

Explaining the Strategies for Development of Potential Sports Businesses in Public and Championship Sports of East Azarbaijan Province

Yousef Yavari¹, Javad Amanzadeh², Mahmmoud Reza Dakhteh³, Saba Dibaie Asl⁴

1. Associate proffoser in sport mangement, Azarbaijan Shahid Madani University. yavarif@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1796-6578

2. Sport management Phd student, Tabriz University. amanzadehjavad@yahoo.com

3. Sport management M. A., Azarbaijan Shahid Madani University, dakhtehmanagement@gmail.com

4. Sport management M. A., Azarbaijan Shahid Madani University, saba.dibayi73@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

.....18 March 2022

Received in revised

form:

.....10 June 2022

Accepted:

.....16 June 2022

Published online:

.....25 June 2022

Keywords:

*development,
entrepreneurship,
business,
public sports,
championship sports*

Introduction: The aim of study was explaining the strategies for identifying and development of potential sports businesses in the fields of public and championship sports in East Azarbaijan Province. **Methods:** The study was an applied research in terms of purpose and a mixed research in terms of method. The statistical population includes sport management faculty members, experts and specialists in the field of public and championship sports, including experts from Sports and Youth officees, sports club's managers, experts and specialists in the field of entrepreneurship and business, as well as entrepreneurs and managers of businesses developed in the field of sports. Twenty-five persons were selected in the qualitative section by purposeful sampling method and in some cases by snowball method and in the quantitative section 188 person were selected based on purposeful method. In the qualitative part by using foundation theory with three-step coding method; seven main categories in the form of methods and ways of identification, development barriers, development and prosperity measures, methods and measures to attract capital and individuals, effective and efficient advertising, structure and methods of business development and development of new sports businesses were explained. **Results:** In the quantitative part of the research, exploratory factor analysis revealed that the components and data have adequate sufficiency, sufficient sample size and acceptable factor loading. **Conclusion:** Finally, the results of repeated measures analysis of variance test showed that the seven components and their items are effective and important in the development of potential public sports and championship businesses in the province.

Cite this article: Yavari, Y. Amanzadeh, J. Dakhteh, M.R. & Dibaie, S. (2022). Explaining the Strategies for Development of Potential Sports Businesses in Public and Championship Sports of East Azarbaijan Province. *Sport Management Journal*, 56 (1), 1-20. DOI: <http://doi.org/000000000000000000>



Extended Abstract

Introduction (Times New Roman 10 pt, Bold)

..... (Times New Roman 9 pt)

Results (Times New Roman 10 pt, Bold)

..... (Times New Roman 9 pt)

Methods (Times New Roman 10 pt, Bold)

..... (Times New Roman 9 pt)

Table 1.

--

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines:

Funding:

Authors' contribution:

Conflict of interest:

Acknowledgments:

Conclusion (Times New Roman 10 pt, Bold)

..... (Times New Roman 9 pt)

Keywords (Times New Roman 10 pt, Bold)

..... (Times New Roman 9 pt)



مدیریت ورزشی



تبیین راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزشی در حوزه‌های ورزش همگانی و قهرمانی استان آذربایجان شرقی

یوسف یآوری^۱، جواد امانزاده^۲، محمودرضا داخته^۳، صبا دیبائی اصل^۴

۱- دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، yavarif@gmail.com، ORCID ID: 0000-0002-1796-6578

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز، amanzadehjad@yahoo.com

۳- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، dakhtehmanagement@gmail.com

۴- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، saba.dibayi73@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

مقدمه: تبیین راهکارهای شناسایی و توسعه کسب و کارهای بالقوه حوزه ورزش همگانی و قهرمانی استان هدف اصلی این مطالعه بود.

روش پژوهش: پژوهش از نوع کاربردی بود و به روش آمیخته (کیفی و کمی) اجرا شد. جامعه آماری تحقیق شامل اعضای هیات علمی، کارشناسان حوزه ورزش، مدیران باشگاه‌های ورزشی، کارشناسان حوزه کسب و کار و همچنین کارآفرینان کسب و کارها در حوزه ورزش بود. بیست و پنج نفر در بخش کیفی با روش نمونه‌گیری هدفمند و در مواردی به روش گلوله برفی و در بخش کمی ۱۸۸ نفر به صورت هدفمند انتخاب شدند. در بخش کیفی با روش نظریه داده بنیاد با کدگذاری سه مرحله‌ای؛ در کدبندی باز ۵۰ مفهوم اولیه، در کدبندی محوری ۱۷ مقوله و در کدبندی گزینشی ۷ مقوله اصلی در قالب راه‌های شناسایی کسب و کارها، موانع توسعه، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارها، اقدامات جهت جذب سرمایه و افراد، تبلیغات موثر و کارآمد جهت ترویج ورزش‌ها، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها و توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی تبیین شدند. در بخش کمی از پرسشنامه آماده شده حاصل از نتایج مصاحبه‌ها، شامل گویه‌هایی در هفت بعد استفاده شد.

یافته‌ها: با اجرای روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر در بخش کمی مشخص شد که مولفه‌ها و داده‌ها دارای بسندگی مناسب، حجم نمونه کافی و بار عاملی قابل قبولی هستند. **نتیجه‌گیری:** نتایج نشان داد که مولفه‌های هفت‌گانه و گویه‌های آنها در توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان تاثیرگذار و مهم می‌باشند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰
تاریخ بازنگری:
۱۴۰۰/۱۱/۲۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱/۲۵

کلیدواژه‌ها:

توسعه ،
کسب و کار ،
کارآفرینی ورزشی ،
همگانی و قهرمانی ،

استناد: یآوری، یوسف؛ امانزاده، جواد؛ داخته، محمودرضا؛ و دیبائی اصل، صبا (۱۴۰۱). تبیین راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزشی در حوزه‌های ورزش همگانی و قهرمانی استان آذربایجان شرقی. نشریه مدیریت ورزشی، ۲ (۴)، ۲۰-۱.

DOI: <http://doi.org/000000000000000000000000>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

امروزه صنعت ورزش به سرعت یک موضوع جهانی شده، قلمرو آن همه جا را تسخیر کرده و در سراسر دنیا گسترش یافته است و میلیاردها انسان از آن بهره‌مند شده‌اند (سلیمی و همکاران، ۲۰۱۵). افزایش تقاضای شرکت در فعالیت‌های جسمانی و ورزشی باعث رشد و گسترش این فعالیت‌ها در سطح جهانی شده به نحوی که برای پاسخگویی به این تقاضا و نیاز، جنبش‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مختلفی به وجود آمده است (رضایی صوفی و همکاران، ۲۰۱۲). ورزش و اقتصاد در تعامل با یکدیگرند؛ ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی را 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 (امیدی و همکاران، ۲۰۱۶).

در پژوهش‌های جدید، کارآفرینی از منظر ایجاد کسب و کارهای جدید و مالکیت ارزیابی شده و به صورت ظرفیت و تمایل به توسعه مد نظر قرار گرفته است (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۴). کسب و کارهای کوچک و متوسط از راهکارهای بسیار اساسی برای توسعه همه جانبه یک کشور محسوب می‌شوند (شیبانی اصل و همکاران، ۲۰۲۱). گستردگی و تنوع کار ورزشی می‌تواند به جنبه اقتصادی ورزش، کارآفرینی و اشتغال‌زایی ورزشی کمک نماید (عظیم‌زاده و همکاران، ۲۰۱۴) صاحبان کسب و کارهای ورزشی نیاز دارند با جذب دانش جدید، ایده‌ها و ابداعات جدیدتری در خدمات و محصولات خود ارائه دهند و از این طریق از منظر برندسازی و اقتصادی به نفع شرکت عمل نمایند (حسین‌پور و وحدانی، ۲۰۲۳). همچنین در این راه ذینفعان و فعالان حوزه کسب و کارهای ورزشی می‌توانند از طریق تشکیل پدیده نوظهور استارت‌آپ‌های ورزشی، زمینه توسعه کسب و کارها در حوزه ورزش را فراهم کنند (پرواز و عیدی، ۲۰۲۳). در تحلیل عوامل زمینه‌ای موفقیت کسب و کارهای ورزشی عوامل بازاریابی، طرح کسب و کار، حمایت دولت، شبکه سازی، آمادگی کارآفرینی، تکنولوژی، دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه و قانونمندی از عوامل زمینه‌ای موثر در موفقیت کسب و کارهای ورزشی در ایران عنوان شده‌اند (نوبخت و همکاران، ۲۰۱۵ و قزلسفلو و چورلی، ۲۰۱۹). همچنین سرلاب و همکاران (۲۰۲۳) افزایش نشاط، افزایش سلامتی، توسعه اقتصادی و توسعه اجتماعی را به عنوان پیامدهای ایجاد کسب و کار شناسایی کردند.

