشه استفاده شد ($CVR = 0.83$) و روایی محتوایی تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه برای پرسشنامه روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری میزان 0.83 و برای پرسشنامه معادلات ساختاری میزان 0.86 مشخص گردید. تمامی روند تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در نرم افزارهای اس پی اس و آیموس نسخه ۲۰ انجام گرفت. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که مؤلفه‌های نهادی، بهبود محیط، فرصت‌ها، تنظیمی، شناختی، ترویج و ارتقاء کارآفرینی، اقتصادی، اجتماعی به عنوان عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی مشخص گردیدند. در مسیر بهبود ظرفیت های کارآفرینی و بهره‌گیری از آن در جهت ترویج و ارتقا کارآفرینی نیاز است تا جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی به عنوان عوامل زیربنایی و کلیدی مدنظر قرار گیرد.

تاریخ دریافت:

۱۱ خرداد ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۳ شهریور ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۳۱ شهریور ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

ظرفیت، کارآفرینی، ترویج، ارتقاء، ساختاردهی

* نویسنده مسئول: مینا حکاک زاده

آدرس: استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران

ایمیل: minahakakzadeh@gmail.com
تلفن: ۰۹۱۲۵۵۲۲۱۷۸

۱ مقدمه

ورزش به عنوان بخش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰، ۹۹). ایجاد کسب و کارهای ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی^۱ تعریف کرد (شریفی فر و محدیان، ۱۳۹۶، ۵۵). طبق تعریف متخصصان، واژه ورزش از لغت لاتین «لوتوس»^۲ اقتباس شده است و ریشه در بازی دارد، اما ورزش هیچ‌گاه به عنوان یک بازی و سرگرمی صرف مطرح نشده است، بلکه همواره به عنوان یک «صنعت»^۳ مطرح بوده و در ترکیب با زمینه‌های همچون فناوری اطلاعات، مهندسی، پزشکی، روانشناسی، تغذیه، گردشگری، بازاریابی و غیره نیز همراه بوده است (محمد کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳، ۹۹). ورزش صنعت رو به رشد و گسترده‌ای است و از نظر جهانی ارزش آن ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده است و توجه تمام جهان را به خود جلب کرده است (مندعلی زاده و همکاران، ۱۳۹۵، ۳۳). امروزه صنعت ورزش برای همه حکومت‌ها اهمیتی دو چندان یافته است، چرا که استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبود اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می‌شود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح می‌توان به این اهداف دست پیدا کرد. به عبارتی دیگر، امروزه با فراگیر شدن صنعت ورزش، به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره مطرح است؛ لذا لزوم تبیین عوامل مؤثر بر رشد و توسعه این ابزار می‌تواند در نیل به اهداف و سیاست‌های استراتژیک کشورها مؤثر واقع شود (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷، ۹۰). این اعتقاد وجود دارد که کارآفرینی ورزشی باید ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش را شناسایی کند و با کشف فرصت‌ها از آنها برای خلق فعالیت‌های سودآور اقتصادی بهره‌بردار (عسکریان و همکاران، ۱۳۸۳، ۲۷). «ظرفیت‌های کارآفرینی»^۴

صنعت ورزش را می‌توان براساس نوآوری در فنون ورزشی، فرآیندهای ورزشی، لوازم و تجهیزات ورزشی، توسعه بخش‌های اجتماعی فعالیت‌های ورزشی و نوآوری در سازماندهی امور ورزشی طبقه بندی کرد (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵، ۹۱). براین اساس، فعالیت‌های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت‌های درون ورزش نیز هستند، این ظرفیت‌ها شامل: ظرفیت‌های محیطی پیرامونی ورزش، اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزش و محیط حاکم کارآفرین هستند (همان منبع). پژوهش‌های متعددی ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگونی بررسی کرده‌اند، در محتوای این پژوهش‌ها ابعاد متعددی دیده می‌شود، این ابعاد شامل: وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تاسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی، ظرفیت آموزش‌ها و مهارت آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیره نام برد (محمد کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳؛ جعفرزاده و همکاران، ۱۳۹۷). کشورها برای پیشرفت و رشد اقتصادی، ناگزیر به «خلاقیت» و «نوآوری» هستند (جعفرزاده و همکاران، ۱۳۹۸، ۳۰). از این رو، کشورها در تلاش‌اند تا با تمام پتانسیل خود در جهت تقویت کارآفرینی افراد جامعه گام بردارند (رمضانی نژاد و همکاران، ۱۳۹۷، ۳۳). به اذعان محققان، نیروی پیش برنده اقتصادی نوین دنیا در ده سال گذشته و در آینده، کارآفرینی و استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینی است که نیازهای اقتصادی را همه سال با ایجاد هزاران کسب و کار جدید مرتفع می‌کند (تانگو، ۲۰۰۱، ۲۹). علی‌رغم اینکه صنعت ورزش ایران تغییرات تشکیلاتی و ساختاری متعددی را تجربه کرده است، اما در واقع نتوانسته نقش شایسته خود را در رسیدن به اهداف ورزشی و غیر ورزشی در کارآفرینی صنعت ورزش ایفا نماید و

3. Industry

4. Entrepreneurial capacities

1. Entrepreneurship Sports

2. Ludus

کارآفرینی ورزش را در مسیر سیاست‌های دولتی و رویکردها، شرایط اقتصادی، حمایت‌های مالی و غیر مالی، مهارت‌های شغلی نام‌گذاری کردند که خروجی آن را ایجاد یک شغل نوپا در ورزش یا ظرفیت بود. فروغی پور و همکاران (۱۳۸۵) ظرفیت‌های صنعت ورزش را در حوزه آموزش و پژوهش، مدیریت و برنامه ریزی، خدمات ورزشی، تبلیغات ورزشی، ساخت وسایل و تجهیزات و فرهنگی معرفی کردند. هرچند رضوی و همکاران (۱۳۹۵) ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیر فعال سازی «کمیتة ملی المپیک»، «فدراسیون‌های ورزشی» و «هیئت‌های ورزشی» در مسیر کارآفرینی می‌داند، در این بررسی تقریباً تمامی نظریات و پژوهش‌ها نشان از عدم دیدگاه مشترک در ظرفیت‌های کارآفرینی در ورزش را نشان می‌دهند. به صورت کلی ظرفیت کارآفرینی در ایجاد بسته‌های «حمایت‌ها» (سورس و رامراج، ۲۰۱۲)، «ذینفعان» (خلیل و الافسن، ۲۰۱۰) «استراتژی کارآفرینی» (والدز، ۲۰۰۰) و «عوامل کلیدی» (پیستر و همکاران، ۲۰۰۸) معرفی شده است که مشخصاً ابعاد مشخص جامعی نداشتند (به نقل از رضایی نژاد و همکاران، ۱۳۹۷) هر چند برخی از مدل‌ها مانند مدل گری و همکاران^۸ (۲۰۰۹) در بررسی کارآفرینی دانش آموزی به «ظرفیت خود ارزیابی»، رینولد و همکاران^۹ (۲۰۰۵) در مدل رشد اقتصادی به «ظرفیت انگیزشی»، گراو و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۶) در مدل دانشگاهی به «ظرفیت آموزشی»، نگرشی و عوامل «رسمی و غیر رسمی»، گراو و همکاران (۲۰۱۴) در مدل ظرفیت‌های کارآفرینان به «ساختار دولتی»، «معیارهای حمایتی»، «برنامه های آموزشی»، «منابع انسانی» و غیره، موروز و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۰) به ظرفیت «تکنولوژی انتقال اطلاعات»، پارکمن و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۲) ظرفیت «نوآوری»،

جایگاه بایسته‌ای به دست آورد (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷)، پژوهش‌ها حاکی از آن است که ایران به لحاظ قانون‌گذاری در صنعت ورزش به ویژه سیاست‌های توسعه و ساختار ورزش با ضعف‌های بسیاری رو به رو است (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷؛ شریفی فر و محمدیان، ۱۳۹۶؛ تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵)، نتایج پژوهش‌های مختلف در زمینه‌های اقتصادی و مالی نشان داده که در صنعت ورزش ایران شفافیت وجود ندارد و تامین منابع مالی بیشتر از بخش‌های دولتی صورت می‌گیرد و کارآفرینی نقش بسیار محدودی در آن دارد (رضایی، ۱۳۹۵، ۳۳). از سوی دیگر، امروزه، صنعت ورزش به‌عنوان یکی از بزرگترین ظرفیت‌های کسب و کار و دارای سریع‌ترین رشد در بین صنایع شناخته شده است (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷، ۳۷). در بررسی نظریات حوزه ظرفیت کارآفرینی می‌توان این گونه آغاز کرد: مطالعات داخلی حوزه کارآفرینی تقریباً به بعد از سال ۱۳۸۵ باز می‌گردد، اولین تلاش‌های این عرصه توسط محمد کاظمی و امیدی (۱۳۹۰) با یک مقاله بر گردان از «ونسا رتن»^۱ (۲۰۱۱) بود که ادامه فعالیت‌های آنان در مسیر نگرش نظام مند آیزنبرگ^۲ (۲۰۱۱) که شامل محورهای بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه انسانی بودند، تمامی موارد فوق به شکل یک «اکوسیستم کارآفرینی»^۳ در ورزش به عنوان ظرفیت شناخته می‌شدند (به نقل از رضایی نژاد و همکاران، ۱۳۹۷)، برخی از پژوهشگران از جمله قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) اشاره به ظرفیت‌های کارآفرینی در قالب مدل «شایستگی‌های کارآفرینی»^۴ اشاره داشتند و آنها را در قالب شایستگی‌های فردی، آکادمیک، کاری و حرفه‌ای، گسترده صنعت و مدیریت نام‌گذاری کرده‌اند. نیاولی و فوگل^۵ (۱۹۹۴) فرصت‌های

7. Pistrui
8. Gerry
9. Reynolds
10. Guerrero
11. Moroz
12. Parkman

1. Ratten
2. Isenberg
3. Entrepreneurial ecosystem
4. Entrepreneurship Competencies
5. Niyavli&fougol
6. Valdez

اشخاص و محیط پیرامونی صنعت ورزش ناشناخته است.

