Arc ID

۱۰

ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی

نسرین افشاری پور [۱]
مینا حکاک زاده [۲]
محمد ابراهیم رزاقی [۳]

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۲/۱۰

کارآفرینـی و استفـاده از ظرفیت‌های کارآفرینی اسـت که نیازهای اقتصادی را با ایجـاد هزاران کسب و کار جدیـد مرتفـع می‌کند. هدف این تحقیق، تدوین ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طـرح هـای ترکیبی است.روش پژوهش، ترکیبی اکتشافی دو مرحله ای از نوع ابزار سازی بود. روش پژوهش در بخـش کیفی، مطالعه موردی کیفی و مشارکت کنندگـان بالقوه شامل۱۴ نفر از متخصصان عضو هیئت علمی دانشگـاه بودنـد. رویکرد نمونه گیری، هدفمنـد و روش نمونه گیری صاحب نظران کلیـدی بود. ابزار پژوهش، مصاحبـه نیمـه ساختارمند بود. روش تحقیـق در بخش کمی، توصیفی- پیمایشی و جامعـه آماری شامل کلیه مدیـران استان کرمان (۲۰۰ نفر) بود. ابزار مـورد استفاده در بخش کمی، مقیاس محقق ساخته بر اساس شبکه تئـوری داده- بنیاد بخش کیفی بود. برای بررسی روایی صوری، از نظرات ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای آزمون روایی محتوایی، سوال های پرسش نامه از مدل لاشه استفاده شد(cvr= 0/81) و روایی محتوایی تایید گردید. همچنین روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه

۱.دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران
۲.استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Minahakakzadeh@gmail.com
۳.استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

www.SID.ir

Archive of SID

و تحلیـل داده هـا، از آمار توصیفی و مدل معادلات ساختاری بـرای بررسی برازش مدل تحقیق استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که مقدار T شرایط علی بر ظرفیت کارآفرینی ۰/۶۴ ، شرایط زمینه ای بر راهبردها ۰/۴۷، شرایـط مداخلـه گر بر راهبردها ۰/۴۰، ظرفیت کارآفرینی بر راهبردها ۰/۵۶ و راهبردها بر پیامد ها ۰/۷۱ تاثیر معنـاداری را دارند. بنابراین پیشنهـاد می شود با ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان ورزشی و ارئه وام های کم بهره و باز پرداخت بلند مدت کسب و کارهای جدیدی راه اندازی شود.

واژگان کلیدی: ظرفیت، کارآفرینی، داده- بنیاد و طرح های ترکیبی

www.SID.ir

Archive of SID

مقدمه

ورزش به عنوان بخش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰)، ایجاد کسب و کارهای ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی تعریف کرد(شریفی فر ومحدیان، ۱۳۹۶). ورزش، صنعت رو به رشد و گسترده‌ای است و از نظر جهانی ارزش آن ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده و توجه تمام جهان را به خود جلب کرده است (مندعلی زاده و همکاران، ۱۳۹۵). امروزه صنعت ورزش برای همه حکومت‌ها اهمیتی دو چندان یافته است، چرا که در 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 عبارت دیگر، امروزه صنعت ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره مطرح است. لذا لزوم تبیین عوامل موثر بر رشد و توسعه این ابزار می‌تواند در نیل به اهداف و سیاست‌های راهبردی کشورها موثر واقع شود (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). 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 بهره ببرد(عسکریان و همکاران، ۱۳۸۴). «ظرفیت‌های کارآفرینی»[1] صنعت ورزش را می‌توان براساس نوآوری در فنون ورزشی، فرایندهای ورزشی، لوازم و تجهیزات ورزشی، توسعه بخش‌های اجتماعی فعالیت‌های ورزشی و نوآوری در سازماندهی امور ورزشی طبقه بندی کرد. 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(تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵). پژوهش‌های متعددی ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگونی بررسی کرده‌اند. در محتوای این پژوهش‌ها ابعاد متعددی دیده می‌شود؛ از جمله: 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 (محمد کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳و جعفرزاده و همکاران، ۱۳۹۸). در واقع این ظرفیت‌ها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده اند که 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. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی شایستگی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران» که براساس دیدگاه ۱۵۵ نفر از کارشناسان، متخصصان و اساتید رشته‌های تربیت بدنی و کارآفرینی انجام شده بود، دریافت که مهارت‌های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی‌های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعد اصلی شایستگی بودند و الگوی حاضر می‌تواند برای دانشجویان، کارکنان و مدیران در دانشگاه‌ها، سازمان‌های ورزشی و دیگر متولیان و سیاست‌گذاران امر ورزش مورد استفاده قرار گیرد. رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان

1. Entrepreneurial capacities

www.SID.ir

Archive of SID

«تحلیـل عوامـل موثر بر توسعـه صنعت ورزش ایران با رویکـرد داده- بنیاد براساس مطالعـه اسناد بالادستی و مصاحبه هـای عمیق»، ده عامل موثر زیر را در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی و استخراج کردند: سیاست زدایـی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابـع انسانی، ارتقای زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استانـدارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیـزم توسعه صنعت ورزش. جوانی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تبیین ارکان پیاده سازی اقتصاد مقاومتی در صنعـت ورزش» کـه به روش کیفی با رویکرد مصاحبه انجام شده بود، یـک الگوی سه سطحی شامل بهینه سـازی زیرساخت، مفاوم سـازی و برجستگی را جهت پیاده سازی اقتصاد مقاومتی پیشنهاد داده و ذکر کرده که سیاست‌هـا باید بـه گونه‌ای تدوین و اجرا شوند که اهـداف بهینه‌سازی زیرساختی، مقـاوم سازی و برجستگی در آن تحقـق یابد. ادمیک و سیمنکا[1] (۲۰۱۶) در پژوهش خود بـا عنوان «بررسی ظرفیت فناوری کارآفرینانه و نقـش فرهنگ» از نـوآوری، خلاقیت، بالا بردن ریسک و افزایش همکاری‌هـا در بهبود استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینـی یاد کردند. ساکـداری و برگـرز[2] (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقش میانجـی مدیریت کارآفرینی در ارتبـاط با ظرفیـت و همکاری کارآفرینانه از دیدگـاه متخصصان»، تاثیر مدیریـت کارآفرینی را بر ظرفیت و همکـاری کارآفرینـی تایید و بر نقش میانجی آن تاکید کردند. ژانـگ و همکاران[3] (۲۰۱۸)در پژوهشی با عنوان «صنعت ورزش و رشد اقتصادی» به این سوال که کشورهای در حال توسعه در محیط بازار جهانی چه کاری باید انجـام دهنـد، این گونه پاسخ داده است که مسیرهای توسعه جهانـی در ابعاد و نظریات متفاوت عرضه می‌شود و راه حل هـا نیـز متفـاوت خواهد بود. هیـدوک و والکـر[4] (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشـه راهبردی ابعاد بـازار کارآفرینی ورزش»، به عوامل تاثیر گذار خدمات فروش، ارتباطـات، نیازهای مصرف کنندگان، بازی‌ها، فناوری، رسانه و خرده فروشی‌ها پرداختند. از سوی دیگر، تضعیف اقتصاد جهانی صنعت ورزش را تحت تاثیر خود قرار داده است و راه حل گریز از این مشکل، استفاده از ظرفیت‌های پیش روی کارآفرینی را یادآور می‌شود. ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش می‌تواند سبب ثروت شود، مشکل بیکاری را حل فصل کند، نیروی انسانی را همراستـا بـا فرصت‌های بازار و کارآفرینـی تربیت کند و موجب بهره وری و افزایـش میزان «رشد اقتصادی» شـود. بنابراین از نتایج احتمالی این پژوهـش می‌توان گفت که طراحی مدل ظرفیت کارآفرینی افراد می‌تواند به شناسایـی بهتر فرصت‌های کارآفرینی صنعـت ورزش و پتانسیل‌های افراد در استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینی نیروی انسانی شایسته کمک کند و در حل بحران بیکاری در صنعت ورزش مفید واقع شود.

روش شناسی پژوهش

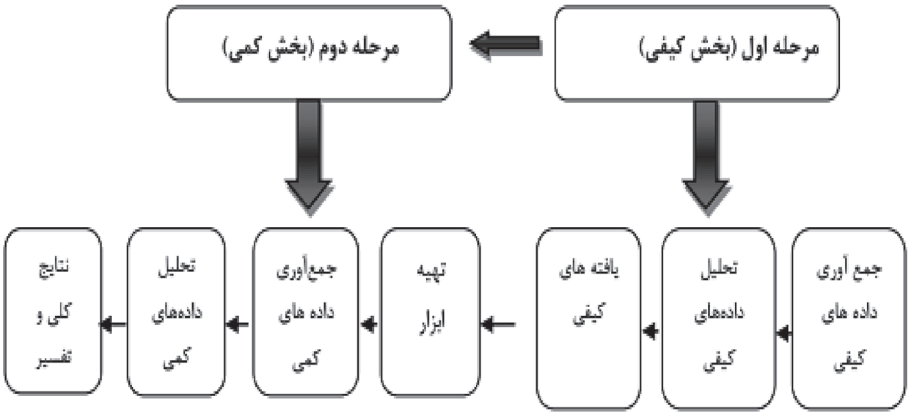
با توجه اینکه هدف پژوهش حاضر، مطالعه عمیق چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران است، طرح آن از طرح های ترکیبی است و روش آن، با توجه به اینکه از قبل الگویی وجود نداشته و پژوهشگر

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

www.SID.ir

Archive of SID

درصـدد کشف این الگو بوده است، در زمره مدل های ترکیبی اکتشافی متوالی(کیفی – کمی) می باشد. چون در پـی ساخت ابزاری[1](کرسـول و پلانکلارک[2]، ۲۰۰۷) بـرای سنجش چارچوب مدل ظرفیـت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران بر اساس داده های بخش کیفی است، از نوع اکتشافی متوالی- ابزار سازی است. از این رو، ابتـدا روش شناسـی و تحلیـل بخش کیفی و سپس روش شناسی و تحلیـل بخش کمی تحقیق به تفکیک ارائه می شود و در بخش نتیجه گیری، نتایج به دست آمده در هر دو بخش با هم ادغام و ارائه خواهد شد.



شکل ۱: فرآیند تحقیق ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع ابزارسازی(اقتباس از کرسول و پلانکلارک، ۲۰۰۷)

الف. روش شناسی بخش کیفی

روش پژوهـش در بخش کیفـی ،مطالعه موردی کیفی است و مشارکت کنندگـان، خبرگان حوزه مدیریت ورزشـی هستنـد. با بهره گیری از روش نمونـه گیری هدفمند و تکنیک اشباع نظـری، آگاهی دهندگان کلیدی (شامل۱۴ نفر از خبرگان حوزه مدیریت ورزشی) برای شناسایی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران انتخاب شدند و با آنها مصاحبه به عمل آمد. ابزار مورد استفاده برای شناسایی عوامل مدل ظرفیت کارآفرینـی در صنعت ورزش ایـران، مصاحبه نیمه ساختمند (با گروه های کانونی) و مطالعه اسناد بوده است. برای تامین روایی و پایایی مطالعه، از روش ارزیابی لینوکلن و گوبا استفاده شد(دانایی فر، ۱۳۹۸). بدین منظور چهار معیار اعتبار (باورپذیری)، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأییدپذیری برای ارزیابی در نظر گرفته شدند و برای دستیابی به هریک از این معیارها، اقدامات زیر انجام گرفت:

اعتبارپذیـری: معـادل روایی در پژوهش های کمّی است. بدین منظور، پرسش ها را اساتید راهنما و مشاور تأیید کردند که میزان موثق بودن داده های پژوهش را به حد قابل قبولی افزایش داده است.