شناخت فرصت‌ها و بر طرف کردن مشکلات کارآفرینی به عنوان راهی برای کارآفرینی در ورزش معرفی می‌شود که در این صورت افراد بیشتری به سوی تأسیس کسب و کار و ایجاد اشتغال تشویق می‌شوند (مرادی و همکاران، ۲۰۲۰). ایجاد کسب و کارهای جدید، فرصت تولید ثروت بیشتر را فراهم می‌کند (سرلاب و همکاران، ۲۰۲۳). فعالیت‌های ورزشی یکی از بخش‌ها و زمینه‌های مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید اقتصادی است. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش، می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی بهره گیرند. ایجاد کسب و کارهای ورزشی جدید، رشد و توسعه کسب و کارهای ورزشی موجود، نوآوری در عرضه انواع خدمات ورزشی، نوآوری در فنون و فرایندهای ورزشی، نوآوری در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی، نوآوری در سازماندهی امور ورزشی و غیره را می‌توان در حوزه فعالیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی تعریف نمود (مندعلی زاده و هنری، ۲۰۱۰).

عوامل فردی، محیطی و سرمایه‌ای با ایجاد کسب و کار ارتباط مثبت و معناداری داشته و در این میان اهمیت عوامل فردی در توفیق کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی بیشتر گزارش شده است (عظیم‌زاده و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین بر اساس برخی از تحقیقات انجام شده موانع توسعه کسب و کار عدم سرمایه‌گذاری و حمایت مالی، عدم توسعه نهادها، عدم حمایت‌های دولتی، عدم سازماندهی و هدایت هواداران، عدم پخش رسانه‌ای مناسب، نبود نیروی انسانی، فقدان امکانات و فضاهای ورزشی، نبود توسعه حقوقی و قانونی و عدم توسعه علمی و پژوهشی (الهی و همکاران، ۲۰۱۰، رضایی، ۲۰۱۱)، فقدان توسعه مناسب زیر ساخت‌ها، نبود انسجام قوانین، نبود برنامه‌ریزی‌های مشخص (یعقوبی منطری و آقامیری، ۲۰۱۷) عنوان شده‌اند.

از طرفی حوزه ورزش در برخی موارد به دو دسته ورزش همگانی و ورزش قهرمانی تقسیم شده است، گرچه هدف هر دو سلامتی جسم و روان است (مک کلوی و گردی، ۲۰۰۸). اما تفاوت‌هایی بین ورزش همگانی و ورزش قهرمانی بخصوص در کشور ما وجود دارد (ساعی، ۲۰۲۰). ساده‌ترین تعریف ورزش همگانی این است که، ورزش همگانی پرداختن عامه مردم به ورزش حتی در زمانی کوتاه با توجه به امکانات موجود و شرایط افراد است. ورزش‌های همگانی به همه فعالیت‌های ورزشی اجتماع محور که جنبه تفریحی دارد و ارمغان آن حفظ سلامتی و توسعه استانداردهای بهداشتی است، گفته می‌شود، به عبارت دیگر ورزش همگانی پرداختن به مجموعه‌ای از فعالیت‌های ورزشی ساده، کم هزینه، بدون رسمیت، فرح بخش و با نشاط است که امکان شرکت در آنها برای همه افراد وجود داشته باشد. فدراسیون ورزش‌های همگانی، متولی گسترش فعالیت‌های ورزشی مردمی در سطح کشور است که با هدف ایجاد امکانات و بسترسازی مناسب به منظور ایجاد نشاط و شادابی در مردم و سلامتی، تندرستی، کارائی و بهره‌وری هرچه بیشتر ایجاد شده است. البته بعضی از سازمان‌ها نیز بخش‌های جداگانه‌ای از تشکیلات سازمانی خود را به این امر اختصاص داده‌اند. ورزش قهرمانی ورزشی است رقابتی و سازمان یافته که با توجه به مقررات خاص هر رشته برای ارتقای رکوردهای ورزشی و کسب رتبه یا نشان انجام می‌شود (مک‌کردی و گردی، ۲۰۰۸). متولی ورزش قهرمانی، فدراسیون‌های ورزشی، وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک هستند. برای توسعه ورزش قهرمانی مولفه‌های توسعه نهادهای مرتبط با ورزش قهرمانی، توسعه منابع انسانی، توسعه مدیریت و استراتژی، توسعه حمایتی از مربیان و ورزشکاران، توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی، توسعه علمی و پژوهشی، توسعه استانداردها و ارزیابی‌ها، توسعه و جذب منابع مالی مورد نیاز، توسعه همه جانبه آموزش، توسعه آمار و اطلاعات، توسعه امکانات و زیرساخت‌های ورزشی استاندارد و توسعه تجهیزات مدرن ورزشی بیان شده است. توسعه ورزش قهرمانی در هر کشور، پیش زمینه موفقیت در رقابت‌های جهانی و المپیک است و موفقیت در میدانی بین‌المللی ورزشی موقعیت و جایگاه ارزشمندی است که اغلب، دولت‌ها از ظرفیت‌های سیاسی و تبلیغاتی آن برای رسیدن به بسیاری از اهداف غیرورزشی خود استفاده می‌کنند. این نوع موفقیت‌ها به علت ایجاد حس غرور ملی، پیوستگی اجتماعی و وجهه بین‌المللی، ظرفیت سوددهی اقتصادی کشور را افزایش می‌دهد و کاربرد دیپلماتیک آن نیز روز به روز در حال افزایش است (دی بوسچر و همکاران، ۲۰۰۹).

موضوع اشتغال و کارآفرینی یکی از چالش‌های اساسی جوامع و سازمان‌های سراسر جهان می‌باشد و در این بین در داخل کشور نیز به این بحث بویژه در حوزه ورزش کمتر توجه شده است. مطالعات در زمینه کارآفرینی و کسب و کارهای ورزشی در استان آذربایجان شرقی به خصوص تحقیقاتی که کسب و کارهای ورزشی در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی را مورد بررسی قرار داده و راهکارهای توسعه کسب و کارها را ارائه نماید، محدود انجام شده است و خلأ اطلاعات و دانش علمی در این حوزه مشهود است. استان آذربایجان شرقی به دلیل داشتن منابع انسانی متخصص ورزشی که حاصل وجود گرایش‌های مختلف رشته علوم ورزشی و تربیت‌بدنی در مقاطع مختلف در استان از یک سو و همچنین تراکم جمعیتی مناسب استان و وجود فرهنگ و انگیزه ورزش و فعالیت بدنی در بین آحاد جامعه و نیز وجود زیر ساخت‌های تا حدی قابل قبول در بحث ایجاد و توسعه صنایع، شرکت‌ها، موسسات و کارخانجات از سوی دیگر و در ضمن حضور قهرمانان ورزشی زیاد در سطوح ملی و بین‌المللی ویژگی بالقوه خاص و منحصر به فردی را در حوزه کسب و کارهای ورزشی دارد؛ اما با این وجود کسب و کارهای ورزشی در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی استان از توسعه یافتگی مطلوبی برخوردار نیستند، از این رو شناسایی فرصت‌های بالقوه، روش‌ها و راهکارهای توسعه کسب و کارهای حوزه ورزش همگانی و قهرمانی از اهمیت خاصی برخوردار است. لذا هدف کلی این تحقیق نزدیک شدن به فرایند توسعه کسب و

¹ McKelvey, S. and Grady, J.

² De Bosscher, V., De Knop, P., van Bottenburg, M., Shibli, S., & Bingham, J.

