

تدوین چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی

حبیب هنری^۱، جواد شهبایی^۲، زینب مندعلی‌زاده^۳

تاریخ دریافت: ۹۰/۰۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۰/۲۷

چکیده

هدف این پژوهش، تدوین چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی است. روش تحقیق توصیفی پیمایشی است. جهت جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه و پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. پرسشنامه مورد نظر پس از تأیید روایی (توسط استادان مدیریت ورزشی، کارآفرینی و استراتژیک) و پایایی توسط ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/96$)، بین نمونه آماری (۶۴ نفر از بین ۷۹ نفر جامعه آماری) شامل مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، اساتید مدیریت ورزشی، مدیریت کارآفرینی و گرایش مدیریت استراتژیک توزیع شد. برای تحلیل داده‌ها، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله آزمون‌های کایزر، بارتلت و تحلیل عاملی استفاده شد. نتیجه با در نظر گرفتن عناصر تشکیل دهنده چشم‌انداز و با استفاده از آزمون تحلیل عاملی ($\chi^2=325/799$ ، $p \leq 0/001$ و $KMO = 0/821$) به دست آمد. کلیه تجزیه و تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. بر اساس یافته‌های این پژوهش چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور با محوریت سازمان تربیت بدنی، در توسعه اشتغال، اثربخش عنوان شد. اثربخشی، زمینه‌سازی و اکتشاف فرصت‌های کارآفرینانه جهت توسعه اشتغال برای هر کشوری به منظور ایجاد ثروت ضروری و مهم تلقی شده است. بنابراین تدوین چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش می‌تواند جامعه ورزش و اشتغال را در آن سازماندهی و به شکل‌گیری کارآفرینی در ورزش کمک نماید.

واژگان کلیدی: چشم‌انداز، کارآفرینی، سازمان تربیت بدنی، ورزش، استراتژیک.

۱. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول) Email: honari_h@yahoo.com

۲. استادیار مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

امروزه ورزش یکی از بارزترین و گسترده‌ترین شکل‌های سرگرمی در بازارهای بین‌المللی است. فرهنگ ویژه‌ای که بر معانی گسترده ورزشی نظارت می‌کند، نشان‌دهنده خصیصه‌های بی‌نظیر اقتصاد مالی این بخش است که مقدمه‌ای جزئی و قابل دسترس برای همه جنبه‌های اقتصادی در این بخش گسترده است (۱). در واقع دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد. به عبارتی افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در فرصت‌های شغلی جدید تنوع ایجاد می‌کند (۲). در نتیجه، ورزش در دنیا به عنوان صنعتی شناخته شده که عمده محصولات آن را ورزش، تناسب جسمانی، تفریح یا فعالیت‌های مرتبط با اوقات فراغت تشکیل می‌دهد و ممکن است این فعالیت‌ها، کالاها، خدمات، اماکن یا مردم باشد که صنعت ورزش را شامل تنوع گسترده‌ای از تولیدات و مشتریان کرده است (۳). بنابراین می‌توان گفت فعالیت‌ها، کسب و کار و ورزش به گونه‌ای با هم شریک‌اند، آن‌ها همدیگر را به پیش می‌برند و الگوی همسازی را تشکیل می‌دهند که باعث توسعه دوجانبه می‌شود (۴).

کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کارهای ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند. بنابراین ایجاد برنامه مؤثر برای کارآفرینی در ورزش به ایجاد خطوط کلی کسب‌وکار و راهبردهای اشتغال برای جامعه، بویژه فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی، کمک می‌کند (۵). از طرفی برای مقابله با مشکلات بیکاری و نبود پویایی و کارآفرینی باید به فکر چاره بود. به هر حال، در دهه حاضر نیز یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها و یکی از مهم‌ترین مشکلات برای نیروی انسانی تحصیل‌کرده ورزش کشور، کارآفرینی و کاهش بیکاری است. کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، اشتغال، رفاه و سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای داشته باشد. علاوه بر این، کارآفرینی می‌تواند وسیله‌ای برای رشد فردی و حل مشکلات اجتماعی باشد (۱). بنابراین جهت کارآفرینی در صنعت ورزش، نیاز به سیستم برنامه‌ریزی پاسخگو نسبت به شرایط متغیر و پیچیده، متناسب با نیازهای جامعه کاملاً مشهود است. در این میان تعیین چشم‌انداز، می‌تواند به سازمان کمک کند تا مشکلات را برطرف کند، به تهدیدها و فرصت‌های محیطی پاسخ دهد و باعث جهت‌دهی و کارایی سازمانی شود (۶). تدوین چشم‌انداز، موجب ارائه راهکارهای خلاقانه برای رفع چالش‌های کسب و کار می‌شود. چشم‌انداز، راهنمای کارآفرینان برای ایجاد موقعیت جدید و اساسی برای فرایند کارآفرینی است (۳).