استادزاده (۱۳۸۲) اشاره داشت که جنبه های اجتماعی زمینه ایجاد تلاش های اولیه در حوزه کارآفرینی را فراهم می نماید. ابعاد اجتماعی از جمله فعالیت های تیمی، روحیه تعاون و همچنین تلاش های گروهی در جهت خلاقیت و نوآوری می تواند زمینه جهت بهبود کارآفرینی را فراهم نماید (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). جنبه های اجتماعی می تواند به واسطه جمع گرایی، زمینه جهت فعالیت های گروهی در خصوص کارآفرینی را فراهم می نماید (رمضانی نژاد و همکاران، ۱۳۹۷). یکی از مسائل مهم دیگر در مسیر کارآفرینی، جنبه های اقتصادی می باشد (رینولد و همکاران، ۲۰۰۵). مسائل اقتصادی به واسطه ایجاد منابع مالی در مسیر کارآفرینی سبب می گردد تا بستر اولیه توسعه کارآفرینی را فراهم نماید (رضایی، ۱۳۹۵). نیاولی و فوگل (۱۹۹۴) اشاره داشتند که مسائل اقتصادی از جمله معافیت های مالیاتی می تواند نیروی انگیزشی لازمی در خصوص فعالیت های کارآفرینی را فراهم نماید. این مساله می تواند زمینه جهت ارتقا محیطی را نیز فراهم نماید. مسائل محیطی تاثیر بسزایی برای ایجاد پویایی در افراد جهت بهبود کارآفرینی دارد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸). ساکداری و برگرز (۲۰۱۸) مشخص نمودند که مسائل محیطی به واسطه ایجاد تحرک در میان افراد جهت علاقه و تلاش در حوزه کارآفرینی، می تواند ظرفیت مناسبی در این خصوص ایجاد نماید. بدون شک در مسیر بهبود کارآفرینی پویایی اجتماعی نقش مهمی دارد و جنبه های محیطی می تواند پاسخی مناسب به نیازهای محیطی در راستای توسعه کارآفرینی داشته باشد (ادمیک و سیمنکا، ۲۰۱۶). سورس و رامراج (۲۰۱۲) نیز مشخص نمودند که در جهت توسعه کارآفرینی می بایستی فرصت های موجود، نمایان گردد. شناسایی و مشخص نمودن فرصت ها می تواند زمینه مناسبی

گیب^۱ (۲۰۰۷) ظرفیت «دانش ضمنی» اشاره داشتند، اما هنوز این مضمون یعنی ظرفیت کارآفرینی صنعت ورزش نیازمند بررسی عمیق دارد، از سوی دیگر، ویژگی های مناسب افراد استفاده کننده از ظرفیت کارآفرینی سؤالی دیگر بوده است، در این رابطه در خصوص حرکت به سمت ظرفیت کارآفرینی و ایجاد کسب و کار، تئوری های گوناگونی مطرح شده است. برخی محققان، به «مکتب انسانی»، در رویکرد کارآفرینانه اشاره کرده اند. این مکتب، صفات مشخصه ای را برای ظرفیت کارآفرینان موفق بر می شمرد که برخی از آنها عبارتند از: نیاز شدید به موفقیت، نیاز کم به کنترل، نیاز شدید به استقلال و خود مختاری، ریسک پذیری معتدل، پشتکار، و آمادگی رویارویی با شکست (استادزاده، ۱۳۸۲) همراستا با این مکتب، تئوری های شخصیت کارآفرینانه قرار دارد، همچنین تئوری های جامعه شناختی نیز که به اهمیت ساختارهای جامعه همچون: طبقه های اجتماعی، ترکیب خانواده، زمینه های اجتماعی، شغل والدین و غیره اشاره داشتند. در واقع، یک کارآفرین موفق می تواند در هر سنی؛ با هر سطح درآمدی؛ هر نوع جنسیتی و از هر نژادی باشد اما اخیرا آخرین پژوهشات نشان می دهند موفق ترین کارآفرینان ظرفیت هایی همچون: خلاقیت؛ اهدا و تخصیص؛ اراده قوی؛ انعطاف پذیر؛ رهبری؛ علاقه و اشتیاق؛ اعتماد بنفس و هوشمند را دارا هستند (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰). ظرفیت کارآفرینی، توانایی افراد در تبدیل افکار و ایده ها به عمل است و شامل: توانایی منبع یابی، شناخت بازار، شناخت سازمان های اقتصادی و سیاست های عمومی است (لانس و همکاران^۲، ۲۰۱۴). فرد کارآفرین دارای ظرفیت ریسک تولید محصولات و ارائه خدمات است (بورگسز^۳، ۲۰۱۰). با این تفاسیر که در بالا ذکر شد ظرفیت های حوزه صنعت ورزش و به خصوص

3. Borgese

1. Gibb

2. Lansetal

همکاران، ۱۳۹۴)، داوطلبی و شرکت‌های دانش بنیان (اندام و همکاران، ۱۳۸۸) در بحث کارآفرینی این پژوهش را به سوی شناسایی ظرفیت‌های پیش روی صنعت ورزش هدایت کرده است، براین از نتایج احتمالی این پژوهش می‌توان گفت که طراحی مدل ظرفیت کارآفرینی افراد می‌تواند به شناسایی بهتر فرصت‌های کارآفرینی صنعت ورزش کمک کند و به شناسایی پتانسیل‌های افراد در استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینی نیروی انسانی شایسته را مشخص سازد و مدل حاضر در حل بحران بیکاری در صنعت ورزش مسیری جدید را فراهم آورد. با توجه به اهمیت کارآفرینی در هر صنعتی از جمله ورزش، بهبود ظرفیت‌های کارآفرینی به عنوان یک مساله و دغدغه مهم همواره مورد توجه بوده است. به صورتی که شکل‌گیری ظرفیت‌های مناسب در حوزه کارآفرینی به عنوان یک نیاز مهم در صنعت ورزش درک می‌گردد. از طرفی ابهام در خصوص عوامل موثر در روند بهبود ظرفیت‌های کارآفرینی در صنعت ورزش سبب گردیده است تا شواهد کافی در جهت بهبود سطح ظرفیت‌های کارآفرینی مشخص نگردد. با این توجه تحقیق حاضر با هدف ساختاردهی عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران سعی در پاسخ به این سوال داشت که ساختاردهی عوامل موثر بر ظرفیت‌های کارآفرینی در صنعت ورزش ایران به چه صورت می‌باشد؟

۲ مرور ادبیات

۲٫۱ نهادی

مسائل نهادی در حوزه کارآفرینی اشاره به وضعیت حقوقی، قانونی و حمایتی از سوی دولت‌ها و قانون‌گذاران دارد که در آن ظرفیت‌های اولیه در خصوص توسعه کارآفرینی را شکل می‌دهد (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵). امروزه در مسیر بهبود کارآفرینی می‌بایستی بستر مناسبی جهت توسعه فعالیت‌ها در این خصوص انجام گردد (قربانی و وحدانی،

جهت بهبود فعالیت‌های کارآفرینی باشد (پارکمن و همکاران، ۲۰۱۲). رضوی و همکاران (۱۳۹۵) اعلام داشتند که توجه به فرصت‌های موجود از جمله ایده‌های مورد نیاز، خلاقیت ایجاد شده و تجارب افراد می‌تواند هدایت‌کننده مناسبی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینی باشد.