کار و کارآفرینی از طریق شناسایی، ارزیابی و بررسی عوامل موثر فرصت‌های بالقوه بازار با تمرکز بر کارآفرینی ورزشی در بخش همگانی و قهرمانی است. نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده صاحبان کسب و کارهای ورزشی، مدیران و سیاست‌گذاران اقتصادی و ورزشی و همچنین متخصصین و تحصیل کرده‌های علوم ورزشی در جهت ایجاد و توسعه کسب و کارها بویژه در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی قرار گیرد، همچنین می‌تواند به کارآفرینان نوظهور کمک کند تا راهکارهایی را که به موفقیت کسب و کارها منجر می‌شود، شناسایی کرده و با تکیه بر آن راهبردهای بازاریابی مناسبی را برای افزایش سهم بازار خود انتخاب کنند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی است که از نظر هدف کاربردی بوده و به صورت میدانی انجام شده و به شناسایی و ارزیابی راهکار برای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان آذربایجان شرقی پرداخته است. برای دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر و معتبرتر تحقیق حاضر به صورت آمیخته متوالی در دو بخش کیفی و کمی اجرا شد. روش آمیخته متوالی به این صورت اجرا شد که ابتدا بخش کیفی با استفاده از بررسی کتاب‌ها، مقالات علمی و مصاحبه با افراد درون سازمانی و برون سازمانی اختصاص یافت و سپس در بخش کمی پرسشنامه‌ای بر اساس نتایج و یافته‌های مرحله کیفی آماده شده و به صورت پیمایشی استفاده گردید (کرسول ترجمه دانایی فرد و کاظمی، ۲۰۱۹). جامعه آماری تحقیق شامل اعضای هیات علمی، کارشناسان و متخصصین حوزه ورزش همگانی و قهرمانی، مسئولین هیات‌های ورزشی استان، مدیران باشگاه‌های ورزشی، کارشناسان و متخصصین حوزه کارآفرینی و کسب و کار و همچنین کارآفرینان و مدیران کسب و کارهای توسعه یافته در حوزه ورزش بود. در بخش کیفی پژوهش با عنایت به ماهیت آن از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. بدین معنا که بر اساس شناخت محقق و با استفاده از نظرات اساتید، مدیران و کارشناسانی که در حوزه ورزش استان و کسب و کارهای ورزشی فعال هستند، نمونه‌های آماری شناسایی شده و مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد. همچنین در مواردی از روش گلوله برفی برای دستیابی به نمونه‌های بیشتر و مطلع‌تر استفاده شد. در این پژوهش با مصاحبه از بیست و پنج نفر از افراد جامعه آماری از همه بخش‌ها و طیف‌ها اشباع نظری داده‌ها حاصل گردید. در بخش کمی و پیمایشی به منظور دستیابی به داده‌ها و اطلاعات کافی و مناسب با استفاده از ترکیب یافته‌های حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای و نتایج حاصل از اجرای مصاحبه‌ها، پرسشنامه بخش پیمایشی تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها تهیه شد. پرسشنامه آماده شده شامل دو بخش است که بخش اول در برگیرنده اطلاعات جمعیت شناختی جنسیت، سن، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل و سابقه کار/خدمت بود. بخش دوم در هفت بعد روش‌ها و راه‌های شناسایی (۴ گویه)، موانع توسعه (۱۸ گویه)، اقدامات توسعه و رونق (۱۵ گویه)، روش‌ها و اقدامات جهت جذب سرمایه و افراد (۱۰ گویه)، تبلیغات موثر و کارآمد (۷ گویه)، ساختار و روش‌ها (۱۲ گویه) و توسعه کسب و کارهای نوین (۷ گویه) با مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای از مهم نیست (۱) تا خیلی مهم (۵) تنظیم شد. در این بخش پرسشنامه در اختیار افرادی از گروه‌های مختلف جامعه آماری که هدفمند انتخاب شده بودند، قرار گرفت و در نهایت ۱۸۸ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری شدند.

روایی صوری و محتوایی سوالات مصاحبه توسط چند نفر از متخصصان حوزه تربیت بدنی و اساتید علوم ورزشی بررسی و تایید گردید. برای تعیین روایی و پایایی داده‌ها دو معیار قابل قبول بودن و قابلیت اطمینان مد نظر قرار گرفت. برای قابل قبول بودن و تأیید درستی یافته‌ها، رونوشت‌های مصاحبه به مصاحبه شونده‌گان نشان داده شد و موافقت یا مخالفت آنها با مطالب مکتوب شده مشخص گردید. به منظور تضمین قابلیت اطمینان سعی شد تا فرایندهای مربوط به پژوهش به طور واضح در متن پژوهش بیان شود. همچنین سعی شد تا از افراد گروه‌های مختلف جامعه آماری مصاحبه به عمل آید تا تهدید روایی در هنگام جمع‌آوری داده‌ها به حداقل برسد. به منظور تامین پایایی در مرحله کدگذاری داده‌ها، این عمل چندین بار توسط اعضای تیم پژوهش مورد

بررسی قرار گرفت و در نهایت با مشورت با همکاران تیم پژوهش و اساتید دیگر به پایان رسید. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از قضاوت متخصصان و بررسی میزان پوشش و تناسب سوالات با اهداف موضوع تحقیق استفاده شد. به این منظور پرسشنامه در اختیار اعضای هیأت علمی مدیریت با سابقه و صاحب نظر قرار گرفت و نظرات آنان در متن و ظاهر ابزار اعمال گردید. برای بررسی پایایی ابزار اندازه‌گیری که به ثبات در گردآوری داده‌ها اشاره دارد، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های بخش کیفی از روش تحلیل نظریه داده بنیاد بهره گرفته شد. در نظریه داده بنیاد یا زمینه‌ای از سه مرحله کدگذاری؛ کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی یا گزینشی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. به عبارت دیگر در مرحله مصاحبه تجزیه و تحلیل داده‌ها در یک فرآیند چند مرحله‌ای صورت گرفت. در بخش کمی به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها در نرم افزار SPSS24 از روش‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از جداول فراوانی و نمودارها، میانگین و انحراف استاندارد استفاده گردید. در بخش آمار استنباطی ابتدا با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن داده‌ها بررسی شد، در ادامه از آزمون‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر در سطح معناداری (۰/۰۵) استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

در بخش کیفی این پژوهش با مصاحبه از بیست و پنج نفر از افراد جامعه آماری از همه بخش‌ها و طیف‌ها اشباع نظری داده‌ها حاصل گردید. سوالات مصاحبه با در نظر گرفتن اطلاعات حاصل از مطالعه مبانی نظری و مقالات در برگزیده روش‌ها و راه‌های شناسایی، موانع توسعه، راهکارهای رونق بخشیدن، جذب سرمایه و افراد، تبلیغات موثر و کارآمد، شناسایی کسب و کارهای نوین، وجود تفاوت در عوامل موثر توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان تهیه گردید.

کدگذاری باز

کدگذاری باز فرآیند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند. در این مرحله، نظریه پرداز داده بنیاد، مقوله‌های اولیه اطلاعات در خصوص پدیده در حال مطالعه را به وسیله بخش بندی اطلاعات شکل می‌دهد. در مرحله کدبندی باز ۵۰ مفهوم اولیه استخراج شد. لازم به ذکر است که از میان کدهای مزبور، کدهای استفاده از متخصصین و اهل فن در حوزه ورزش‌های همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی (با ۱۸ فراوانی)، توسعه زیرساخت‌های ورزش‌های همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی، لزوم بررسی شرایط اقتصادی، اجتماعی و رقابتی بازار توسط سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان جدید ورود به این حوزه (هر کدام با ۱۵ فراوانی) و در مرحله سوم ارائه طرح‌های عملی و واقع بینانه توسط افراد ورزشی و تحصیلکرده (با ۱۴ فراوانی)، بیشترین رجوع را از سوی صاحب‌نظران به خود اختصاص دادند.

کدگذاری محوری

در ادامه بر اساس کدگذاری‌های حاصل مرحله باز، کدگذاری محوری صورت می‌گیرد که در آن یک طبقه کدگذاری باز که مشارکت‌کنندگان به طور گسترده از آن بحث کرده‌اند یا اهمیت و جذابیت مفهومی خاصی دارد را انتخاب کرده و بر آن متمرکز شده و سپس به داده‌ها مراجعه کرده و طبقاتی را حول این پدیده محوری تشکیل داده می‌شود. این طبقات همان شرایط علی اثرگذار بر پدیده محوری، استراتژی‌های مواجهه و مدیریت پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر شکل دهنده این استراتژی‌ها و پیامدهای اجرای این استراتژی‌ها هستند. در این مرحله مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. یافتن کدهای مشترک و مقوله‌بندی محوری نیز مستلزم استفاده از روش مقایسه‌ای ثابت است. در این مرحله نظریه به تدریج ظهور می‌یابد. کدبندی

محوری داده‌های گردآوری شده بر مبنای مفاهیم مشترک انجام شد و در مجموع ۱۷ مقوله شناسایی کسب و کار، علل و موانع توسعه کسب و کار، جذب سرمایه و حمایت مالی، آموزش و ترویج، علم‌گرایی و تخصص‌گرایی، گسترش، توسعه و ترویج، گسترش و بهبود تعاملات، تبلیغات موثر و کارآمد، حمایت و پشتیبانی، ترویج و فرهنگ‌سازی، ساختار و روش‌های توسعه، اقدامات توسعه و رونق، آموزش کسب و کار و بازاریابی، نوآوری و خلاقیت، طراحی و برنامه‌ریزی دقیق و علمی، تامین زیرساخت و پشتیبانی و طبقه‌بندی بر اساس عملکرد استخراج شد.