مفهوم چشم‌انداز، به دانش استراتژیک توجه زیادی داشته است (۷). چشم‌انداز و متدولوژی

ترسیم آن، واژه‌هایی است که در سطح سازمان‌های جهانی، با در نظر گرفتن برنامه‌ریزی و عملکرد مدیریتی و همین‌طور مفاهیم تئوری استفاده می‌شود (۹، ۸). چشم‌انداز در سطح ملی یا سازمانی، چارچوبی برای پاسخ به این سؤالات است که «کجا هستیم؟»، «کجا می‌خواهیم باشیم؟» و «چگونه می‌خواهیم به آنجا برسیم؟». تعریف و نقش دورنمای آینده نشان می‌دهد که نقش چشم‌انداز طی فرایندی اجرایی، می‌تواند بر تمامی تصمیمات، برنامه‌ریزی‌ها و فعالیت‌ها تاثیر داشته باشد (۱۰).

از دو دهه گذشته تاکنون، در مناطق مختلف جهان و بین کشورها، ملت‌ها و سازمان‌ها، داشتن چشم‌انداز آینده، برای اداره جوامع و سازمان‌ها به عنوان ابزارهای مدیریتی نوین به کار می‌رود. در حقیقت چشم‌انداز، بیش از ابزارهای قدرتی نقش دارد. از طرفی چشم‌انداز بطور مشخص طی یک دوره زمانی، می‌تواند شرایط مطلوب را، مانند دیگر عوامل کلیدی و بحرانی موفقیت، ارزیابی کند (۱۱). چشم‌انداز، آینده مطلوب و ممکن را ترسیم می‌کند. در حقیقت جوامع و سازمان‌ها، آینده را در قالب اهداف یا آرمان تعیین می‌کنند. برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری، برای انجام دادن فعالیت‌هایی به منظور رسیدن به اهداف مورد نظر و در حقیقت برای آینده است. آینده ممکن و مطلوب، حاصل فرایند مدیریت استراتژیک است. چشم‌انداز و مأموریت، از عناصر ضروری مدیریت استراتژیک محسوب می‌شوند. تفاوت میان چشم‌انداز و مأموریت در عنصر زمانی آن است. مأموریت، کاری را مشخص می‌کند که شرکت انجام می‌دهد. در حالیکه چشم‌انداز، چیزی را نشان می‌دهد که سازمان می‌خواهد در آینده به آن برسد یا انجام دهد (۱۲).

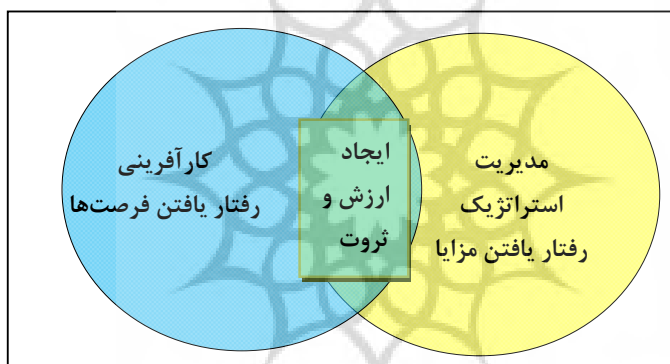
چشم‌انداز می‌تواند از پیش‌بینی‌ای مشتق شود که حاصل تفکر استراتژیک یک فعالیت گروهی است. با این حال، چشم‌انداز می‌تواند برگرفته از یک فرد باشد؛ به عبارتی چشم‌انداز می‌تواند از مدیر سازمان نشأت گرفته باشد. واژه ترسیم چشم‌انداز، بصورت فردی یا گروهی، بیشتر مربوط به آینده‌ای است که درگیری بیشتری از پیش‌بینی نسبت به تجزیه و تحلیل چیزی دارد. با پیش‌بینی، شخص می‌تواند رویدادها را پیش‌بینی کند و در حقیقت از فاجعه اجتناب کند و یا آماده تغییر اقتصادی مثبت باشد؛ اما چنین پیش‌بینی تنها بخش محدودی از هر فرایند چشم‌انداز صحیح است (۷). در فرایند ترسیم چشم‌انداز، اگر همه گروه‌های ذی‌نفع در این فرایند شرکت داده شوند، چشم‌انداز ایجاد شده مؤثرتر خواهد بود (۶). بسته چشم‌انداز کامل، باید شامل تعهد کامل برای جهت‌گیری کلی استراتژیک و متعاقباً فرایندهای برنامه‌ریزی استراتژیک باشد (۷). فرایند ترسیم چشم‌انداز، معمولاً همراه با کسب‌وکارهای فردی اعمال می‌شود؛ اما به هر حال این فرایند محدود به برنامه‌ریزی استراتژیک کسب و کارهای خصوصی

نیست (۱۳). بنابراین چشم‌انداز قدرتمند، عامل مهمی در موفقیت سازمانی محسوب می‌شود (۶). یک چشم‌انداز سازمانی شفاف، باثبات و بزرگ می‌تواند جهتی را برای سازمان مشخص کند و توانایی سازمان را برای رسیدن به موفقیت تحت تأثیر قرار دهد (۱۴). در واقع چشم‌انداز، به سازمان کمک می‌کند تا مشکلات را برطرف کند، باعث کارایی درونی شود و به تهدیدها و فرصت‌های محیطی پاسخ دهد (۱۲). علی‌رغم اهمیت آن، چشم‌انداز هنوز به عنوان رفتار پذیرفته شده برای عموم تعریف نشده و به لحاظ آماری بر پایه تحقیقات تجربی است و به رویکردهای متنوعی برمی‌گردد که به چشم‌انداز نگاه شده است (۱۵).