مشکل اصلی عدم شناخت از ظرفیت کارآفرینی، عدم بهره‌برداری از فرصت‌های ایجاد شده در صنعت ورزش است، برای بیان بهتر این مقوله اشاره به پژوهش مرکز آمار می‌شود، براساس گزارش مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۳، نرخ بیکاری در میان جوانان (۱۵-۲۴ سال) ۲۵٫۲ درصد گزارش شده است. از سوی دیگر، براساس گزارش کارگروه کارآفرینی و اشتغال وزارت ورزش و جوانان کشور، از سال ۱۳۹۲ به طور متوسط ۱۰ هزار نفر فارغ‌التحصیل دانشگاهی متقاضی ورود به بازار کار ورزش کشور هستند که درصد بالایی از این آمار در کار و حرفه‌هایی غیر از رشته تحصیلی مشغول به کار می‌شوند. وجود جمعیت عظیم جوان و تحصیل کرده، اما بیکار در سطح جامعه از یک سو به عنوان سرمایه اقتصادی و از سوی دیگر، به عنوان تهدیدی جدی و بالقوه در ایران مطرح می‌باشد، این آمار حاکی از آن است که با وجود صنعت ورزش و درآمدهای همراه با آن این صنعت از ظرفیت‌های نیروی‌های انسانی و کشف فرصت‌های پیرامونی آن استفاده نکرده است (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵؛ قربانی و وحدانی، ۱۳۹۵؛ مندعلی زاده و همکاران، ۱۳۹۶؛ عزیزی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ضیاء و همکاران، ۱۳۹۴). از منظری دیگر، مدل صنعت ورزش هر کشوری متناسب با نظام‌های سیاسی، حکومتی و ساختار تشکیلاتی دولتی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور طراحی می‌شود که تاکنون مدل ظرفیت‌های کارآفرینی ورزش در ایران برآورد و آزمون نشده است (به نقل از رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷)، از بعدی دیگر وجود وابستگی سازمانی نهادی صنعت ورزش به بودجه دولتی (رضایی، ۱۳۹۵)، عدم استفاده صحیح از بخش‌های خصوصی (کشاورز و

۱۳۹۵). مسائل نهادی به واسطه بهبود زیرساخت های کلان در مسیر توسعه کارآفرینی می تواند زمینه جدی در جهت ایجاد بستر اولیه در این خصوص را فراهم نماید (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰). عوامل نهادی می تواند سیستم حمایتی و قانونی مناسبی در محیط جهت بهبود وضعیت کارآفرینی ایجاد نماید. از طرفی یکی از مسائل نهادی کلان در حوزه کارآفرینی، حضور و فعالیت دولت می باشد. دولت به واسطه ظرفیت های کلان خود می تواند نقش نهادی در روند توسعه کارآفرینی داشته باشد (استادزاده، ۱۳۸۲).

۲٫۲ بهبود محیط

مسائل محیطی نقش مهمی در روند توسعه کارآفرینی دارد. بهبود محیط اشاره به متناسب سازی فضا و محیط جهت هماهنگی میان سیاست ها و فعالیت های کارآفرینی می باشد. به عبارتی مسائل محیطی نقش مهمی در جهت جذاب سازی فضای کارآفرینی دارد و می تواند منجر به راغب شدن افراد در این خصوص گردد (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰). بهبود محیط می تواند روند همسویی میان فضای حاکم بر جامعه با خط مشی های موجود در حوزه کارآفرینی را به صورت مناسبی ایجاد نماید (ادمیک و سیمینکا، ۲۰۱۶).

۲٫۳ فرصت ها

فرصت ها در حوزه کارآفرینی نقش مهمی در ایجاد فعالیت های عملیاتی دارد. به عبارتی نبود فرصت به مفهوم نبود کارآفرینی می باشد. فرصت اشاره به شکافی میان وضع موجود و مطلوب می باشد که در آن نیازها و شرایطی جهت حضور و توسعه کارآفرینی شکل می گیرد (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). فرصت ها می تواند روند شکل گیری و توسعه ایده های تجاری را تسریع دهد. فرصت ها می تواند پتانسیل های موجود در جوامع در خصوص مسائل کارآفرینی را بهبود دهد و شرایطی جهت طراحی و اجرا کارآفرینی در میان گروه ها و افراد مختلف در حوزه ها و ابعاد گوناگون را فراهم می نماید (رضوی و همکاران، ۱۳۹۵).

۲٫۴ تنظیمی

مسائل تنظیمی در حوزه کارآفرینی اشاره جنبه های ارزیابی و نظارتی در جهت مشخص نمودن نحوه دسترسی به اهداف در حوزه کارآفرینی را بهبود می دهد (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵). جنبه های تنظیمی همچنین منجر به ایجاد زمینه های کارآفرینی و همچنین بهبود تسهیلات و حمایتی های مالی گردد. از طرفی جنبه های تنظیمی می تواند تدابیر تسریع کننده فرآیند اصلی کارآفرینی را شکل دهد و محیط را جهت توسعه فعالیت های کارآفرینی مهیا سازد. توجه به عوامل تنظیمی می تواند زمینه مطلوبی در جهت شکل گیری سیاست های حمایتی از کارآفرینی را فراهم نماید و زمینه های موجود در حوزه کارآفرینی را برای همگان نمایان سازد (رضوی و همکاران، ۱۳۹۵).

۲٫۵ شناختی

مسائل شناختی به عنوان یکی از ضروریات کارآفرینی اشاره فعالیت های ترویجی در این خصوص دارد. به عبارتی مسائل شناختی می تواند روند اطلاع رسانی و فعالیت های آموزشی و ترویجی را تسریع دهد. به عبارتی مسائل شناختی می تواند به واسطه برگزاری دوره های آموزشی و همچنین بهبود فعالیت های اطلاع رسانی زمینه را جهت شناسایی ظرفیت ها و ایده های تجاری در حوزه کارآفرینی را فراهم نماید (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). این مساله به واسطه شکل گیری آگاهی و اشراف محیطی به واسطه مسائل شناختی می باشد. مسائل شناختی ظرفیت های مطلوبی در فعالیت های فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت هماهنگی میان افراد و کارآفرینی را فراهم می نماید که می تواند منجر به توسعه کارآفرینی در این حوزه گردد. امروزه استفاده از مسائل شناختی در جهت توانمندسازی کارآفرینان و آشنایی با حوزه های کارآفرینی به عنوان یک مساله مهم، اشاره شده است (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰).

۲،۶ ترویج و ارتقا کارآفرینی

بدون شک هدف نهایی کارآفرینی ترویج و ارتقا آن در تمامی گروه‌ها و افراد می‌باشد. ترویج و ارتقا کارآفرینی اشاره به فعالیت‌های حقیقی و عینی در جهت توسعه کارآفرینی می‌باشد (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). ترویج و ارتقا کارآفرینی می‌تواند بستر مناسبی در جهت ایجاد حمایت‌های فردی، گروهی و دولتی را فراهم نماید و زمینه جهت رشد شاخص‌های عملیاتی در حوزه کارآفرینی را فراهم نماید. بهبود ترویج و ارتقا کارآفرینی می‌تواند منجر به کارآفرینی به صورت محسوس در سطح جامعه می‌گردد (ادمیک و سیمنکا، ۲۰۱۶).

۲،۷ اقتصادی

مسائل اقتصادی در حوزه کارآفرینی به عنوان یکی از ضروریات مهم در این حوزه اشاره به منابع مالی در جهت بهره‌گیری افراد در این خصوص دارد (محمد کاظمی و امید، ۱۳۹۰). بدون شک امروزه در روند عملیاتی نمودن ایده به محصول و خدمات و تکمیل فرایند کارآفرینی می‌بایستی منابع مالی و حمایتی به صورت مناسبی وجود داشته باشد تا بتوان از گروه‌ها و افراد فعال در حوزه کارآفرینی نهایت استفاده را داشت. بدون شک نبود منابع اقتصادی می‌تواند آثار جبران‌ناپذیری بر روند توسعه کارآفرینی داشته باشد. این مساله نشان می‌دهد که مسائل اقتصادی یکی از ضروریات در خصوص توسعه کارآفرینی می‌باشد (استادزاده، ۱۳۸۲).

۲،۸ اجتماعی

عوامل اجتماعی در حوزه‌های مختلفی از جمله حوزه کارآفرینی نقش و حضوری مؤثری دارد (محمد کاظمی و امید، ۱۳۹۰). امروزه ابعاد اجتماعی می‌تواند با ایجاد کنش میان فردی و گروهی، زمینه جهت جذب افراد به کارآفرینی را فراهم نماید. از طرفی عوامل اجتماعی می‌تواند به عنوان یک سیستم انگیزشی و نیروی جذب‌کننده، زمینه جهت جذب افراد در حوزه کارآفرینی را فراهم نماید. بدون شک مسائل اجتماعی ظرفیت‌های مطلوبی در حوزه

کارآفرینی ایجاد می‌کند که این مساله می‌تواند بر روند ایجاد فرهنگ کارآفرینی و نهادینه سازی آن در جامعه نقش مهم و کلیدی را داشته باشد (محمد کاظمی و امید، ۱۳۹۰).