انتقـال پذیری: جایگزیـن اعتبار بیرونی در پژوهش های کمّی است. برای ایـن منظور یافته های پژوهشی

1. Sequential exploratory mixed method- Instrument development
2. Creswell & Plano Clark

www.SID.ir

Archive of SID

توسط دو متخصص ظرفیت کارآفرینی در ورزش که در پژوهش مشارکت نداشتند، مورد بررسی قرار گرفتند.

اطمینـان پذیـری: معادل پایایی در پژوهش کمّی است و به منظور ایجاد اطمینان پذیری، جزئیات پژوهش و یاد داشت برداری ها ثبت و ضبط شد.

تأییدپذیری: به معنای پرهیز از سوگیری است. بدین منظور تمامی مراحل به دقت ثبت و ضبط شده و همه مستندات به صورت پیوست در اختیار و تأیید اساتید قرار گرفته است.

تجزیـه و تحلیـل داده های به دست آمـده از مصاحبه های انجام شده، با روش تحلیـل داده- بنیاد انجام گرفته است.

ب. روش شناسی بخش کمی پژوهش

در بخش کمی از روش پژوهش توصیفی، از نوع همبستگی استفاده شد و روش اجرا به صورت میدانی بود. هـدف از انجام این مرحلـه، تدوین الگوی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران در مرحله کیفـی بوده است. جامعـه آماری این بخش تحقیق شامل کلیه مدیران بخش های دولتی، نیمه دولتی، انتفاعی، غیرانتفاعـی و داوطلبی- مردم نهـاد استان کرمان به تعداد ۲۰۰ نفر بود که با توجه به محدود بودن جامعه نمونه آماری برابر با ۲۰۰ نفر قرار داده شد و در نهایت پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه های تحقیق، تعداد ۱۸۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای بررسی روایی صوری از نظر ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهـره گرفتـه شد و برای آزمون روایی محتوایی سوال های پرسش نامه از مـدل لاشه استفاده شد(cvr= 0/81) و روایـی محتوایـی تایید شد. همچنین روایی همگرا در جدول ۱ ارائه شده است. برقراری روایی همگرا و مطلوب مـدل حکایت از اعتبار مناسب ابـزار اندازه‌گیری در جامعه مورد مطالعه دارد. تحلیل نتایج این مطالعه به روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Amos 20 و SPSS20 صورت گرفته است.

همـان طور کـه در جدول ۱ مشخص اسـت همه متغیر ها از پایایـی ترکیبی و آلفای کرونبـاخ بالای ۰/۷ و میانگیـن واریانس استخراج شده بـالای ۰/۵ برخوردارند. پس می توان پایایی و روایی همگرای پژوهش حاضر را تاییـد نمـود. پایایی ترکیبی و میانگیـن واریانس استخراج شده الگو چارچوب ظرفیـت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با توجه به اینکه به صورت مدل سلسله مراتبی آورده شده، به صورت دستی محاسبه گردیده است.

جدول۱: پایایی و روایی همگرا

متغیرهای تحقیق	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	الفای کرونباخ
شرایط علی	۰/۸۰۱	۰/۸۹۱	۰/۸۰۱
شرایط زمینه ای	۰/۸۲۱	۰/۹۰۴	۰/۸۴۳
ظرفیت کارآفرینی	۰/۸۰۸	۰/۹۵۶	۰/۷۶۸
شرایط مداخله گر	۰/۷۸۹	۰/۹۴۳	۰/۷۸۹
راهبردها	۰/۷۶۱	۰/۸۹۸	۰/۸۳۲
پیامد ها	۰/۸۵۶	۰/۸۷۶	۰/۷۸۰

www.SID.ir

Archive of SID

یافته های پژوهش

الف. یافته های بخش کیفی پژوهش

داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگـذاری محـوری (مدل پارادایمی اسـتـراس و کوربین) و کدگذاری گزینشی (انتخـاب یک مقوله محوری به عنوان مقوله اصلی و مشخص کردن ارتباط بین هر یک از مقوله های محوری) انجام و به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت.

نتایـج حاصـل از ۱۴ مصاحبه که تا حد اشباع نظـری ادامه یافت و از طریق تحلیـل محتوا و کدگذاری باز، محـوری و انتخابـی در قالب پنج مؤلفه کلـی شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایـط مداخله گر، پدیده اصلی، اقدامات و پیامدها انجام شد. جدول ۲ نتایج مربوط به بخش کیفی را به نمایش گذاشته است:

جدول ۲: کدگذاری بخش کیفی

ابعاد کلی	مقولات
شرایط علی	• جریان های مدیریتی ۱. ایجاد هسته های علمی در سازمان های ورزشی جهت مشخص نمودن فرصت های موجود محیطی ۲. وجود برنامه های عملیاتی در سازمان های ورزشی جهت بهره گیری از ظرفیت کارآفرینی ۳. افزایش تعهد کارکنان به سازمان های خود ۴. ایجاد آموزش های مدون برای کارکنان جهت افزایش مهارت های ارتباطی ۵. برگزاری جلسات مدون ماهانه در سازمان های ورزشی در جهت ارزیابی برنامه های مربوط به کارآفرینی ۶. ایجاد منابع مالی مناسب جهت بهبود کارآفرینی در سازمان های ورزشی • فرصت ها ۱- وجود ایده های تجاری ۲- دانش فنی ۳- نبود موانع ۴- پول ۵- افراد خبره • انگیزش ۱- ارزش های اجتماعی ۲- آگاهی شناخت فردی ۳- انگیزش برای یادگیری • مهارت ها ۱- آموزش کارآفرینی ۲- دانش فنی ۳- تجارب