جدول ۱. کدبندی محوری داده‌های گردآوری شده بر مبنای مفاهیم مشترک

ردیف	مقوله عمده	مفاهیم اولیه	مصاحبه شونده‌گان
۱	شناسایی کسب و کار	اقتباس از طرح‌های موفق دیگر استان‌ها برگزاری جشنواره‌های استانی جهت شناساندن پتانسیل‌های کسب و کارهای ورزشی استانی توجه به داشته‌های طبیعی و جغرافیایی استان جهت ترویج ورزش همگانی و گردشگری ورزشی	P ₃ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₂₅ P ₅ , P ₂₀ P ₁₃ , P ₂₂ , P ₂₃
۲	علل و موانع توسعه کسب و کار	گمنام ماندن تولیدات و برندهای ورزشی استان ریشه‌یابی علل عقب ماندگی کسب و کارهای بومی ورزشی استان نبود تبلیغات ورزشی در شبکه استانی صدا و سیما رویکرد سنتی تصمیم‌گیری در ورزش استان ضعف عملکرد مدیران ورزشی استان	P ₂ , P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃ P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₃ , P ₂₅ P ₅ , P ₁₆ , P ₁₉ , P ₂₂ , P ₂₄ , P ₂₅ P ₁ , P ₃ , P ₇ , P ₁₄ , P ₂₀ , P ₂₃ , P ₂₄ , P ₂₅ P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₉ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₄ P ₂ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₉ , P ₂₄
۳	جذب سرمایه و حمایت مالی	عدم دسترسی تولیدکنندگان ورزشی به بازارهای خارجی تشویق حامیان مالی جهت مشارکت بیشتر تشویق خیرین جهت سرمایه‌گذاری در این عرصه جذب حامیان مالی در هر دو حوزه ورزش همگانی و قهرمانی لزوم حمایت سیستم بانکی از کسب و کارهای موجود استان	P ₃ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₆ , P ₂₃ P ₁₉ , P ₂₂ P ₁₅ , P ₁₉ P ₄ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₂ , P ₂₃ P ₂₀ , P ₂₂
۴	آموزش و ترویج	نبود حامی مالی قدرتمند در رویدادهای ورزشی استانی جذب سرمایه‌گذاران منطقه‌ای به سمت و سوی مشارکت در ورزش استان لزوم برگزاری دوره‌های مرتبط با بازاریابی ورزشی آشناسازی سرمایه‌گذاران استانی به وظیفه اجتماعی خود استفاده از متخصصان اقتصاد و بازاریابی	P ₄ , P ₈ , P ₂₃ P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ P ₁₉ , P ₂₄ P ₁ , P ₁₁

P ₁ , P ₄ , P ₆ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁	انتخاب نفرات علمی و ورزشی برای ریاست هیات‌های ورزشی	علم‌گرایی و تخصص	۵
P ₁ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₉ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₉ , P ₂₅	حذف تصمیم‌گیری‌های سلیقه‌ای از ورزش استان	گرایی	
P ₅ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₄ , P ₁₅	استفاده از افراد تحصیل کرده و علمی جهت تلفیق علم ورزش و بازاریابی نوین		
P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₆ , P ₇ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃ , P ₂₄ , P ₂₅	استفاده از متخصصین و اهل فن در هر دو حوزه همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی		
P ₁₉ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃	ایجاد فروشگاه‌های ورزشی قابل دسترس و ارزان قیمت مرتبط با ورزش‌های همگانی در پارک‌ها و فضاهای سبز	گسترش، توسعه و ترویج	۶
P ₁ , P ₂₂	برگزاری مرتب لیگ‌های استانی با حمایت تولیدکنندگان ورزشی		
P ₁ , P ₁₄	راه اندازی و رونق بخشیدن به ایستگاه‌های سلامتی در استان		
P ₁₁ , P ₁₉ , P ₂₄	عدم وجود تعاملات بین‌المللی ورزشی در خصوص کسب و کارهای نوین ورزشی در استان	گسترش و بهبود تعاملات	۷
P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₄	افزایش تعامل مسئولان ورزشی استان با مربیان و قهرمانان		
P ₁₆ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₂ , P ₂₃	انجام تبلیغات گسترده و مبتکرانه	تبلیغات موثر و کارآمد	۸
P ₁ , P ₁₈	استفاده از خبرگان و نام‌آوران عرصه تبلیغات		
P ₅ , P ₉ , P ₁₇ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₅	افزایش حمایت مسئولین ارشد استانی از ورزش‌های نوپا در استان	حمایت و پشتیبانی	۹
P ₇	حمایت مربیان زبده و مجرب استان از کسب و کارهای نوپا		
P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₅	تشکیل و تقویت اتحادیه‌های استانی کسب و کارهای ورزشی		
P ₅ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₂₄	لزوم شناساندن تاثیرات مثبت ورزش همگانی بر افراد جامعه	ترویج و فرهنگ سازی	۱۰
P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉	فرهنگ‌سازی گسترده توسط مسئولین فرهنگی و ورزشی		
P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀	لزوم طراحی نرم افزار ورزشی بومی	روش‌ها و ساختار توسعه	۱۱
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₉ , P ₁₀ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃	توسعه زیرساخت‌های ورزش‌های همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی		
P ₉ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃	حمایت از برندهای ورزشی استان، چه تولیدی و چه نخبگان ورزشی	اقدامات توسعه و رونق	۱۲
P ₂ , P ₃ , P ₁₀ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₈ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂	رفع موانع اقتصادی، اداری و فرهنگی در مسیر توسعه ورزش‌های قهرمانی و همگانی		
P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₅ , P ₁₆	ارائه طرح‌های عملی و واقع بینانه توسط افراد ورزشی و تحصیل کرده		

P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀ , P ₂₄ , P ₂₅	لزوم ثبات مدیریتی در استان	
P ₁ , P ₂ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₄ , P ₂₂ , P ₂₃	لزوم آشنایی مدیران و صاحبان کسب و کارهای ورزشی با اصول علمی مدیریت و بازاریابی	آموزش کسب و کار و بازاریابی ۱۳
P ₅ , P ₉ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₅	لزوم بررسی شرایط اقتصادی، اجتماعی و رقابتی بازار توسط سرمایه گذاران و تولید کنندگان جدید ورود به این حوزه	
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₂ , P ₂₄ , P ₂₅	انجام فعالیت‌های ابتکاری و خلاقانه توسط موسسین و متولیان کسب و کارهای ورزشی استان	نوآوری و خلاقیت ۱۴
P ₄ , P ₆ , P ₈ , P ₉ , P ₁₀ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₂	لزوم انجام طرح‌های مطالعاتی اولیه در پروژه‌ها و کسب و کارهای ورزشی استان	طراحی و برنامه‌ریزی دقیق ۱۵
P ₃ , P ₇ , P ₉ , P ₁₄ , P ₁₆	لزوم ایجاد بانک اطلاعاتی در خصوص کسب و کارهای ورزشی	و علمی ۱۶
P ₁₀ , P ₁₅	لزوم اختصاص زمین‌های ارزان قیمت در شهرک‌های صنعتی به سرمایه گذاران حوزه ورزش	پشتیبانی ۱۷
P ₁ , P ₂	فراهم نمودن زیر ساخت‌های لازم جهت سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذار	
P ₁₂ , P ₁₉	طبقه‌بندی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای بر حسب میزان قهرمان پروری	طبقه‌بندی بر ۱۷
P ₂ , P ₅ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₃	تفکیک نبودن ملزومات و مخاطبین ورزش‌های همگانی و قهرمانی در استان	اساس عملکرد

کدبندی گزینشی یا انتخابی

در این مرحله؛ نظریه تقریباً به استحکام رسیده و محقق بعد انجام برخی اصلاحات نظری ممکن، با مقوله‌های اندکی سروکار دارد. فرآیند نظریه‌سازی زمینه‌ای در مرحله کدبندی گزینشی تقریباً به اتمام می‌رسد. در این مرحله محقق با تعداد اندکی از مقوله‌های انتزاعی به تدوین نظریه پرداخته و نیازی به کدبندی جدید ندارد. مقوله‌های مورد استفاده به لحاظ نظری اشباع شده‌اند و هر کدام بر اساس مفاهیم کدبندی شده مراحل اول و دوم به صورت منطقی در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. در نهایت بر اساس کدبندی گزینشی ۷ مقوله اصلی در قالب روش‌ها و راه‌های شناسایی کسب و کارها، موانع توسعه کسب و کارها، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارها، روش‌ها و اقدامات جهت جذب سرمایه و افراد، تبلیغات موثر و کارآمد جهت ترویج ورزش‌ها، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها و توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی به عنوان راهکارهای شناسایی و توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان تبیین شدند.



شکل ۱. مفاهیم، مقولات عمده و هسته‌ای استخراج شده از داده‌های کیفی

نتایج و یافته‌های بخش کمی پژوهش

نمونه‌های آماری این تحقیق متشکل از ۱۸۸ نفر، شامل اعضای هیات علمی، کارشناسان و متخصصین حوزه ورزش همگانی و قهرمانی، مسئولین هیات‌های ورزشی استان، مدیران باشگاه‌های ورزشی، کارشناسان و متخصصین حوزه کارآفرینی و کسب و کار و همچنین کارآفرینان و مدیران کسب و کارهای توسعه یافته در حوزه ورزش بود. بررسی وضعیت جنسیتی افراد نشان داد که ۸۰ درصد نقرات مرد و ۲۰ درصد زن بودند. بررسی وضعیت سنی افراد نشان داد که میانگین سنی مشارکت‌کنندگان برابر $37/10 \pm 98/79$ بود و در فاصله سنی ۳۰ تا ۵۰ سال بیش از نصف افراد (۵۳ درصد) قرار داشتند. بررسی وضعیت تحصیلی افراد نشان داد که تعداد ۹۹ نفر (۵۲/۷ درصد) با مدرک تحصیلی کارشناسی دارای بیشترین فراوانی بودند. در رتبه بعدی افرادی که دارای تحصیلات تکمیلی با فراوانی ۵۳ نفر (۲۸/۲ درصد) قرار داشتند. بررسی وضعیت رشته تحصیلی افراد نشان داد که تعداد ۸۹ نفر (۴۷/۳ درصد) دانش‌آموخته رشته تربیت‌بدنی دارای بیشترین فراوانی بودند. بررسی وضعیت شغلی افراد مشارکت‌کننده در تحقیق نشان داد که تعداد ۱۱۲ نفر (۵۹/۶ درصد) در مشاغل آزاد مثل مربیگری، فروشنده‌گی، کار در هیات‌های ورزشی و غیره فعالیت داشتند. در رتبه بعدی افرادی که دارای کسب و کار شخصی بودند یا به عبارتی صاحب کسب و کار بودند با فراوانی ۳۴ نفر (۱۸/۱ درصد) قرار داشتند. بررسی وضعیت سابقه شغلی یا خدمتی افراد نشان داد که میانگین سابقه شغلی مشارکت

کنندگان برابر $18/03 \pm 13/10$ بود. کمترین سابقه شغلی ۱ سال و بیشترین ۵۰ سال بود و در فاصله سابقه شغلی ۵ تا ۱۵ سال نزدیک به نصف افراد (۴۰ درصد) قرار داشتند.