۲،۹ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع، پژوهشات کاربردی می‌باشد که به صورت میدانی انجام گردید. روش پژوهش حاضر از نظر روش گردآوری داده‌ها آمیخته بود که به صورت کیفی-کمی اجرایی گردید. در جهت انجام بخش کیفی تحقیق از روش تحلیل محتوا کیفی استفاده شد. در میان بخش‌های مختلف روش تحلیل محتوا از روش تحلیل محتوا جهت دار استفاده گردید. بدین منظور محققین ابتدا در طی فرایند تحلیل محتوا به شناسایی عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران از طریق تحلیل محتوا پرداختند و عواملی با توجه به مبانی نظری موجود در این حوزه، شناسایی گردید. سپس در مصاحبه‌های کیفی علاوه بر اکتشاف در خصوص شناسایی عوامل جدید، عوامل شناسایی شده در مبانی نظری نیز به اطلاع نمونه‌های بخش کیفی رسید. بدین صورت که عوامل شناسایی شده در مبانی نظری از سوی نمونه‌های کیفی مورد ارزیابی قرار گرفت و در کنار عوامل شناسایی شده جدید، عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران نهایی گردید. جدول شماره ۲ عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران را نشان می‌دهد که منشا استخراج هر یک از عوامل شناسایی شده را نشان می‌دهد.

جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی شامل خبرگان حوزه مدیریت ورزشی بودند که در خصوص موضوع پژوهش پژوهش تجربه و آگاهی لازم مشخص گردیدند. به منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید. این نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت تعداد ۱۴ نفر به عنوان نمونه در بخش کیفی مشخص گردیدند. جدول شماره ۱ ویژگی نمونه‌های این بخش را نشان می‌دهد.

جدول ۱ ویژگی نمونه های بخش کیفی

| نمونه ها | جنسیت | تحصیلات | سابقه شغلی |
|----------|-------|---------|------------|
| نمونه ۱ | مرد | دکتری | ۱۵ سال |
| نمونه | زن | دکتری | ۲۴ سال |
| نمونه ۳ | مرد | دکتری | ۱۰ سال |
| نمونه ۴ | مرد | دکتری | ۵ سال |
| نمونه ۵ | مرد | دکتری | ۸ سال |
| نمونه ۶ | زن | دکتری | ۱۵ سال |
| نمونه ۷ | مرد | دکتری | ۱۷ سال |
| نمونه ۸ | مرد | دکتری | ۳۰ سال |
| نمونه ۹ | مرد | دکتری | ۱۹ سال |
| نمونه ۱۰ | مرد | دکتری | ۳۰ سال |
| نمونه ۱۱ | زن | دکتری | ۱۲ سال |
| نمونه ۱۲ | مرد | دکتری | ۳۰ سال |
| نمونه ۱۳ | مرد | دکتری | ۱۰ سال |
| نمونه ۱۴ | مرد | دکتری | ۵ سال |

معادلات ساختاری، سؤالات به صورت طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی گردید.

برای بررسی روایی صوری از نظر ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای روایی محتوایی گویه‌های پرسشنامه از مدل لاوشه^۱ استفاده شد (CVR=۰/۸۳) و روایی محتوایی تأیید شد. روایی سازه این پرسشنامه نیز با استفاده از روش تحلیل عاملی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. پایایی این پرسشنامه نیز با استفاده از محاسبه آلفای کرونباخ برای پرسشنامه روش مدل سازی ساختاری تفسیری میزان ۰/۸۳ و برای پرسشنامه معادلات ساختاری میزان ۰/۸۶ مشخص گردید.

در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی روایی از قابلیت باور پذیری (اعتبار)، انتقال پذیری و تأیید پذیری استفاده گردید. بدین منظور محقق جهت بررسی قابلیت باورپذیری از تأیید فرایند پژوهش توسط هشت متخصص و همچنین استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده

همچنین جامعه آماری در بخش کمی پژوهش شامل کلیه مدیران ورزشی بخش‌های دولتی، نیمه دولتی، انتفاعی، غیرانتفاعی و داوطلبی-مردم نهاد استان کرمان بودند که تعداد آنان با توجه به برآوردهای انجام شده از اداره کل ورزش و جوانان استان کرمان شامل ۲۰۰ نفر بودند. بر اساس انتخاب تمام شمار تمامی این افراد به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. در نهایت پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه های پژوهش؛ تعداد ۱۸۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار پژوهش شامل مصاحبه های نیمه ساختارمند و پرسشنامه محقق ساخته ای بود که با توجه به اهداف و روش پژوهش، این پرسشنامه به دو شکل طراحی گردید. به طور کلی این پرسشنامه حاوی ۵۸ سؤال بود که سؤالات آن چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران را مورد بررسی قرار می داد. ابتدا به منظور ساختاردهی به این موانع با توجه به استفاده از روش مدل سازی ساختاری تفسیری، سؤالات به صورت مقایسه زوجی طراحی گردید. سپس به منظور آزمون مدل ترسیم شده در غالب روش

1. Lawshe

۳ یافته‌های پژوهش

به منظور شناسایی و دسته بندی مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران از بررسی نظرات خبرگان در قالب روش کیفی استفاده گردید. پس از انجام کدگذاری ها، ویژگی های مستخرج از مصاحبه ها مشخص گردید و جمع بندی گردید. اشباع نظری در مصاحبه ۱۳ ام انجام شد و جهت اطمینان از رسیدن به اشباع نظری، مصاحبه ۱۴ ام نیز انجام گرفت. روش مقوله بندی گویه ها در بخش کیفی تحقیق حاضر با توجه به روش استقرایی بود. جدول شماره ۲ نتایج بخش کیفی پژوهش را نشان می دهد.

گردید. همچنین جهت بررسی انتقال پذیری از نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند در مورد یافته های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند. همچنین جهت بررسی قابلیت تایید پذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه ها و بررسی آنان در زمان های مورد نیاز استفاده گردید. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی پایایی، از کمیته های تخصصی استفاده گردید. بدین صورت که از اعضای این کمیته تخصصی جهت کدگذاری موازی برخی مصاحبه ها و همچنین ارزیابی و برنامه های مربوط به مصاحبه ها استفاده شد. تمامی روند تجزیه و تحلیل داده های پژوهش حاضر در نرم افزارهای SPSS و Amos نسخه ۲۰ انجام گرفت.

جدول ۲ نتایج بخش کیفی

| مقوله ها | ویژگی های استخراج شده | فراوانی | نحوه شناسایی اولیه |
|------------------|---|---------|--------------------|
| عوامل نهادی | انعطاف پذیری قوانین و رویه های بازار کار | ۸ | مصاحبه کیفی |
| | کارایی نظام قانون گذاری کشور در تدوین قوانین کارآمد و شفاف | ۱۰ | مبانی نظری |
| | کارایی دولت در اداره امور کشور و اجرای قوانین | ۱۲ | مصاحبه کیفی |
| | کارایی سیستم قضایی (ساده سازی رویه ها، زمان و هزینه لازم صدور حکم از آغاز تا پایان) | ۹ | مصاحبه کیفی |
| | پایبندی دولت ها به تعهدات قانونی دولت های قبل | ۱۰ | مصاحبه کیفی |
| | مبارزه با فساد اداری و بهبود سلامت قانونی و مالی | ۱۱ | مبانی نظری |
| | وجود قوانین و اجرای رویه های ضد انحصار و مشوق رقابت | ۸ | مبانی نظری |
| عوامل بهبود محیط | دولت زمان و هزینه شروع يك كسب و کار جدید را بهبود داده است | ۸ | مصاحبه کیفی |
| | کاهش موانع ورود و خروج از طریق حذف موانع غیرضروری تلاش شده است. | ۹ | مصاحبه کیفی |
| | دولت ابتکاراتی برای کاهش الزامات اداری شرکت های نوپا دارد. | ۱۰ | مبانی نظری |
| | دولت، موانع پیش روی انتقال کسب و کارها را مورد اصلاح قرار داده است. | ۱۳ | مصاحبه کیفی |
| فرصت ها | يك خط مشی رسمی با هدف تسهیل فرآیند شروع يك كسب و کار یا حذف موانع بازدارنده برای راهاندازی کسب و کارها وجود دارد. | ۱۲ | مصاحبه کیفی |
| | وجود ایده های تجاری | ۱۱ | مبانی نظری |
| | دانش فنی | ۱۰ | مصاحبه کیفی |
| | نبود موانع حقوقی-قانونی | ۹ | مبانی نظری |