www.SID.ir

Archive of SID

شرایط زمینه ای	• فرهنگی ۱- وجود باورهای قلبی در زمینه راه اندازی و توسعه کسب وکار اقتصادی در ورزش ۲- نگرش کلان نسبت به مقوله کارآفرینی در ورزش ۳- ایجاد فرهنگ و نگرش های کارآفرینی در جامعه ۴- ایجاد نهادهای اجتماعی و مدنی که مسئول این گونه فعالیت ها در جامعه باشند ۵- جذب خیرین به مشارکت فعالانه در طرح های کارآفرینی در ورزش ۶- نهادینه شدن فرهنگ کارآفرینی ۷- تفکر ریسك پذیری در جامعه • مشوق ها ۱- تشویق و حمایت از کارآفرینان در ورزش برای ایجاد کسب و کارهای جدید ۲- تشویق و توسعه فعالیت ها به سمت ایده های جدید و کارا در صنعت ورزش ۳- راهبرد آموزشی؛ آموزش و تربیت کارآفرینان جوانان ۴- تشویق و آموزش خرده کارآفرینان ورزشی • تامین سرمایه ۱- خط مشی معین با هدف افزایش میزان دسترسی شرکت های جدید و نوپا به منابع مالی وجود دارد ۲- دولت برای دسترسی برابر شرکت های کوچك در مقایسه با شرکت های بزرگ به منابع مالی تلاش کرده است ۳- دولت برای هدایت مجدد سرمایه موجود به شرکت های جدید تلاش است ۴- برنامه های دولتی حمایت مالی از کارآفرینانه فناورانه و نوآورانه وجود دارند ۵- برنامه های تأمین مالی با حمایت دولت برای توانمندسازی بیشتر افراد برای شروع کسب و کارهای جدید وجود دارد ۶- دولت، مقررات مربوط به بازارهای سهام را اصلاح می کند ۷- دولت با بانك ها و نهادهای وام دهنده برای بهبود وضعیت مالی شرکت های جدید و در حال رشد همکاری می کند • نهادی ۱- انعطاف پذیری قوانین و رویه های بازار کار ۲- کارایی نظام قانون گذاری کشور در تدوین قوانین کارآمد و شفاف ۳- کارایی دولت در اداره امور کشور و اجرای قوانین ۴- کارایی سیستم قضایی(ساده سازی رویه ها، زمان و هزینه لازم صدور حکم از آغاز تا پایان) ۵- پایبندی دولت ها به تعهدات قانونی دولت های قبل ۶- مبارزه فساد اداری و بهبود سلامت قانونی و مالی ۷- وجود قوانین و اجرای رویه های ضد انحصار و مشوق رقابت
شرایط مداخله گر	• تنظیمی ۱. تدوین راهبرد کارآفرینی کشور ۲. تدوین اهداف بلندمدت و کوتاه مدت کارآفرینی کشور ۳. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد کارآفرینی در بخش های ورزش قهرمانی و همگانی در کشور ۴. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد آغاز (رشد) و ورشکستگی کسب و کارهای کوچك ۵. ارائه گزارش حمایت ها، موفقیت ها و شکست های کسب و کارهای کوچك ۶. تاسیس بانك های کارآفرینی ۷. تاسیس صندوق ضمانت اعتباری کارآفرینان ۸. تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی ۹. ایجاد و تقویت مراکز مشاوره ای در بخش های صنعت، خدمات و کشاورزی کارآفرینی ۱۰. معرفی و ایجاد زمینه مناسب بهره گیری کارآفرینان از مشاوران ۱۱. معرفی متولیان اصلی حمایت از کارآفرینی در کشور ۱۲. اعطای تسهیلات و معافیت های مالیاتی ۱۳. اتخاذ تدابیر تسریع کننده فرآیند اصلی کارآفرینی در کل کشور • شناختی ۱. برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای ۲. برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای در بخش های مختلف ورزش برای باشگاه های خصوصی و دولتی با هزینه دولت ۳. پخش مستمر برنامه های تلوزیونی و رادیویی کارآفرینی در کشور ۴. اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان ۵. چاپ کتابچه های راهنمای کارآفرینی در کشور ۶. طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینان با سازمان های ذیربط ۷. طراحی وب سایت اطلاع رسانی کارآفرینی کشور • هنجاری ۱. اعطای جوایز سالانه کارآفرینی(در سطح کشور، استان و شهرستان) ۲. اعطای جوایز طرح های کارآفرینانه (در سطح کشور، استان و شهرستان) ۳. اعطای جوایز به سازمان های حامی کارآفرینان(اشخاص حقیقی و حقوقی) ۴. برگزاری نمایشگاه های دستاوردهای کار آفرینانه