برای بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد و با توجه به سطوح معنی‌داری به دست آمده مشخص شد که توزیع داده‌های کل پرسشنامه توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی و ابعاد راه‌های شناسایی کسب و کارهای بالقوه، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارهای، تبلیغات موثر و کارآمد جهت ترویج ورزش‌ها، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها و توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی به صورت نرمال می‌باشد. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. برای آزمون آلفای کرونباخ پرسشنامه ضریب آلفای (۰/۸۹) به دست آمد که با توجه به مقدار به دست آمده پایایی پرسشنامه تایید شد. یافته‌های تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد مقادیر آزمون کفایت و یا بسندگی نمونه‌گیری کایزر-مایرالکین (KMO) به میزان ۰/۶۴۰ و ارزش آزمون کرویت بارتلت به میزان $4808/670$ در سطح $p = 0/001$ معنی‌دار است که از نظر آماری وقتی KMO بیشتر از ۰/۶۰ باشد و آزمون کرویت بارتلت معنی‌دار باشد، می‌توان تحلیل عاملی را اجرا کرد.

برای تعیین این که چند مولفه یا عامل استخراج خواهد شد، با استفاده از ملاک کایزر تعداد مولفه‌های دارای ارزش ویژه ۱ و بالاتر را مشخص می‌نماییم. بر اساس اطلاعات جدول در این تحقیق ۲۶ مولفه نخست دارای ارزش‌های ویژه بالای ۱ شدند که در مجموع ۶۹/۹۷ درصد واریانس را تبیین می‌کند. روش دیگر برای مشخص کردن تعداد مولفه‌ها بررسی نمودار اسکری است که در آن به دنبال تغییر جهت در شکل نمودار هستیم و تنها مولفه‌های بالای نقطه تغییر نگه داشته می‌شوند. بر اساس نمودار هم مشخص شد که ۲۶ مولفه نگه داشته شوند. در ادامه با در نظر گرفتن اطلاعات و داده‌های جداول component matrix و pattern matrix مشخص شد که ۷ مولفه مربوط به یافته‌های بخش کیفی تحقیق تایید شدند که پانزده سؤال با بار بالای ۰/۳ بر روی مولفه ۱، یازده سؤال بر روی مولفه ۲، یازده سؤال بر روی مولفه ۳، ده سؤال بر روی مولفه ۴، هشت سؤال بر روی مولفه ۵، شش سؤال بر روی مولفه ۶، شش سؤال بر روی مولفه ۷ قرار گرفتند.

برای تشخیص میزان اهمیت هر یک از مولفه‌های پرسشنامه راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزشی از آزمون تحلیل واریانس اندازه‌گیری مکرر استفاده شد. در جدول (۳) میزان اهمیت هر یک از مولفه‌های پرسشنامه راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه در دامنه ۰ تا ۵ نشان داده شده است. با توجه به این که تعداد سؤالات مقیاس‌ها باهم متفاوت بود جهت فراهم ساختن امکان مقایسه نمرات حاصل از مولفه‌ها نمرات کل هر مولفه به تعداد سؤالات مربوط تقسیم شد تا میانگین هر مولفه مشخص شود. به این طریق نمرات مولفه‌ها در دامنه صفر تا پنج قرار گرفتند که نمرات بالاتر نشانگر اهمیت بیشتر است.

جدول ۲. میانگین و انحراف استاندارد مولفه‌های پرسشنامه

ردیف	مولفه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
۱	راه‌های شناسایی کسب و کارهای بالقوه	۱۸۸	۳/۴۷	۰/۶۳
۲	موانع توسعه کسب و کارهای بالقوه	۱۸۸	۳/۵۲	۰/۴۰
۳	اقدامات توسعه و رونق کسب و کارهای	۱۸۸	۳/۴۵	۰/۴۲
۴	روش‌ها و اقدامات جذب سرمایه و افراد	۱۸۸	۳/۶۲	۰/۴۲
۵	تبلیغات موثر و کارآمد ترویج ورزش‌ها	۱۸۸	۳/۵۱	۰/۵۴
۶	ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها	۱۸۸	۳/۶۶	۰/۴۷
۷	توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی	۱۸۸	۳/۶۹	۰/۵۳

برای تحلیل داده‌ها و مقایسه میانگین داده‌ها بین این چند مولفه بایستی از آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری‌های مکرر استفاده کرد. آزمون پیش فرض مورد استفاده برای اندازه‌گیری‌های مکرر آزمون کرویت ماچلی (Mauchly's Test of Sphericity) است. کرویت به تشابه روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل در اندازه‌گیری مکرر مربوط می‌شود. اگر روابط بین آنها، مقادیر متغیر وابسته را تغییر بدهد، فرضیه کرویت زیر پا گذاشته می‌شود و این مساله شانس ارتکاب خطای نوع اول را افزایش خواهد داد. یکی از پیش فرض‌های استفاده از تحلیل واریانس برای اندازه‌گیری‌های تکرار شونده، پیش فرض تساوی کواریانس‌ها بین متغیرهای وابسته است در نتیجه این آنالیز را می‌توان با آزمون کرویت ماچلی ارزیابی کرد.

جدول ۳. نتایج آزمون کرویت ماچلی

اثر درون گروهی	W ماچلی	df	معنی‌داری	Epsilon ^b		
				Greenhouse-Geisser	Huynh-Feldt	Lower-bound
مولفه‌ها	۰/۴۸۹	۱۳۲/۳۳	۰/۰۰۰۱	۰/۸۰۸	۰/۸۳۲	۰/۱۶۷

برای آزمون کرویت معنی‌داری ۰/۰۰۱ بدست آمده است، لذا فرض کرویت رد می‌شود و در نتیجه از آزمون‌های جایگزین Greenhouse-Geisser برای بررسی مولفه‌های مطالعه استفاده می‌شود. با توجه به آنکه برای آزمون Greenhouse-Geisser مقدار Epsilon برابر ۰/۸۰۸ بدست آمده است از این آزمون برای بررسی فرضیه‌های ارائه شده استفاده می‌شود. در آزمون Greenhouse-Geisser مقدار معنی‌داری برابر ۰/۰۰۱ بدست آمده است که تاثیر گذار بودن مولفه‌های استخراج شده در توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان پذیرفته می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون گرین هاوزر

اثر درون گروهی	Greenhouse-Geisser	df	F	معنی‌داری	مجذور اتای تفکیکی
مولفه‌ها	۰/۴۸۹	۴/۸۴	۲۰	۰/۰۰۰۱	۰/۵۶

بحث و نتیجه‌گیری

روندی که در مبحث راه‌اندازی، توسعه و حفظ کسب و کارها به ویژه کسب و کارهای بالقوه ورزشی در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی در استان وجود دارد، دارای ایرادات و مشکلات عدیده‌ای است. با یک بررسی اولیه میدانی مشخص می‌شود که کسب و کارهای موجود و فعال در ورزش استان هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی در وضعیت مطلوبی نیستند، لذا می‌طلبید که اقدامات موثر و کارآمدی در این حوزه بر اساس نتایج و یافته‌های علمی حاصل از اجرای تحقیقات و پژوهش‌های متنوع در سطوح مختلف صورت گیرد. یافته‌های توصیفی این پژوهش بیانگر این مطلب است که از نظر جنسیتی تعداد مردان از برتری نسبی بالاتری برخوردارند و این را می‌طلبید که نسبت به کسب و کار و کارآفرینی زنان اهمیت بیشتری داده شود و اقدامات لازم از سوی مسئولین و سرمایه‌گذاران صورت گیرد. از نظر سنی بایستی تمهیداتی اندیشیده شود تا سن شروع کسب و کار کاهش یابد چرا که تاثیرات خوب و مناسب قابل توجهی در سطح فردی و اجتماعی می‌تواند ایجاد کند. همچنین نیاز است اقدامات موثر در جهت شناساندن انواع کسب و کارها به دانش‌آموختگان و فعالان حوزه ورزش صورت گیرد. تدوین سند جامع ورزش کشور و فراهم کردن مقدمات اعطای وام‌های کم بهره با دوره تنفس مناسب و کافی برای ایجاد کارآفرینی و کسب و کار از جمله آنها می‌باشند. در ضمن با توجه به این که اکثر کسب و کارها و شاغلین در این حوزه نوپا و یا تازه کار هستند، لذا ضروری است مشاوره‌های لازم جهت اشتغال،

توسعه و حفظ کسب و کار و غیره توسط متخصصین به آنها ارائه شود. نتایج این بخش با نظرات و یافته‌های آراستی و اکبری جوکار (۲۰۰۶) در مورد گسترش شیوه‌های ارتباط شبکه‌ای زنان برای راه اندازی کسب و کار، شفق و دنیز (۲۰۱۲)، رز و وینسنت (۲۰۱۹) در مورد نقش ویژگی‌های فردی و عملکرد مدیران، عظیمی دلارستانی و همکاران (۲۰۱۸) در مورد لزوم شناسایی عوامل زمینه‌ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی، رضانی نژاد و همکاران (۲۰۱۸) در مورد در نظر گرفتن رویکرد جدید برای توسعه کارآفرینی در ورزش و احسانی و همکاران (۲۰۱۳) در مورد لزوم طراحی و تدوین نظام جامع ورزش حرفه‌ای، رسولی و همکاران (۲۰۲۱) در مورد توسعه مدل تجاری بومی برای باشگاه ورزشی همخوانی دارد.

یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها پس از اجرای کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی مشخص کرد که به منظور توسعه کسب و کارهای بالقوه در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی اقدامات باید در هفت بخش متمرکز شود. گام اول مرحله شناسایی کسب و کارهای بالقوه است که باید مد نظر قرار گیرد. شاید بتوان گفت که این مرحله مهم‌ترین مرحله ایجاد و توسعه کسب و کارها است. راهکارهایی که برای شناسایی کسب و کارها پیشنهاد شده این است که فرصت‌های بالقوه ایجاد کسب و کارهای موجود در استان با انجام بررسی‌های مناسب و لازم کشف و شناسایی شود، به عبارت دیگر انجام نیازسنجی از طرق مختلف می‌تواند مثمر و مفید واقع شود. برگزاری استارت آپ‌ها در حوزه ورزش استان به صورت جدی مد نظر قرار گیرد و جشنواره‌ها و همایش‌های استانی جهت شناساندن ظرفیت‌های بالقوه ورزشی برگزار شود. در ضمن الگو برداری و اقتباس از کسب و کارهای سایر استان‌ها و حتی سایر کشورها می‌تواند در شناسایی کسب و کارها موثر باشد، از این رو به نظر می‌رسد که اجرای بررسی‌های لازم و تطبیقی در این بخش مهم و حیاتی است. مساله دیگر که مورد غفلت واقع شده است موضوع نیازسازی است که باید به طور جدی در نظر گرفته شود. این نتایج با یافته‌های محمدکاظمی و امیدی (۲۰۱۱) در مورد لزوم توجه به معرفی و شناسایی انواع مختلف از کارآفرینی و کسب و کارها در حوزه ورزش، عاشوری و همکاران (۲۰۱۷) با تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی در ایران بیان کردند که پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی باید رویکردی آینده‌نگر را به منظور شناسایی، کشف فرصت‌های کارآفرینی و جهت‌دهی کارآفرینان به سوی نوآوری و خلق ارزش در ورزش داشته باشند، جعفرزاده و همکاران (۲۰۱۹) در مورد اهمیت توجه به فرصت‌های کارآفرینی و کسب و کارها در بستر شبکه‌ها و پیام رسان‌های اجتماعی مجازی در ایران، راتن^۳ (۲۰۱۱) در مورد ارتباط کارآفرینی ورزشی با مدیریت نوآوری، خلاقیت و فناوری‌های جدید، همچنین وجود فرصت‌های جدید از انواع نوآوری در ورزش همخوانی دارد.

در بحث موانع توسعه کسب و کارها موارد ریشه‌یابی علل عقب ماندگی کسب و کارهای ورزشی بومی، نبود تبلیغات ورزشی در شبکه استانی صدا و سیما، رویکرد سنتی در تصمیم‌گیری، ضعف عملکرد مدیران ورزشی، ناهماهنگی میان مسئولان ورزش در استان، عدم دسترسی تولیدکنندگان ورزشی به بازارهای مناسب مشخص شدند. به منظور رفع موانع موجود بهبود و گسترش زیر ساخت‌های لازم جهت ایجاد و توسعه کسب و کارهای ورزشی توسط اداره کل ورزش و جوانان و سایر نهادهای بالا دستی توجه شود. در انتخاب مدیران و رواسای هیات‌های ورزشی دقت لازم لحاظ شود و افراد با در نظر گرفتن شایستگی‌های علمی، مدیریتی و اخلاقی منصوب شوند و در ادامه راه پشتیبانی‌های لازم از تصمیمات و اقدامات صحیح آنها صورت گرفته و فرصت کافی برای فعالیت به آنان داده شود. برنامه عملیاتی کارآفرینی در ورزش استان با لحاظ برنامه راهبردی کارآفرینی کشور تدوین شود. شکاف میان سیاست‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و عملکرد در سازمان‌های دولتی و خصوصی در ورزش رفع شده و برای اجرای مطلوب سیاست خصوصی سازی در استان و ارائه اطلاعات اقتصادی به سرمایه گذاران تلاش گردد. این نتایج با یافته‌های تحقیق فراهانی (۱۳۹۷)

¹ Safak Uyar, A., & Deniz, N.

¹ Rose, N. M., & Vincent

¹ Ratten

در مورد موانع توسعه باشگاه‌های خصوصی شامل نبود سیستم راهبردی، ساختار انعطاف ناپذیر، سیستم مالی نامناسب و ضعف در تصمیم‌گیری، مطالعه فراهانی و صغری‌نژاد و فراهانی، زهرا (۲۰۱۹) در مورد عوامل بازدارنده رفتاری و انسانی در اشتغال و کارآفرینی ورزش ایران از جمله وابستگی به بدنه دولت، عدم اعتماد به بخش خصوصی و عدم وجود سیستم کنترلی منعطف، پژوهش فردوسی و همکاران (۲۰۱۹) مبنی بر نبود ساختار و استراتژی سازمانی و کارآفرینی مناسب و مطلوب در وزارت ورزش و جوانان، همچنین تحقیق حسینی و همکاران (۲۰۲۰) در مورد اولویت موانع محیطی در کارآفرینی ورزشی همخوان است.

برای توسعه و رونق کسب و کارها موارد علم‌گرایی و تخصص‌گرایی، گسترش و ترویج کسب و کار، گسترش و بهبود تعاملات، حمایت و پشتیبانی از کار، آموزش کسب و کار و بازاریابی، نوآوری و خلاقیت، برگزاری مرتب و منظم مسابقات و لیگ‌های استانی و توجه به تفاوت‌های ورزش‌ها به عنوان عوامل و اقدامات اثرگذار مشخص شدند. برای بهبود شرایط موجود می‌توان دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در زمینه توسعه دانش و مهارت‌های ارتباطی، نگرشی، رفتاری، فنی، مدیریتی و رهبری افراد و فعالان حوزه ورزش در زمینه کسب و کار با استفاده از متخصصین داخلی و خارجی توسط دانشگاه‌ها، موسسات آموزشی خصوصی و کمیته آموزش اداره کل ورزش و جوانان استان برگزار کرد. به برگزاری مرتب و منظم مسابقات و لیگ‌های استانی با لحاظ تفاوت‌های موجود میان ورزش همگانی و قهرمانی اهتمام بیشتری داده شود. تفاهم‌نامه‌های همکاری بین اداره کل ورزش و جوانان استان با ادارات و نهادهای مرتبط با حوزه کسب و کارها جهت تسهیل و تسریع امور مربوط به کسب و کارها منعقد شوند. برنامه‌های حمایتی از ایجاد و توسعه کسب و کارها توسط زنان را تدوین کرده و اجرا نمود و در جهت بهبود کیفیت خدمات، تولیدات و محصولات ورزشی تلاش گردد. این نتایج با یافته‌های مندعلی زاده و هنری (۲۰۱۰) در مورد راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی ورزشی، نوبخت و همکاران (۲۰۱۵) در مورد عوامل زمینه‌ای موفقیت کسب و کارهای ورزشی، جهان‌تیغ (۲۰۱۹) در مورد اهمیت قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در توسعه کسب و کار ورزشی همخوان است.