| | | | |
|-------------|----|--|-------------------------|
| مبانی نظری | ۹ | تسهیلات مالی | عوامل تنظیمی |
| مصاحبه کیفی | ۸ | افراد خبره | |
| مصاحبه کیفی | ۱۰ | تدوین استراتژی کارآفرینی کشور | |
| مصاحبه کیفی | ۱۱ | تدوین اهداف بلندمدت و کوتاه مدت کارآفرینی کشور | |
| مبانی نظری | ۱۳ | طراحی سیستم ارزیابی عملکرد کارآفرینی در بخش های ورزش قهرمانی و همگانی در کشور | |
| مصاحبه کیفی | ۱۲ | طراحی سیستم ارزیابی عملکرد آغاز (رشد) و ورشکستگی کسب و کارهای کوچک | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | ارائه گزارش حمایت ها، موفقیت ها و شکست های کسب و کارهای کوچک | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | تاسیس صندوق های کارآفرینی جهت ارائه تسهیلات مالی و اعتباری در بانک های کشور | |
| مبانی نظری | ۸ | تاسیس صندوق ضمانت اعتباری کارآفرینان | |
| مبانی نظری | ۷ | راه اندازی معاونت کارآفرینی در سازمان ها | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | ایجاد و تقویت مراکز مشاوره ای در بخش های صنعت، خدمات و کشاورزی کارآفرینی | |
| مصاحبه کیفی | ۱۰ | معرفی و ایجاد زمینه مناسب بهره گیری کارآفرینان از مشاوران | |
| مصاحبه کیفی | ۸ | معرفی متولیان اصلی حمایت از کارآفرینی در کشور | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | اعطای تسهیلات و معافیت های مالیاتی | |
| مصاحبه کیفی | ۸ | اتخاذ تدابیر تسریع کننده فرآیند اصلی کارآفرینی در کل کشور | عوامل شناختی |
| مصاحبه کیفی | ۷ | برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای | |
| مصاحبه کیفی | ۱۰ | برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای در بخش های مختلف ورزش برای باشگاه های خصوصی و دولتی با هزینه دولت | |
| مبانی نظری | ۹ | پخش مستمر برنامه های تلویزیونی و رادیویی کارآفرینی در کشور | |
| مصاحبه کیفی | ۱۱ | اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان | |
| مبانی نظری | ۱۳ | چاپ کتابچه های راهنمای کارآفرینی در کشور | |
| مبانی نظری | ۱۲ | طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینان با سازمان های ذیربط | ترویج و ارتقا کارآفرینی |
| مصاحبه کیفی | ۹ | طراحی وب سایت اطلاع رسانی کارآفرینی کشور | |
| مبانی نظری | ۹ | بخشی از بودجه دولت به فعالیت های ترویج کارآفرینی تخصیص داده می شود. | |
| مصاحبه کیفی | ۸ | برای تغییر نگرش های جامعه نسبت به کارآفرینی و شروع یک کسب و کار تلاش می شود. | |
| مصاحبه کیفی | ۱۰ | دولت در برنامه های رسانه ای برای نشر داستان های کارآفرینانه (سمنارها، و نشریات، و غیره) مشارکت دارد. | |
| مبانی نظری | ۹ | دولت برای ترویج کارآفرینی از رسانه های گروهی استفاده می کند. | |
| مصاحبه کیفی | ۸ | خط مشی مشخصی برای افزایش اطلاع رسانی گسترده از کارآفرینی و ترویج یک فرهنگ کارآفرینانه وجود دارد. | |
| مصاحبه کیفی | ۱۱ | دولت از وقایعی که کارآفرینی را شکل داده و اطلاعات لازم راه اندازی را فراهم می آورد حمایت می کند. | |

| | | | |
|-------------|----|--|---------------|
| مبانی نظری | ۷ | ایجاد ارزش آفرینی فردی در پاسخ به نیازهای صنعت ورزش | عوامل اقتصادی |
| مصاحبه کیفی | ۱۰ | دولت به تنهایی یا با مشارکت بخش خصوصی، کارآفرینان را از طریق برنامه های ملی یا برنامه های گسترده اعطای جوایز تشویق می کند. | |
| مبانی نظری | ۷ | پاداش به ایده ها و خلاقیت های ارائه شده | |
| مصاحبه کیفی | ۱۳ | دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی | |
| مصاحبه کیفی | ۱۲ | داشتن سرمایه کافی | |
| مبانی نظری | ۱۰ | امکان فروش محصول (کالا یا خدمات) تولیدی | |
| مبانی نظری | ۸ | وجود نیروی کار فعال | |
| مبانی نظری | ۹ | وجود نیروی کار ارزان | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | معافیت های مالیاتی از مشاغل جدید در ورزش | |
| مبانی نظری | ۱۰ | فرهنگ مشوق اجتماعی برای کارآفرینی | عوامل اجتماعی |
| مبانی نظری | ۸ | حمایت و تشویق نهادهای دولتی | |
| مصاحبه کیفی | ۱۱ | وجود روحیه تعاون و همکاری اجتماعی | |
| مبانی نظری | ۱۲ | حمایت های بیمه ای از کارآفرین | |
| مصاحبه کیفی | ۱۰ | الگوسازی موفق کارآفرینی در جامعه | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | آموزش های دانش افزایی و مهارتی تخصصی | |
| مصاحبه کیفی | ۹ | تسهیل فرآیندهای راه اندازی کسب و کار در ادارات برای کارآفرینان، برگزاری کلاس های کارآفرینی | |

به منظور ساختار دهی به عوامل شناسایی شده از روش مدل سازی ساختاری تفسیری استفاده گردید. جدول شماره ۳، نتایج مربوط به ماتریس خودتعاملی ساختاری را به نمایش گذاشته است.

مطابق با نتایج بخش کیفی پژوهش، عوامل شناسایی شده در هشت عامل شامل نهادی، بهبود محیط، فرصت ها، تنظیمی، شناختی، ترویج و ارتقا کارآفرینی، اقتصادی، اجتماعی دسته بندی گردیدند.

جدول ۳ ماتریس خودتعاملی ساختاری

| |
|--|
| نهادی (عامل شماره ۱) |
| بهبود محیط (عامل شماره ۲) |
| فرصت ها (عامل شماره ۳) |
| تنظیمی (عامل شماره ۴) |
| شناختی (عامل شماره ۵) |
| ترویج و ارتقا کارآفرینی (عامل شماره ۶) |
| اقتصادی (عامل شماره ۷) |
| اجتماعی (عامل شماره ۸) |

است. در این جدول خروجی نشان دهنده عواملی می باشند که از یک عامل دیگر تاثیر می گیرد. به

جدول ۴ نتایج مربوط به خروجی ها، ورودی ها و اشتراک های ظرفیت کارآفرینی را به نمایش گذاشته

به میزان تشابه میان خروجی ها و ورودی ها دارد. به عنوان مثال در خصوص عامل شماره ۱، این عامل در عوامل شماره ۱ و شماره ۲ اشتراک دارد. به عبارتی عامل شماره ۲ هم بر شکل گیری عامل شماره ۱ تاثیرگذار است و هم خود از این عامل در روند شکل گیری تاثیر می گیرد. به عبارتی ارتباط میان عامل شماره ۱ و ۲ ارتباط دوسویه می باشد.

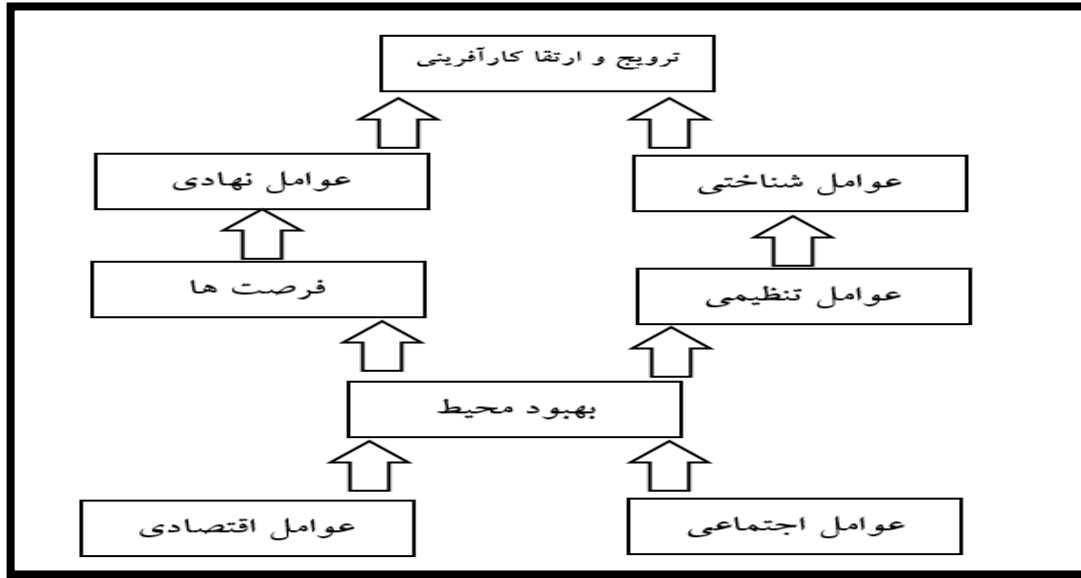
عنوان مثال در جدول فوق در خصوص عامل ۱، این عامل علاوه بر تاثیرگذاری بر خود سبب تاثیرگذاری بر روند شکل گیری عوامل ۲، ۳، ۴، ۵ و ۷ نیز تاثیرگذار می باشد. از طرفی ورودی اشاره به عواملی می باشد که سبب ایجاد یک عامل می گردد. به عبارتی عامل شماره ۱ در جهت شکل گیری علاوه بر خود، به عوامل شماره ۲، ۶ و ۸ نیاز دارد. اشتراک نیز