www.SID.ir

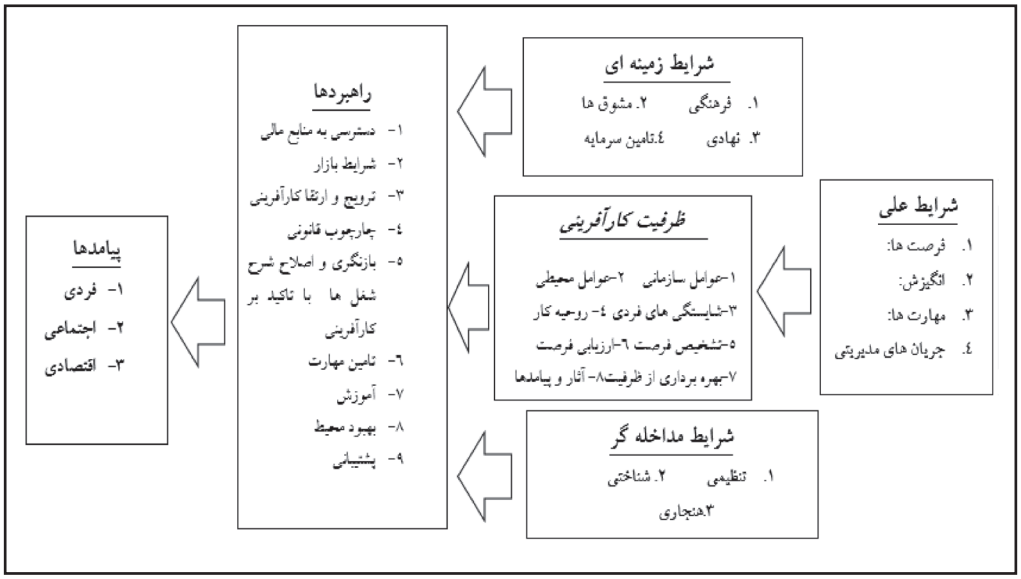
Archive of SID

پدیده اصلی (ظرفیت کارآفرینی)	• عوامل سازمانی • عوامل محیطی • شایستگی های فردی • روحیه کار • تشخیص فرصت • ارزیابی فرصت • بهره برداری از ظرفیت • آثار و پیامدها
راهبردها	• دسترسی به منابع مالی • شرایط بازار • ترویج و ارتقای کارآفرینی • چارچوب قانونی • بازنگری و اصلاح شرح شغل ها با تاکید بر کارآفرینی • تامین مهارت • آموزش • بهبود محیط • پشتیبانی
پیامدها	• فردی ۱. ریسک پذیری، انگیزه های فردی ۲. تحصیلات حرفه ای ۳. تجربه کاری ۴. مسئولیت پذیری در کار ۵. برخورداری از روحیه تلاش گری ۶. داشتن پشتکار ۷. توانایی حل مبتکرانه مسائل ۸. داشتن روحیه رقابت طلبی ۹. داشتن خلاقیت • اجتماعی ۱- فرهنگ مشوق اجتماعی برای کارآفرینی ۲- حمایت و تشویق نهادهای دولتی ۳- وجود روحیه تعاون و همکاری اجتماعی ۴- حمایت های بیمه ای از کارآفرین ۵- وجود الگوهای موفق کارآفرینی در جامعه ۶- آموزش های دانش افزایی و مهارتی تخصصی ۷- تسهیل فرآیندهای راه اندازی کسب و کار در ادارات برای کارآفرینان، برگزاری کلاس های کارآفرینی • اقتصادی ۱- دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی ۲- داشتن سرمایه کافی ۳- امکان فروش محصول(کالا یا خدمات)تولیدی ۴- وجود نیروی کار فعال ۵- وجود نیروی کار ارزان ۶- دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز ۷- معافیت های مالیاتی از مشاغل جدید در ورزش

با توجه به نتایج بخش کیفی، مدل مفهومی تحقیق شکل گرفت. شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش را نشان می دهد:

www.SID.ir

Archive of SID



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

ب. یافته های بخش کمی پژوهش

جهت بررسی ساختار عاملی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران از روش تحلیل مسیر استفـاده گردید. پس از محاسبه مقدار T مربوط بـه هر عامل مشخص گردید که تمامی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینـی در صنعـت ورزش ایران تاثیـر معناداری را دارند. شکـل ۳ مدل آماری تحقیق حاضـر را به نمایش گذاشته است.

جدول ۳: اثرات متغیرها بر مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران

متغیرها	مقدار آماره تی	سطح معنا داری	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی
شرایط علی	۱۶/۲۳۱	۰/۰۰۱	۰/۶۴۹	ندارد	۰/۶۴۹
شرایط زمینه ای	۱۲/۴۳۲	۰/۰۰۱	۰/۴۷۶	ندارد	۰/۴۷۶
ظرفیت کارآفرینی	۱۴/۶۵۲	۰/۰۰۱	۰/۵۶۱	ندارد	۰/۵۶۱
شرایط مداخله گر	۱۱/۸۸	۰/۰۰۱	۰/۴۰۱	ندارد	۰/۴۰۱
راهبردها	۱۶/۵۶۴	۰/۰۰۱	۰/۷۱۴	ندارد	۰/۷۱۴

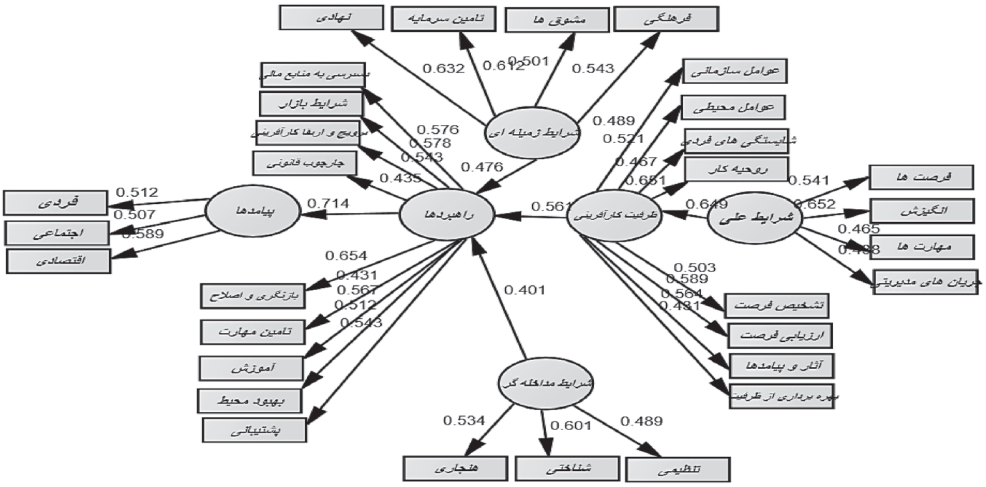
همـان طـور که جدول ۴ نشـان می‌دهد تمامی متغییر هـا دارای اثر معناداری می‌باشنـد. همچنین براساس شاخص‌های برازندگی (جدول ۴ و شکل ۳) مشخص گردید که مدل پژوهش مدل مناسبی می‌باشد.