برای جذب سرمایه و افراد در کسب و کارهای بالقوه ورزشی موارد تشویق حامیان مالی جهت مشارکت بیشتر، تشویق خیرین جهت سرمایه‌گذاری در این عرصه، جذب حامیان مالی در ورزش، لزوم حمایت سیستم بانکی از کسب و کارهای ورزشی، جذب حامی مالی قدرتمند در رویدادهای ورزشی، جذب سرمایه‌گذاران منطقه‌ای به عنوان راهکار مشخص شد. بر این اساس توصیه می‌شود که زیرساخت‌های لازم جهت سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذار با رفع موانع اقتصادی، اداری در روند سرمایه‌گذاری، استفاده از نظرات و تجربیات متخصصان بازاریابی و اقتصاد فراهم شود. مشوق‌های مناسب و کافی برای سرمایه‌گذاران در کسب و کارهای ورزشی استان مثل معافیت‌های مالیاتی، اختصاص زمین با قیمت تعدیل شده، تضمین خرید تولیدات استاندارد آنها، معرفی جهت دریافت وام‌های بانکی کم بهره و مواردی از این دست در نظر گرفته شود. آشناسازی سرمایه‌گذاران استانی با وظیفه اجتماعی خود در حوزه ورزش و تشویق خیرین جهت سرمایه‌گذاری در بخش ورزشی همگانی و قهرمانی استان صورت گیرد. برنامه‌های متنوع بیمه‌ای برای حمایت از کسب و کارها تدوین و ارایه گردد و هر ساله از کسب و کارهای موفق در حوزه ورزش استان با اختصاص جوایز مناسب به آنها تقدیر شود. این نتایج با یافته‌های صدقی و همکاران (۲۰۱۲) که ضمن تاکید بر نقش سرمایه‌گذاری در ورزش عنوان کردند که علاوه بر افزایش میزان اشتغال امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد، علیپور و همکاران (۲۰۱۴) که عوامل و زیرساخت‌های موثر بر جذب سرمایه در ورزش را عوامل مدیریتی، سپس عوامل اقتصادی و سیاسی، زیرساخت‌های فیزیکی مناسب، عوامل اجتماعی و فرهنگی و در نهایت عوامل جغرافیایی گزارش کردند، عظیم‌زاده و همکاران (۲۰۱۵) مبنی بر اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط برای توسعه همه جانبه یک کشور و لزوم شناخت عوامل درگیر در ایجاد آنها همخوانی دارد.

با عنایت به نقش برجسته تبلیغات در توسعه و پایداری کسب و کارها موارد انجام تبلیغات گسترده و مبتکرانه، استفاده از خبرگان و نام‌آوران عرصه تبلیغات، تبلیغات موثر و کارآمد، استفاده از ظرفیت‌های تلویزیون و نشریات محلی و ملی، استفاده از پیام رسان‌ها

و اپلیکشن‌ها در تبلیغات در حوزه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی مهم و اثر بخش گزارش شدند. در کل با توجه به نتایج ارائه شده می‌توان اظهار کرد، انواع تبلیغات و رسانه‌ها عامل اساسی و تاثیرگذار در امر کسب و کار به شمار می‌رود؛ بنابراین، اگر سرمایه‌گذاران، حامیان مالی، تبلیغات، رسانه‌ها و ورزش در یک تعامل مثبت و اصولی در کنار همدیگر قرار بگیرند، باعث رشد و گسترش یکدیگر شده و به تبع آن موجب درگیر شدن بخش‌های مختلف جامعه و از همه مهم‌تر باعث رشد کسب و کارهای ورزشی کشور می‌شوند. این یافته‌ها با نتایج تحقیق مختاری موعاری و خانزاده (۲۰۱۵)، جهان‌تیغ (۲۰۱۹)، یوسفی و همکاران (۲۰۲۰) در مورد مزایای استفاده از روش‌های تبلیغاتی خلاقانه و نقش مهم ارتباطات رسانه‌ای و تبلیغات در جذب منابع مالی و هوادار، درآمدها و بازاریابی، شکاری و همکاران (۲۰۲۰) در مورد عوامل موثر در پذیرش تبلیغات کالاهای ورزشی، همخوان است.

بدون شک وجود ساختار مطلوب و پیش‌برنده در توسعه کسب و کارها ضروری است، بدین منظور برای دستیابی به چنین ساختاری؛ ترویج و فرهنگ سازی کسب و کار، آموزش و ترویج کسب و کار، ساختار و روش‌های توسعه، تامین زیرساخت و پشتیبانی، طبقه‌بندی بر اساس عملکرد، طراحی و برنامه‌ریزی دقیق و علمی، اقدامات لازم در جهت توسعه و رونق تاثیرگذار معرفی شدند. بدین منظور افزایش تعامل سازنده مسئولان ادارات کل و شهرستان‌ها و هیات‌ها با مربیان و قهرمانان و باشگاه‌داران، حمایت کافی از تولیدکنندگان ورزشی استان و تلاش برای خرید وسایل و تجهیزات مورد نیاز اداره کل، هیات‌ها، مسابقات استانی و غیره از آنها با در نظر گرفتن کیفیت محصولات، حمایت همه جانبه از مربیان و اماکن ورزشی قهرمان پرور و ساماندهی و شناسنامه‌دار کردن کسب و کارها در حوزه ورزش استان پیشنهاد می‌شود. این یافته‌ها با یافته‌های تحقیق عبدزاده (۱۳۹۸)، عظیمی و همکاران (۱۳۹۷)، نوبخت و همکاران (۲۰۱۵) مبنی بر نقش موثر نهادهای دولتی و دانشگاه‌ها در زمینه ارائه آموزش‌ها و استفاده از اطلاعات و کاربرد سرمایه‌ها، بهبود قوانین بروکراسی مربوط به کسب و کارهای کوچک و متوسط در جهت کمک به موفقیت کسب و کار ورزشی همخوانی دارد.

موضوع جدید و نو پدید در عرصه ورزش که با توجه به گسترش تکنولوژی‌ها، نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها هم در بحث ورزش و هم در بحث کسب و کارها با آن مواجه هستیم، موضوع کسب و کارهای نوین ورزشی است. به منظور حضور موثر در این بخش انجام اقدامات نوآورانه جهت معرفی، جلب حمایت مسئولین ذیربط از ورزش‌های این حوزه، فرهنگ سازی در خصوص این ورزش‌ها از طرق مختلف، تشکیل اتحادیه‌ها و انجمن‌های این ورزش‌ها، جذب سرمایه‌گذاران منطقه‌ای، بهره‌گیری از افراد متخصص و علمی مهم و اساسی تشخیص داده شدند. از این رو حمایت همه جانبه مسئولین ارشد استانی، مربیان زبده و مجرب از ورزش‌ها و کسب و کارهای نوپا در استان جهت رفع موانع و حذف روندهای طولانی در بالفعل شدن کسب و کارها، تشکیل و یا تقویت اتحادیه‌های استانی، تیم‌ها و گروه‌های کاری کسب و کارهای ورزشی با استفاده از افراد تحصیل کرده و متخصص جهت تلفیق علوم مختلف، بازاریابی و ورزش و پیگیری ایده‌ها، طراحی و ایجاد مسیر و کار راهه شغلی و واحد تحقیق و توسعه برای کسب و کارها، سوق دادن سرمایه‌گذاران منطقه‌ای به سمت و سوی مشارکت در کسب و کارهای نوین ورزشی و بهره‌گیری از نتایج تحقیقات و طرح‌های علمی پژوهشی ورزشی در این بخش مهم و مفید می‌تواند باشد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش عظیم‌زاده و همکاران (۲۰۱۴) مبنی بر اهمیت عوامل فردی و عوامل محیطی برای راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی، نوبخت و همکاران (۲۰۱۵) که پیشنهاد کردند که صاحبان کسب و کارها جهت نیل به موفقیت، باید به طرح کسب و کار مناسب، بهبود فعالیت‌های بازاریابی، شبکه سازی، استفاده از حمایت دولتی، توسعه تکنولوژی و بهبود سطح آمادگی کارآفرینی توجه داشته باشند، همخوان است.

همچنین در بخش کمی پژوهش تحلیل عاملی اکتشافی داده‌ها مشخص کرد که از گویه‌ها و سوال‌های پرسشنامه ۶۷ مورد دارای بار عاملی مناسب و قابل قبولی هستند و همچنین می‌توان آنها را در هفت دسته که قبلاً در بخش کیفی مشخص شده بودند، طبقه‌بندی کرد. در نهایت رتبه‌بندی راهکارهای مشخص شده نتایج نشان داد که بخش‌های هفت‌گانه مشخص شده برای توسعه کسب و کارها مهم و اثرگذار هستند و با توجه به میانگین‌های آنها با وجود این که تفاوت‌ها کم است، اهمیت و ضرورت عوامل به ترتیب توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها، روش‌ها و اقدامات جذب سرمایه و افراد، رفع موانع توسعه کسب و کارها، راه‌های شناسایی کسب و کارها، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارهای بالقوه در نظر گرفته می‌شوند.

تقدیر و تشکر

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با مساعدت و حمایت مالی اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی، همکاری معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و با نظارت کمیته پژوهش و فناوری اداره کل ورزش و جوانان استان است و بدین وسیله مراتب قدردانی و سپاس خود را از همه دست‌اندرکاران اعلام می‌داریم.