جدول ۴ خروجی ها، ورودی ها و اشتراک های شناسایی شده

| تکرار | عوامل | خروجی | ورودی | اشتراک | سطح |
|-------|-------|-----------------|-----------------|-----------|-----|
| اول | ۱ | ۱-۲-۳-۴-۵-۷ | ۱-۲-۶-۸ | ۱-۲ | |
| | ۲ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | |
| | ۳ | ۲-۳-۴-۵-۶-۷ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶ | |
| | ۴ | ۴-۷ | ۱-۲-۳-۴-۶-۸ | ۴ | |
| | ۵ | ۵-۷ | ۱-۲-۳-۵-۶-۸ | ۵ | |
| | ۶ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸ | ۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶-۸ | |
| | ۷ | ۷ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸ | ۷ | ۱ |
| دوم | ۸ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸ | ۲-۶-۸ | ۲-۶-۸ | |
| | ۱ | ۱-۲-۳-۴-۵ | ۱-۲-۶-۸ | ۱-۲ | |
| | ۲ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | |
| | ۳ | ۲-۳-۴-۵-۶ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶ | |
| | ۴ | ۴ | ۱-۲-۳-۴-۶-۸ | ۴ | ۲ |
| | ۵ | ۵ | ۱-۲-۳-۵-۶-۸ | ۵ | ۲ |
| | ۶ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۸ | ۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶-۸ | |
| سوم | ۸ | ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۸ | ۲-۶-۸ | ۲-۶-۸ | |
| | ۱ | ۱-۲-۳ | ۱-۲-۶-۸ | ۱-۲ | |
| | ۲ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۳ |
| | ۳ | ۲-۳-۶ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶ | ۳ |
| | ۶ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶-۸ | ۲-۳-۶-۸ | |
| چهارم | ۸ | ۱-۲-۳-۶-۸ | ۲-۶-۸ | ۲-۶-۸ | |
| | ۱ | ۱ | ۱-۶-۸ | ۱ | ۴ |
| | ۶ | ۱-۶-۸ | ۶-۸ | ۶-۸ | |
| | ۸ | ۱-۶-۸ | ۶-۸ | ۶-۸ | |
| | ۶ | ۶-۸ | ۶-۸ | ۶-۸ | ۵ |
| پنجم | ۶ | ۶-۸ | ۶-۸ | ۶-۸ | ۵ |
| | ۸ | ۶-۸ | ۶-۸ | ۶-۸ | ۵ |

سازی ساختاری تفسیری در شکل شماره ۱ به نمایش گذاشته شده است.

با توجه به نتایج جدول ۳ مشخص گردید که عوامل شناسایی شده در ۵ سطح ساختاردهی شدند. مدل ساختاری مشخص شده مطابق با نتایج روش مدل



شکل ۱ مدل ساختاری تفسیری پژوهش

شده آورده می شود. جدول زیر اثر مستقیم متغیرها می باشد.

در این پژوهش بررسی همزمان فرضیه ها در قالب مدل اولیه صورت می گیرد و در نهایت مدل برازش

جدول ۵ برآوردهای ضرایب اثر مستقیم

| متغیرها | برآوردها | پارامتر استاندارد شده | خطای استاندارد برآورد | t |
|---|----------|-----------------------|-----------------------|---|
| اثر مستقیم عوامل اجتماعی بر بهبود محیط: | ۰/۷۱** | ۰/۰۱ | ۱۴/۳۸ | |
| اثر مستقیم عوامل اقتصادی بر بهبود محیط: | ۰/۶۵** | ۰/۰۱ | ۱۳/۱۱ | |
| اثر مستقیم بهبود محیط بر عوامل تنظیمی: | ۰/۵۴** | ۰/۰۳ | ۱۲/۲۴ | |
| اثر مستقیم بهبود محیط بر فرصت ها: | ۰/۶۰* | ۰/۰۲ | ۱۳/۹۷ | |
| اثر مستقیم عوامل تنظیمی بر عوامل شناختی: | ۰/۶۵** | ۰/۰۴ | ۱۳/۱۰ | |
| اثر مستقیم عوامل تنظیمی بر عوامل نهادی: | ۰/۵۱** | ۰/۰۵ | ۱۱/۰۱ | |
| اثر مستقیم فرصت ها بر عوامل شناختی: | ۰/۷۶** | ۰/۰۳ | ۱۵/۲۱ | |
| اثر مستقیم فرصت ها بر عوامل نهادی: | ۰/۵۳* | ۰/۰۲ | ۱۱/۵۴ | |
| اثر مستقیم عوامل نهادی بر ترویج و ارتقا کارآفرینی: | ۰/۶۹** | ۰/۰۱ | ۱۱/۲۱ | |
| اثر مستقیم عوامل شناختی بر ترویج و ارتقا کارآفرینی: | ۰/۶۸** | ۰/۰۱ | ۱۲/۸۷ | |

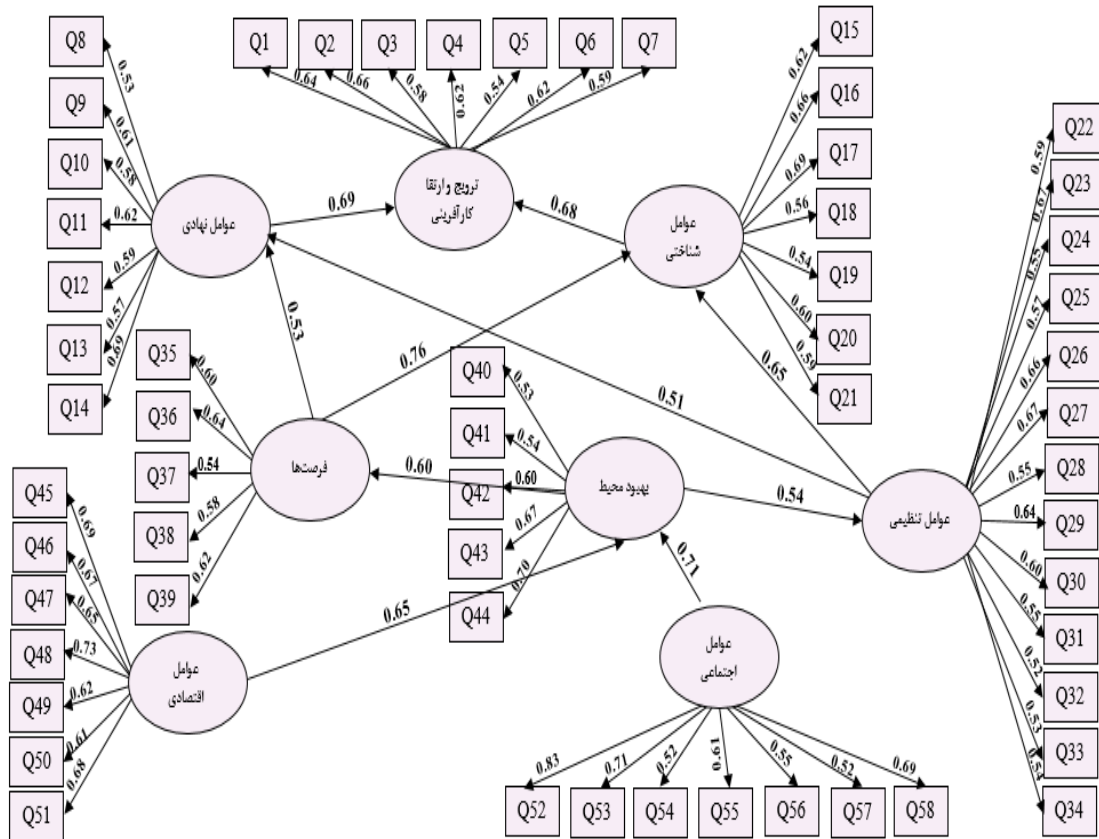
جهت بررسی برازندگی مدل از شاخص‌های برازندگی استفاده شده است. در جدول ۶ شاخص‌های برازش مدل آمده است.

جدول ۶ مشخصه‌های نکویی برازندگی مدل

| تفسیر | ملاک‌های مطلوب | برآورد | مشخصه |
|-------|--|---------|--|
| مطلوب | سطح معناداری مجذور کای بیشتر از ۰/۵ | ۱۲۸۴/۲۷ | نسبت مجذور کای |
| | | ۰/۰۵۷ | p-value |
| مطلوب | مجذور کای تقسیم بر درجه آزادی می‌بایستی بین ۱ تا ۳ باشد. | ۵۴۹ | درجه آزادی |
| | | ۲/۳۴ | نسبت مجذور کای به درجه آزادی (χ^2/df) |
| | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۹۷ | شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) |
| مطلوب | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۹۵ | شاخص نکویی برازش (GFI) |
| مطلوب | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۹۴ | شاخص تعدیل شده نکویی برازش (AGFI) |
| مطلوب | کمتر از ۰/۱ | ۰/۰۷۶ | جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) |

بارهای عاملی موجود در مدل تحقیق بالاتر از ۰/۵ می‌باشد، که نشان‌دهنده مناسب بودن میزان بارهای عاملی گویه‌های تحقیق می‌باشد. در ادامه نمودار مسیر مدل برازش شده همراه با پارامترهای برآورد شده ارائه شده است.