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل

	Chi-square (X')	Df	X'/df	RSMEA	CFI	GFI	AGFI	NFL
میزان	۱۳۲/۳۴۳	۶۴	۲/۰۶۷	۰/۰۰۴	۰/۹۲۳	۰/۹۲۰	۰/۹۲۵	۰/۹۲۴
ملاک	.....	کوچک تر از صفر نباشد	کمتر از ۳	کمتر از ۰/۰۵	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰
تفسیر	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب



شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش

جدول ۵: برآورد استاندارد و نسبت بحرانی متغییرهای تحقیق

متغییر ها	برآورد استاندارد	نسبت بحرانی
شرایط علی___فرصت ها	۰/۵۴۱	۶/۳۲۱
شرایط علی___انگیزش	۰/۶۵۲	۷/۵۴۶
شرایط علی___مهارت ها	۰/۴۶۵	۵/۶۵۴
شرایط علی___جریان مدیریتی	۰/۴۸۸	۵/۷۶۴
ظرفیت کارآفرینی___عوامل سازمانی	۰/۴۸۸	۵/۲۱۳
ظرفیت کارآفرینی___عوامل محیطی	۰/۵۲۱	۶/۴۳۶
ظرفیت کارآفرینی___شایستگی های فردی	۰/۴۶۷	۵/۴۳۵
ظرفیت کارآفرینی___روحیه کار	۰/۶۵۱	۷/۳۲۳
ظرفیت کارآفرینی___تشخیص فرصت	۰/۵۰۳	۶/۴۸۷

www.SID.ir

Archive of SID

ظرفیت کارآفرینی___ارزیابی فرصت	۰/۵۸۹	۶/۲۷۶
ظرفیت کارآفرینی_آثار و پیامدها	۰/۵۶۴	۶/۴۸۵
ظرفیت کارآفرینی___ بهره برداری از ظرفیت ها	۰/۴۳۲	۵/۴۹۲
شرایط مداخله گر___عوامل تنظیمی	۰/۴۸۹	۵/۶۷۱
شرایط مداخله گر___عوامل شناختی	۰/۶۰۱	۷/۱۲۲
شرایط مداخله گر___عوامل هنجاری	۰/۵۳۴	۶/۳۲۷
شرایط زمینه ای___فرهنگی	۰/۵۴۳	۶/۸۷۱
شرایط زمینه ای___ مشوق ها	۰/۵۰۱	۶/۴۵۶
شرایط زمینه ای___ تدوین نهادی	۰/۶۱۲	۷/۷۶۴
شرایط زمینه ای___سرمایه ها	۰/۶۳۲	۷/۱۶۷
راهبرد ها___دسترسی به منابع مالی	۰/۵۷۶	۶/۷۶۵
راهبرد ها___شرایط بازار	۰/۵۷۸	۶/۴۸۲
راهبرد ها___ترویج و ارتقا کارآفرینی	۰/۵۴۳	۶/۸۱۱
راهبرد ها___چارچوب قانونی	۰/۴۳۵	۵/۳۲۲
راهبرد ها___بازنگری و اصلاح	۰/۶۵۴	۷/۴۵۶
راهبرد ها___تامین مهارت	۰/۴۳۱	۵/۴۵۸
راهبرد ها___اموزش	۰/۵۶۷	۶/۳۲۴
راهبرد ها___بهبود محیط	۰/۵۱۲	۶/۹۸۶
راهبرد ها___پشتیبانی	۰/۵۴۳	۶/۶۵۵
پیامدها___عوامل فردی	۰/۵۱۲	۶/۳۵۴
پیامدها___عوامل اجتماعی	۰/۵۰۷	۶/۷۷۶
پیامدها___عوامل اقتصادی	۰/۵۸۹	۶/۲۳۱

بحث و نتیجه گیری

در ایـن تحقیـق به چارچـوب مدل ظرفیت کارآفرینـی در صنعت ورزش ایران با رویکـرد طرح های ترکیبی پرداختـه شـده است، چرا که صنعت ورزش به دلیـل تاثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگـی و اقتصادی، به یکی از بزرگترین صنایع جهانی تبدیل شده است و برای اغلب کشورها، منبع مهمی برای فعالیت‌های اقتصادی، کسب درآمد، اشتغال زایی و تجارت بین الملل محسوب می‌شود. به طور کلی صنعت ورزش، به مجموعه فعالیت‌های مرتبـط بـا تولید، بازاریابی و فـروش کالا و خدمات ورزشی گفته می‌شود که در ارتقـای ارزش افزوده آنها نقش داشتـه باشد. در دهـه حاضر یکی از بزرگتریـن چالش‌ها و یکی از مهمترین مشکـلات صنعت ورزش کشور، کارآفرینی و اشتغال است. در این پژوهش، از فرصت ها، انگیزش، مهارت ها و جریان های مدیریتی به عنوان