References

- [Abdzadeh, Farhad \(2019\). *The profile of entrepreneurship of sports science faculties in Iran and presenting the employment and entrepreneurship model*. Doctoral thesis, Urmia University, Faculty of Physical Education and Sports Sciences. \(in persion\)](#)
- [Arasti, Zahra and Akbari Jekar, Mohammadreza \(2005\). *Investigating the communication methods of the network of Iranian women entrepreneurs and its effect on starting a business*. *Women's Studies*, 12, 22-25. \(in persion\)](#)
- [Azimi Dalarstaggi, Adele, Razavi, Seyyed Mohammad Hossein and Broumand, Mohammad Reza \(2017\). *Identifying contextual factors affecting the establishment of strategic entrepreneurship in sports businesses*. *Sports Management and Development*, 7, 4, 69-87. \(in persion\)](#)
- [Azimi Delarestaqi, A., Razavi, S. M. H., & Boroumand, M. R. \(2017\). *Identifying the Consequences of Strategic Entrepreneurship in Sports Business*. *Annals of Applied Sport Science*, 5\(3\), 79-85.](#)
- [Azimzadeh, Syed Morteza, Ehsani, Mohammad, Kardenaj, Asda..., Koze Chian, Hashem and Pitts, Brenda \(2013\). *A model for starting small and medium sports businesses*. *Sports Management and Development*, 1, 7, 51-68. \(in persion\)](#)
- [Creswell, John \(2018\). *Qualitative survey and research design, choosing among five approaches*. Translated by Hasan Danaei Fard and Hossein Kazemi, Safar Publications, second edition, Tehran, Iran.](#)
- [De Bosscher, V., De Knop, P., van Bottenburg, M., Shibli, S., & Bingham, J. \(2009\). *Explaining international sporting success: An International Comparison of Elite Sport Systems and Policies in Six Countries*. *Sport Management Review*, 12, 113-136.](#)
- [Ehsani, Mohammad, Amiri, Mojtabi and Qarakhani, Hassan \(2012\). *Designing and compiling the comprehensive system of professional sports in the country*. *Sports Management Studies*, 17, 123-134. \(in persion\)](#)
- [Elahi, Alireza, Sajjadi, Nasrallah, Khabeiri, Mohammad and Abrishmi, Hamid \(2009\). *Obstacles to the development of Iran's professional club industry*. *Research in sports sciences*, 28, 53-68. \(in persion\)](#)

- Farahani, Abulfazl (2017). Structural inhibiting factors of employment and entrepreneurship in Iranian sports, a case study: private clubs. *Applied Researches in Sports Management*, 7, 3(27), 41-54.
- Farahani, Abolfazl, Sogharinejad, Mehri and Farahani, Zahra (2018). Analysis of behavioral and human inhibiting factors in the employment and entrepreneurship of sports in Iran. *Organizational behavior management studies in sports*, 6, 1 (21), 11-21. (in persion)
- Farahani, Abolfazl, Nasirzadeh, Abdul Mahdi and Watan Dost, Maryam (2013). *Entrepreneurship in sports*. Hatmi publications. Tehran. Iran.
- Ferdowsi, Mohammad Hassan, Farahani, Abolfazl and Keshavarz, Luqman (2018). Designing an organizational entrepreneurship model based on the relationship between organizational structure and strategy in the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran. *Physiology and Management Researches in Sports*, 11, 1, 61-75. (in persion)
- Ghazlesflo, Hamidreza and Chorli, Ali (2018). Effective model of sustainable competitive advantage of small and medium virtual sports businesses based on the UTAUT model, examining the role of creative management. *Sports Management Studies*, 12, 62, 165-190. (in persion)
- Hosseinpour, E., & Vahdani, M. (2023). Development and Application the Theory of Absorptive Capacity in Sport Business. *Sport Management Journal*, 15 (2), 279-293. <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.345938.2996>
- Hosseini, Mirabrahim, Moradi, Fatemeh, Bezdi Langari, Masoumeh, Maleki, Ali and Shushi Nasab, Parveen (2019). Identifying and prioritizing obstacles to entrepreneurship in sports using the combined method of Dimtel and the ANP network analysis process. *Movement and Behavioral Sciences*, 3, 186-175. (in persion)
- Jahantigh, Saeed (2018). *Capabilities of social networks in the development of sports business*. The second national conference of new ideas in business management, Tehran.
- Jalili, M., HematiNejad, T. M. A. and NaderiNasab, M. (2020). Designing the Maturity Model for Managing Business Processes in Sporting Manufacturing Companies. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 19 (49), 211-236. (in persion)
- Mandalizadeh, Zeinab and Henry, Habib (2009). Investigating factors affecting entrepreneurship in sports; As an interdisciplinary field. *Interdisciplinary Studies in Human Sciences*, 6(2), 113-135. (in persion)
- McKelvey, S. and Grady, J. (2008). Sponsorship Program Protection Strategies for Special Sport Events: Are Event Organizers Outmaneuvering Ambush Marketers. *Journal of Sport Management*. 22, 550-586.
- Mokhtari Moghari, Mahdia and Khanzadeh, Hamed (2014). *Examining advertising methods and internet business models*. The first advertising management conference, Tehran.
- Moradi, Fatemeh, Bezdi Langari, Masoumeh, Maleki, Ali, Shushi Nasab, Parveen and Hosseini, Mirabrahim (2019). Identification and prioritization of entrepreneurship barriers in sports using the combined method of Dimtel and the process of AANP network analysis. *Movement and Behavioral Sciences*, 3, 186-175. (in persion)
- Nobakht, Farzad, Ehsani, Mohammad, Koze Chian, Hashem and Amiri, Mojtabi (2014). Background factors affecting the success of medium and small sports businesses in the country. *Strategic Studies of Sports and Youth*, 14 (28), 1-18. (in persion)
- Omidi, Yavar, Mohammad Kazemi, Reza and Azemodeh, Soghra. (2016). Identifying and Analyzing Environmental Obstacles in Organizational Entrepreneurship at the Ministry of Sports and Youth. *Sports Management Journal*, 8(5), 753-775 (in persian).
- Parvaz, M., & Eydi, H. (2023). Identifying and Analyzing the Challenges of the Startups in the Field of Sports Businesses with a Content Analysis Approach. *Sport Management Journal*, 15 (2), 167-181. DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.338091.2894>.
- Ramzaninejad, Rahim, Broumand, Mohammad Reza and Ahmadi, Fatemeh (2017). Entrepreneurial Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sports. *Contemporary Researches in Sports Management*, 8, 16, 29-40. (in persion)

- Rasouli, M., Ghodsi, P., Rahimizadeh, M., Reghbaty, A. (2021). A Canvas Business Model for Sport Club's Mascot Based on Osterwalder Model. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 20(52), 150-135. (in persion)
- Ratten, Vanessa. (2011). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory, of entrepreneurship and sport management". *International Entrepreneur Management J.*, 7(1), 57-69. DOI 10.1007/s11365-010-0138-z.
- Rose, N. M., & Vincent, N. M. (2019). Top management demographics and performance: An empirical investigation of Kenyan State Corporations. *International Journal of Business Administration*, 10(1), 45-64.
- Rezaei, Fahima (2011). *Investigating the structural barriers to the development of entrepreneurship in sports from the point of view of managers and sports entrepreneurs in Mazandaran province*. The first student entrepreneurship conference of the country, Tehran.
- Rezaei Sufi, Morteza, Dostar, Mohammad and Saadat, Mahdi (2012). Investigating the relationship between organizational health and effectiveness in the General Directorate of Sports and Youth of Gilan Province. *Applied researches of management and biological sciences in sports*, 2, 61-72. (in persion)
- Safak, Arzu Uyar, Deniz, Nevin. (2012). The Perceptions of Entrepreneurs on the Strategic Role of Human Resource Management Original Research Article *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 914-923.
- Sai, Hadi (2019). There is a great distance between popular sports and championship sports. *Iran Sport*, Thursday, November 1, 2019, number 7474.
- Salimi, Mehdi, Sultan Hosseini, Mohammad and Naderian Jahormi, Masoud (2015). Evaluating the obstacles to the development of sports marketing in Iran. *Sports Management Studies*, 29, 13-36. (in persion)
- Sarlab, Roghayeh, Sadeghi, Mohsen, and Farid Fathi, Maryam (2023). Modeling the Development of Women's Sports Businesses in West Azerbaijan Province with a Qualitative Approach. *Sport physiology and management investigations*, 15(1), 88-91.
- Shekari, Atefe, Gholami Chenaristan Alia, Abdul Khaliq and Mousavi, Seyyed Najmuddin (2020). Explaining the model of attitude towards advertising in sports goods through Instagram using the technology acceptance model. *Business Administration*, 45, 203-225. (in persion)
- Shibani Asl, Nasim, Delili, Amir and Mousavi, Zahrasadat (2021). *Sustainable development in business*. The 9th International Conference on Management and Humanities Research in Iran, Tehran, Iran.
- Yaqoubi Manzari, Parisa and Aghamiri, Sidomid (2016). Determining the sustainable development strategies of Iran's tourism industry using Metaswat technique in line with the objectives of the vision document of this industry. *Science and Culture Tourism Quarterly*, 5(9), 73-86. (in persion)
- Yousefi, Bahram, Honary, Habib, Qobadi Yeganeh, Akram and Naseri Pelengard, Wali (2019). Investigating the effect of sports fandom and general attitude towards advertisements on the believability of advertisements through sports. *Communication Management in Sports Media*, 27, 33-42. (in persion)