با توجه به مشخصه‌های نکویی برازش که در جدول ۶ گزارش شده برازش مدل پیش‌بینی ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران در سطح مطلوبی می‌باشد. همچنین با توجه به مدل تحقیق که در شکل شماره ۲ به نمایش گذاشته شده است، تمامی



شکل ۲ مدل ساختاری پژوهش

۴ بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به ساختاردهی عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران پرداخته شده است. چرا که صنعت ورزش به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به یکی از بزرگترین صنایع جهانی تبدیل شده است و برای اغلب کشورها، این صنعت منبع مهمی برای فعالیتهای اقتصادی، کسب درآمد، اشتغال زایی و تجارت بین الملل محسوب می‌شود. به طور کلی صنعت ورزش، به مجموعه فعالیتهای مرتبط با تولید، بازاریابی و فروش کالا و خدمات ورزشی گفته می‌شود که در ارتقاء ارزش افزوده آنها نقش داشته باشد. در دهه حاضر یکی از بزرگترین چالش‌ها و یکی از مهمترین مشکلات صنعت ورزش کشور کارآفرینی و اشتغال است. و ورزش به عنوان یک صنعت رو به توسعه، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی

را در دل خود جای داده است و جنبه‌های گسترده اقتصادی در صنعت ورزش، امکان کارآفرینی را به عنوان حل مشکل «بیکاری» بیان کرده است. پژوهش حاضر نشان داد که جهت بهبود ظرفیت کارآفرینی نیازمند حضور عواملی شامل نهادی، بهبود محیط، فرصت‌ها، تنظیمی، شناختی، ترویج و ارتقا کارآفرینی، اقتصادی، اجتماعی می‌باشد. این مساله نشان می‌دهد که بهبود ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش یک مساله ای چند بعدی می‌باشد که ارتقا آن نیازمند توجه به جنبه‌های مختلفی می‌باشد.

بررسی آزمون فرضیات نشان داد که ترویج و ارتقا کارآفرینی یکی از عوامل مهم در بهبود ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش می‌باشد. ترویج حوزه ای از خط مشی کارآفرینی بوده که نیازمند توجه بیشتر به دلیل نقش حیاتی آن در ایجاد يك فرهنگ

ادمیک و سیمنکا^۳ (۲۰۱۶)، ساکداری و برگرز^۴ (۲۰۱۸)، ژانگ و همکاران^۵ (۲۰۱۸) است.

در مسیر توسعه کارآفرینی نیاز است تا ظرفیت‌هایی در این خصوص ایجاد گردد. محیط پیرامون شامل جنبه‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نقش مهمی در شکل‌گیری و بهره‌برداری از ظرفیت‌های کارآفرینی دارد. الیزابس^۶ و همکاران (۲۰۲۰) اشاره داشتند که جنبه‌های محیطی نقش مهمی در بهبود وضعیت کارآفرینی دارد. هیندلی^۷ و همکاران (۲۰۱۹) نیز اشاره داشتند که در جهت بهبود وضعیت کارآفرینی در ورزش می‌بایستی مسائل فردی و محیطی به صورت همزمان مدنظر قرار گیرد. به نظر می‌رسد ترویج ارتقا کارآفرینی نیازمند بهره‌گیری از مسائل مهمی در حوزه‌های فردی و غیرفردی دارد. به عبارتی ترویج و ارتقا کارآفرینی خروجی سرمایه‌گذاری در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، فردی، محیطی، نهادی و شناختی می‌باشد. به طور کلی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مدل به کار گرفته شده در پژوهش حاضر، این عوامل بر توسعه ظرفیت کارآفرینی را به خوبی پیش بینی می‌کند و به دولت و مسئولین کشور کمک می‌نماید تا با شناسایی این عوامل شرایط را به نحوی مهیا نمایند که افراد بیش از پیش به کارآفرینی تمایل نشان دهند و مستقل از دولت در اقتصاد کشور نقش ایفا کنند. لذا تقویت ظرفیت کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصاد کشور، راهگشای بسیاری از مشکلات اقتصادی حال حاضر جامعه خواهد بود. همچنین پژوهش‌ها حاکی از آن است که ایران به لحاظ قانون‌گذاری در صنعت ورزش به ویژه سیاست‌های توسعه و ساختار ورزش با ضعف‌های بسیاری رو به رو است، نتایج پژوهش‌های مختلف در زمینه‌های اقتصادی و مالی نشان داده که در صنعت ورزش ایران شفافیت

حمایتی از کارآفرینی است که موجب تغییر نگرش‌ها شده و مولفه انگیزش را در چارچوب کارآفرینی تحت تأثیر قرار می‌دهد. ترویج شامل هر نوع فعالیت عمومی و کلی هماهنگ با تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه است. که با یافته‌های استیون (۲۰۰۵)، ساکداری و برگرز (۲۰۱۸) همخوان می‌باشد. ساکداری و برگرز^۱ (۲۰۱۸) در پژوهش خود مشخص کرد که عوامل ترویج و ارتقا کارآفرینی تأثیر بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی تأیید و نقش میانجی دارد. روسیه و کشورهای اروپای شرقی، در جهت بهبود وضعیت اقتصادی خود استراتژی ترویج و ارتقا و چین، استراتژی بهبود محیط کسب و کار را انتخاب کرد. همچنین مقایسه تطبیقی سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی در کشورهایی شامل استرالیا، تایوان، ایالات متحده، کانادا، فنلاند، ایرلند، اسپانیا، هلند، سوئد و انگلستان نشان می‌دهد ابعاد سیاست‌های توسعه کارآفرینی را می‌توان در شش گروه طبقه بندی کرد که مهم‌ترین عامل این شش گروه ترویج و ارتقا کارآفرینی بود که با یافته‌های این پژوهش همخوان می‌باشد (هیدوک و والکر^۲، ۲۰۱۸، ۷۴). بررسی آزمون فرضیات نشان داد که عوامل شناختی، عوامل تنظیمی، عوامل نهادی، فرصت‌ها، بهبود محیط، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی از عوامل مهم در بهبود ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش می‌باشد. همانطوری که بیان شد امروزه تقویت ظرفیت کارآفرینی بمنظور افزایش عوامل شناختی، عوامل تنظیمی، عوامل نهادی، فرصت‌ها در ورزش ضروری است تا آنها بطور اثربخش وارد فرآیند کارآفرینی شده و با بکارگیری فرآیندها و تکنولوژی‌های نوین، سیاست‌ها و استراتژی‌های جدید بتوانند مشاغل و ایده‌های جدیدی را به مشتریان ارائه نمایند. که این نتایج همسو با نتایج تحقیقات محققان پیشین از جمله

5.Zhang
6.Elizabeth
7.Hindle

1.Sakhdari
2.Hayduk
3.Adamik & Szymańska
4.Sakhdari

وجود ندارد و تامین منابع مالی بیشتر از بخش‌های دولتی صورت می‌گیرد و کارآفرینی نقش بسیار محدودی در آن دارد. از سوی دیگر، امروزه، صنعت ورزش به‌عنوان یکی از بزرگترین ظرفیت‌های کسب و کار و دارای سریع‌ترین رشد در بین صنایع شناخته شده است. مطالعات نشان داده است که از سال (۲۰۰۹) تا (۲۰۱۴)، صنعت ورزش در دنیا هر ساله به طور متوسط هفت درصد رشد داشته است که این مقدار رشد از متوسط نرخ رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها بالاتر است. بررسی‌های انجام شده بیانگر این است که صنعت ورزش در سال (۲۰۱۴)، حدود ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد داشته است و حدود یک درصد از کل تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص داده است. این آمار و ارقام نشان از اهمیت روبه رشد صنعت ورزش دارد. از منظر دیگری، منحصربه‌فرد بودن ورزش با در نظر گرفتن گسترش کارآفرینی در صنایع و سازمان‌ها، فرصت‌های پویایی را برای کارآفرینان فراهم کرده است. فرصت‌هایی که یا شناخته نشده‌اند و یا پتانسیل افراد در استفاده از چنین ظرفیت‌هایی همراستا نبوده است.