www.SID.ir

Archive of SID

یکـی از مقولـه های عوامل علّی در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعـت ورزش ایران نام برده شد که با یافته‌های قربانـی و وحدانی (۱۳۹۵) و صادقی و همکاران (۱۳۹۳) همخـوان می باشد. صادقی و همکاران (۱۳۹۳)در پژوهـش خود به این نتیجه دست یافتند که تقویت و توسعـه عوامل رفتاری در توسعه کارآفرینی ورزشی کشور نقش زیادی دارد. بنابر این به نظر می‌رسد انگیزه‌هاو نگرش‌های افراد جامعه یکی از عواملی است که به تقویت و گسترش کارآفرینـی در ورزش کشـور منجر می‌شـود و در نتیجه شاخص‌های رفتـاری می‌تواند به شناسایی افـرادی که فرصت‌های کارآفرینانه را بهتر درک می‌کنند کمک نماید. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنـوان «طراحی الگوی شایستگـی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران» دریافتند که مهارت‌های فردی، علمی و آکادمیـک، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصـول کارآفرینی و شایستگی‌های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعدی اصلی شایستگی هستند و الگوی حاضر می‌تواند برای دانشجویان، کارکنان و مدیران در دانشگاه‌ها، سازمان‌هـای ورزشـی و دیگر متولیان و سیاست‌گـذاران امر ورزش مورد استفاده قرار گیـرد که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایج پژوهش حاکی از این بود که عوامل فرهنگی، مشوق ها، نهادی و تامین سرمایه عوامل اصلی زمینه ای در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران هستند که با یافته های مندعلی زاده و همکاران(۱۳۹۵)، ضیاء و همکاران(۱۳۹۴) و آیزنبرگ (۲۰۱۱) همخوان می باشد. آیزنبرگ[1] (۲۰۱۱) به محورهای بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه اشاره داشت. مندعلی زاده و همکاران(۱۳۹۵) و ضیاء و همکاران(۱۳۹۵) بـه مهمترین عوامل موثـر بر ایجاد ظرفیت کارآفرینی اشاره کردند و عوامل نگرش کارآفرینانه، نهادهای مرتبط بـا حـوزه راه اندازی کسب و کار، سیاست‌هـای کارآفرینانه، حمایت‌های از کارآفرینـان، فرایندهای استفاده از ظرفیت‌هـای کارآفرینی، زیرساخت‌های کارآفرینی، عوامل حقوقی و قانونی، و اقتصاد کشور را برشمرده اند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایـج پژوهش حاکی از این بود کـه عوامل تنظیمی، شناختی و هنجاری به عنوان مقوله های مداخله گر در مـدل ظرفیـت کارآفرینی در صنعـت ورزش ایران نقش دارند که با یافته های رضایـی و صالحی پور (۱۳۹۷)، آنگلو[2] (۲۰۱۸) و هیدوک و والکر (۲۰۱۸) همخوان می باشد. هیدوک و والکر[3] (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشه راهبردی ابعاد بازار کارآفرینی ورزش» از عوامل تنظیمی و هنجاری به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی یاد کرده اند. آنگلو[4] (۲۰۱۸) در پژوهشی پیرامون توسعه کارآفرینی در مسابقات فوتبال سری a ایتالیا به این عوامل اشـاره داشت که تیم های فوتبـال نتوانسته‌اند از پایداری چنین ظرفیتی استفاده کنند. که با یافته های این تحقیق همخـوان مـی باشد رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خود به عوامل ساختاری اشاره کرده اند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایـج پژوهش حاکـی از این بود که مقوله های محـوری حاصل از شرایط علّی، عوامـل سازمانی، عوامل

1. Isenberg
2. Angelo
3. Hayduk
4. Angelo

www.SID.ir

Archive of SID

محیطـی، شایستگی های فـردی، روحیه کار، تشخیص فرصت، ارزیابی فرصت، بهره بردای از ظرفیت و آثار و پیامـد هـا در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران مشهودند که با یافته های جوانی (۱۳۹۷)، رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷)، ساکداری و برگرز[1] (۲۰۱۸)، ادمیک و سیمنکا[2] (۲۰۱۶)، قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) همخـوان مـی باشد. قربانی و وحدانـی (۱۳۹۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدنـد که مهارت های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنـج بعـدی اصلی شایستگی بودنـد. رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) در پژوهـش خود عوامل سیاست زدایـی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابـع انسانی، ارتقای زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استانـدارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیـزم توسعـه صنعت ورزش را به عنوان ده مولفه موثر در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی کردند. جوانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود عوامل بهینه سازی زیرساخت، مقاوم سازی و برجستگی را جهت پیاده سازی اقتصاد مقاومتـی پیشنهـاد داده و تاکید کرده که سیاست ها بایـد به گونه‌ای تدوین و اجرا شوند کـه اهداف بهینه‌سازی زیرساختـی، مقـاوم سازی و برجستگی در آن تحقق یابند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد. ادمیک و سیمنکا (۲۰۱۶)در پژوهش خود از نقش نوآوری، خلاقیت، بالا بردن ریسک و افزایش همکاری ها در بهبود استفاده از ظرفیت های کارآفرینی یاد کردند. ساکداری و برگرز[3] (۲۰۱۸) در پژوهش خود بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی و نقش میانجی آن تاکید کردندکه با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

پژوهشگـر با توجه بـه مجموعه مفاهیمی که از مصاحبـه ها و کدهای نهایی استخراج شـده، به مقوله های دسترسـی به منابع مالی، شرایـط بازار، ترویج و ارتقای کارآفرینی، چارچـوب قانونی، بازنگری و اصلاح شرح شغل ها با تاکید بر کارآفرینی، تامین مهارت، آموزش، بهبود محیط، پشتیبانی به عنوان «راهبرد ها» دست یافته اسـت. بخش آخر مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران شامل پیامدهای فردی، اجتماعی و اقتصادی اسـت. با توجه بـه کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شـده اند. سپس با توجه به حرکت رفـت و برگشت میـان تم ها و مفاهیم، مقوله های اصلی استخراج و نامگذاری شـده اند که با یافته های الوا[4] و همکاران(۲۰۱۶) ، محمدی و همکاران (۲۰۱۹)، ماهونی[5] و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

باتوجـه بـه تاثیر عوامل فردی، اقتصادی و اجتماعی بر سایر معیارهای ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران، پیشنهاد می شود که مدیران سازمان های ورزشی، برای پیاده سازی و توسعه ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش بـه معیـار پیامدها توجه کنند. فعالیت هـای کارآفرینی نیازمند استفـاده از ظرفیت های درون ورزش نیز هستنـد. این ظرفیت ها شامل ظرفیت های محیطی پیرامونی ورزش، اشخـاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزشی و محیط حاکم کارآفرین می شود.