در تحقیق حاضر عوامل اجتماعی و عوامل اقتصادی به عنوان زیربنای بهبود ترویج و ارتقا کارآفرینی مشخص گردید. پراسیتو و کیستانی^۱ (۲۰۲۰) اشاره داشتند که جنبه‌های اقتصادی سبب تسهیل کارآفرینی می‌گردد. الیزابس و همکاران (۲۰۲۰) نیز مشخص نمودند که جنبه‌های اقتصادی می‌تواند به بهبود ظرفیت‌های کارآفرینی می‌گردد. از طرفی رودریگوئزلوپز و سوتو^۲ (۲۰۲۰) اشاره داشتند که مسائل اجتماعی به واسطه تسهیل ارتباطات بین فردی می‌تواند زمینه بهبود کارآفرینی را فراهم نماید. با این توجه می‌توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات پراسیتو و کیستانی (۲۰۲۰)، الیزابس و همکاران (۲۰۲۰) و رودریگوئزلوپز و سوتو (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. به نظر می‌رسد جنبه‌های اقتصادی و

اجتماعی سبب می‌گردد تا بستر اولیه جهت بهبود کارآفرینی ایجاد گردد. به صورتی که مسائل اقتصادی به واسطه دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی، داشتن سرمایه کافی، امکان فروش محصول تولیدی، وجود نیروی کار فعال، وجود نیروی کار ارزان، دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز و معافیت‌های مالیاتی از مشاغل جدید در ورزش می‌تواند به بهبود شرایط حاکم بر کارآفرینی در صنعت ورزش منجر گردد. از طرفی عوامل اجتماعی فرهنگ مشوق اجتماعی برای کارآفرینی، حمایت و تشویق نهادهای دولتی، وجود روحیه تعاون و همکاری اجتماعی، حمایت‌های بیمه‌ای از کارآفرین، الگوسازی موفق کارآفرینی در جامعه، آموزش‌های دانش‌افزایی و مهارتی تخصصی و تسهیل فرآیندهای راه‌اندازی کسب و کار در ادارات برای کارآفرینان، برگزاری کلاس‌های کارآفرینی سبب می‌گردد تا حمایت‌های معنوی از کارآفرینی شکل گیرد و این مساله منجر به بهبود ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش می‌گردد. از بعدی دیگر، ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی و توسعه کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند. بنابراین، فعالیت‌های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت‌های درون ورزش نیز هستند، این ظرفیت‌ها شامل: ظرفیت‌های محیطی پیرامونی ورزش، اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزش و محیط حاکم کارآفرین هستند. پژوهش‌های متعددی ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگونی بررسی کرده‌اند، در محتوای این پژوهش‌ها ابعاد متعددی دیده می‌شود، این ابعاد شامل: وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تاسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی،

1. Prasetyo & Kistanti

2. Rodríguez-López & Souto

اندازی شود. بهبود زیر ساختهای فیزیکی تا ورزشکاران، دانش آموختگان تربیت بدنی و علاقه مندان این حوزه که کسب و کاری را ایجاد می کنند مشکلی نداشته باشند. همکاری سازمان ها و ارگان های مربوطه برای تسهیل روند ایجاد کسب و کار. برگزاری کلاسهای آموزشی و آشنایی آنان از ظرفیت های محیطی که در ورزش وجود دارد. ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان ورزشی. تشویق و مشارکت فعالانه در طرح های کارآفرینی ورزشی، تشویق سازمان های دولتی و غیر دولتی به حمایت از فعالیت های کارآفرینی در ورزش، جذب سرمایه ها و سرمایه گذاران به ورزش از طریق تشویق ها و تخفیف های مالیاتی، افزایش آگاهی ورزشکاران، دانش آموختگان تربیت بدنی و علاقه مندان این حوزه از بازارهای داخلی و خارجی و بهبود راه های ارتباطی.

ظرفیت آموزشها و مهارت آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیره نام برد. در واقع این ظرفیتها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده است که براساس آن با این مقدمه و تفسیر این پژوهش به دنبال بررسی ظرفیتهای موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به دنبال بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیتهای موجود در صنعت ورزش است. در اینجا پیشنهاداتی در خصوص توسعه ظرفیت های کارآفرینی ارائه می شود که اگر این پیشنهادات عملی شود به طور یقین توسعه کارآفرینی به مطلوبیت خواهد رسید. برگزاری کلاسهای آموزشی کارآفرینی برای ورزشکاران، دانش آموختگان تربیت بدنی و علاقه مندان این حوزه و بالا بردن مهارت های کارآفرینی و آشنایی آنها با کسب و کارهای کوچک. ارئه وامهای کم بهره و باز پرداخت بلند مدت که کسب و کارهای جدیدی راه

Reference

- Adamik, A., & Szymańska, K. (2016). The technological entrepreneurship capacity and partnering as elements of an open culture of small and medium-sized enterprises: Case study of Poland. In *Entrepreneurship, Business and Economics-Vol. 1* (pp. 103-114). Springer, Cham.
- Azizi, M. Shafiazadeh, E. Akbarzadeh, N. (2013). Identifying the Entrepreneurial Competencies Requirements of Academic Managers. *Entrepreneurship Development*, 6(2). Pp 27-53. (In Persian)
- Borgese, A. (2010). "Educating sports entrepreneurs: Matching theory to practice". *Journal Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 82, pp: 511 - 519.
- D'Angelo, E. (2018). Regulatory Compliance Management in the Professional Sport Industry: Evidence from the Italian Serie A. *International Business Research*, 11(3), 149-161.
- Gafarzadeh, M. Razaghi, M. Mirzaakbari, A. (2019). IT's Position in Developing Entrepreneurial Opportunities in Sport. *Communications management in sports media*, 6(24). Pp 70-80. (In Persian)
- Elizabeth, C., Popoola, B. A., & Popoola, O. O. (2020). The influence of entrepreneurial training, access to finance, entrepreneurial capacity, entrepreneurial atmosphere on youth entrepreneurship. *African Journal of Business and Economic Research*, 15(1), 81-107.
- Ghorbani, M. Vahdani, M. (2016). Designing an Entrepreneurial Competency



- Model in the Iranian Sports Industry. Sport management studies, pp 205-228. (In Persian)
- Gibb, A. (2007). Creating the entrepreneurial university: do we need a wholly different model of entrepreneurship. Handbook of research in entrepreneurship education, 1, 67-103
- Gnyawali, D and Fogel, D (1994) Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications, Entrepreneurship Theory and Practice. Baylor University.
- Guerrero, M., Urbano, D., Cunningham, J., & Organ, D. (2014). Entrepreneurial universities in two European regions: A case study comparison. The journal of technology Transfer, 39(3), 415-434.
- Guerrero-Cano, M., Kirby, D., & Urbano, D. (2006, June). A literature review on entrepreneurial universities: An institutional approach. In 3rd Conference of Pre-communications to Congresses, University of Barcelona.
- Hayduk, T., & Walker, M. (2018). Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal, 14(3), 705-724.
- Hindle, K., Viala, C., Hammerschmidt, J., Kraus, S., Jones, P., & Calabuig, F. (2019). Converting sporting capacity to entrepreneurial capacity: A process perspective. European journal of international management.
- Keshavarz, L. Farahani, A. Mosavi, Y. Faraziani, F. (2015). Factors Influencing Private Sector Behavior To Invest In Professional Sport And Provide A Model. Organizational Behavior Management Studies in Sport. 2(4). Pp 45- 56. (In Persian)
- Lans, T., Blok, V., Wesselink, R. (2014). "Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education". Journal of Cleaner Production, 62, pp: 37-47.
- Mohamadkazemi, R. Omid, Y. (2011). Sport Entrepreneurship: An Emerging Approach to Sport Entrepreneurship and Management. Research in Sport Management and Motor Behavior, 1(2). Pp 69-87. (In Persian)
- Moroz, P. W., Hindle, K., & Anderson, R. (2010). Collaboration with entrepreneurship education programmes: building spinout capacity at universities. International journal of innovation and learning, 7(3), 141-169.
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative industries: aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 14(1), 95-114.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality & sustainable economic growth. Entrepreneurship and

- Sustainability Issues, 7(4), 2575-2589.
- Ratten, V. (2011). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management", *IntEntrepManag J*, 7, 57-69.
- Razavi, M. Ghahraman Tbrizi, K. Zarei, M. (2016). Identifying and ranking the factors influencing entrepreneurship in sport with a coherent multi-criteria analysis approach and Copeland. *Journal of Sport and Motor Behavioral Management*. 12(23). Pp113-130. (In Persian)
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I. & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small business economics*, 24(3), 205-231.
- Rezaee, Sh. Salehipor, M. (2018). Analysis of Factors Affecting the Development of the Iranian Sports Industry by a Data-Based Approach. *Journal of Human Resource Management in Sport*. 6(1). Pp 89-107. (In Persian)
- Rodríguez-López, Á. & Souto, J. E. (2020). Empowering entrepreneurial capacity: training, innovation and business ethics. *Eurasian Business Review*, 10(1), 23-43.
- Sakhdari, K., & Burgers, J. H. (2018). The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 927-950.
- Sharififar, F. Mohamadian, F. (2017). Actors affecting organizational entrepreneurship in sport organizations: A meta-analysis. *Contemporary Research in Sport Management*. 7(14). Pp 53-64. (In Persian)
- Votchel, L. M., Vikulina, V. V., & Zinovieva, E. G. (2019). Entrepreneurial capacity of individual as a strategic resource of modern development. In *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS* (pp. 847-852).
- Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(2), 110-126.