1. Sakhdari
2. Adamik & Szymańska
3. Sakhdari
4. Ulloa
5. Mahoney

www.SID.ir

Archive of SID

پژوهش هـای متعدد ابعاد ظرفیت های کارآفرینـی را در مسیر های گوناگون بررسی کرده اند. این ابعاد شامل وجود ظرفیت های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تاسیس و راه اندازی باشگاه های ورزشی، ظرفیت آموزش ها و مهارت آموزی حـوزه ورزش، ظرفیـت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیـره است. در واقع این ظرفیت ها با توجه به گستردگـی خود همـه صنعت ورزش را پوشش داده اند که این پژوهش به دنبـال بررسی ظرفیت های موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیت های موجود در صنعت ورزش بود.

پیشنهادها

در پایان، پیشنهاد های زیر پیرامون توسعه ظرفیت های کارآفرینی ارائه می شود:

- برگزاری کلاس های آموزشی کارآفرینی برای ورزشکاران، دانش آموختگان تربیت بدنی و علاقه مندان این حوزه جهت بالا بردن مهارت های کارآفرینی و آشنایی آنها با کسب و کارهای کوچک و تربیت کارآفرینان ورزشی؛
- ارئه وام های کم بهره با باز پرداخت بلند مدت برای راه اندازی کسب و کارهای جدید؛
- بهبود زیر ساخت های فیزیکی تا ورزشکاران، دانش آموختگان تربیت بدنی و علاقه مندان این حوزه که کسب و کاری را ایجاد می کنند با موانع رو به رو نشوند؛
- همکاری سازمان ها و ارگان های مربوطه برای تسهیل روند ایجاد کسب و کار؛
- برگزاری کلاس های آموزشی و آشنایی آنان از ظرفیت های محیطی که در ورزش وجود دارد؛
- ایجاد بستر لازم برای. 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 اعطای 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.

پیشنهـاد مـی شود که در پژوهش های آینده، ارتباط توسعه اقتصـادی صنعت ورزش با کاربرد ظرفیت های کارآفرینی به سود سازمان ها و شرکت های خصوصی مورد بررسی قرار گیرد.

www.SID.ir

Archive of SID

منابع

- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). «**مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه‌گیری کارآفرینی در ورزش (ERI)**». پژوهش در علوم ورزشی. ۴ (۱۰)، صص ۷۳-۸۸.
- جعفر زاده زرندی، محبوبه؛ رزاقی، محمد ابراهیم و میرزا اکبری، اعظم. (۱۳۹۸). «**جایگاه آی تی در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در ورزش**». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۶ (۲۴)، صص ۸۰-۷۰..
- رضایی، شمس الدین و صالحی پور، مژگان. (۱۳۹۷). «**تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده بنیاد**». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶(۱)، صص ۸۹-۱۰۷.
- صادقی، حسین؛ هنری، حبیب و منـد علی زاده، زینب. (۱۳۹۳). «**بررسی عوامل رفتاری موثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور**». نشریه مدیریت ورزشی، ۵ (۴)، صص ۶۷۱-۶۸۱.
- ضیاء، بابک؛ ناهید، مجتبی و طوطی فر طهران پور، محمد مهدی. (۱۳۹۴). «**تاثیر ابعاد سرمایه فکری در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه صنعت ورزش شهر تهران**». مدیریت ورزشی. ۷(۵)، صص ۶۷۲-۶۵۷.
- عسگریان، فریبا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود و جعفری، افشار. (۱۳۸۴). «**بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران**». حرکت. ۲۴، صص ۲۵-۴۳.
- مند علی زاده، زینب؛ احسانی، محمد و هنری، حبیب. (۱۳۹۵). «**طراحی مدل کارآفرینی پایدار در ورزش با استفاده از نظریه برخاسته از داده ها**». مدیریت ورزشی. ۸ (۵)، صص ۷۰۹-۷۲۵.
- محمد کاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، سید مهران. (۱۳۹۳). «**شناسایی فرصت‌های کسب و کار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات**». توسعه کارآفرینی. ۷ (۱)، صص ۹۵-۱۱۲.
- محمد کاظمی، رضا و امیدی، یاور. (۱۳۹۰). «**کارآفرینی ورزشی: رویکردی نوظهور در کارآفرینی و مدیریت ورزشی**». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱ (۲)، صص ۶۹-۸۷.
- قربانی، محمد حسین و وحدانی، محسن. (۱۳۹۵). «**طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینی در صنعت ورزشی ایران**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۹، صص ۲۰۵-۲۲۸.
- 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.
- 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.
- Hayduk, T., & Walker, M. (2018). **"Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship".** International Entrepreneurship and Management Journal, 14(3), 705-724.
- Isenberg, D. (2011). **"The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship".** Presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at http://entrepreneurial-revolution.com/ (last accessed: 2012). 1-32.
- Lans, T., Blok, V., Wesselink, R. (2014). **"Learning apart and together: towards**

www.SID.ir

Archive of SID

anintegrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education". Journal of Cleaner Production, 62, pp: 37-47.

- Mahoney, T. Q., Lovich, J., & Brady, L. (2019). **Social Media Strategy in the Sporting Goods Industry.** Potential Application for Brooks Sports, Inc.
- Mohamadi, F. Kalateh, M. Razavi, M. Farsegiani, H. (2019). **"Designing a Qualitative Model of Economic Development of Iranian Sports Industry with a World Class Production Approach".** Applied Research in Sport Management, 8(1). Pp 69-84.
- 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.
- Ulloa, D., Saleiro, P., Rossetti, R. J., & Silva, E. R. (2016). **"Mining social media for open innovation in transportation systems. In Intelligent Transportation Systems (ITSC)".** IEEE 19th International Conference on IEEE.
- 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.

www.SID.ir