امروزه در روش‌های علمی و عمومی برای طراحی چشم‌انداز، از فرایندی استفاده می‌شود که روش آگاهانه و خلاقانه، تفکر و برنامه‌ریزی در شناخت متغیرهای مختلف دارند و آرمان‌ها و آرزوهای اجتماعی که عموماً در قوانین مادر کشورها و جوامع در نظر گرفته می‌شود و به صورت علمی از روندهای طراحی و برنامه‌ریزی، موقعیت‌یابی، کارآفرینی، خلاقیت، شهود، قدرت‌سازی و توانایی فکری جامعه بهره‌گیری می‌کنند. نهایتاً تصویری ساخته می‌شود که سازگاری، آینده‌نگری، آرمان‌طلبی و واقع‌بینی و نیازسنجی را بصورت خلاق به همراه دارد (۱۱). در تحقیقی کریک‌پاتریک و همکاران^۱، ساختار بیانیه چشم‌انداز را با در نظر گرفتن ارتباط معنی‌دار میان بیانیه‌های چشم‌انداز و عملکرد سازمانی مشخص کردند (۱۶). در واقع مطالعات تجربی، بیانیه‌های چشم‌انداز را در رویکردهای مقایسه‌نشده ساختاریندی کرده‌اند. علی‌رغم نتایج روبه گسترش در این زمینه، اندازه‌گیری بیانیه چشم‌انداز مشکل است و با توجه به تحقیقات انجام گرفته شاخص‌های چشم‌انداز در هیچ مطالعه‌ای به وضوح بیان نشده است و هیچ مبنای تئوریکی ندارد (۱۶، ۱۷). با این حال تحقیقاتی نیز با استفاده از پرسشنامه، ویژگی‌های ساختاری چشم‌انداز را بررسی کردند و خصوصیات از بیانیه چشم‌انداز را بیان کرده‌اند که شامل: اختصار، شفافیت، خلاصه بودن، چالشی بودن، آینده‌نگرانه بودن، الهام بخش و باثبات بودن است (۱۶). بنابراین می‌توان گفت تدوین بیانیه چشم‌انداز الهام‌بخش، نیازمند در نظر گرفتن معیارهایی مانند: تناسب با سازمان و زمان، تنظیم بهترین استاندارد، انعکاس آرمان‌های والای چشم‌انداز، روشن نمودن هدف و جهت، دیدن روح اشتیاق و ترغیب تعهد، سهولت ادراک، انعکاس منحصر به فرد سازمان و بلندپروازانه بودن چشم‌انداز است (۱۸).

زمینه‌های تحقیقاتی نوین مربوط به چشم‌انداز کارآفرینی، نشان‌دهنده این است که ترکیبی از کارآفرینی و استراتژی، همراه با شناخت روز افزون، مسیری برای رشد در غالب سازمان‌ها و

اقتصادهای ملی است (۱۹). کارآفرینی استراتژیک از مداخله دانش مدیریت استراتژیک و کارآفرینی نتیجه می‌شود. کارآفرینی و مدیریت استراتژیک با رشد و ایجاد ثروت مرتبطاند (۲۰). بر پایه این بررسی، شش عنصر محوری برای کارآفرینی استراتژیک شناخته شده‌اند که شامل شناسایی فرصت، نوآوری، ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری، چشم‌انداز و رشد هستند. به طور ویژه مینتزبرگ و واترز^۱، ایجاد استراتژی کارآفرینانه را توسط درجات شفاف و سنجش چشم‌انداز کامل با انعطاف‌پذیری که اجازه تغییر چشم‌انداز را دهد، شرح می‌دهد. برد^۲ مفهوم چشم‌انداز را در غالب کارآفرینی استراتژیک، از طریق شناسایی چشم‌انداز آینده یا تمرکز بر ارائه تصویر سازمان، تقویت می‌کند (۱۹). شکل ۱ بیانگر چشم‌انداز کارآفرینی استراتژیک است که در آن، ثروت و ارزش از طریق تلفیق اطلاعات این دو حوزه ایجاد می‌شود (۲۱).



شکل ۱. چشم‌انداز کارآفرینی استراتژیک (۱۸).

لارود و همکاران^۳، شش بعد چشم‌انداز کارآفرینی را شناسایی کردند: الهام‌بخش، گویا، واقعی، انعطاف‌پذیر، عمومی و محافظه‌کارانه (۱۵). این ابعاد به خوبی در ادبیات مدیریت و کارآفرینی مورد توافق هستند. تعریف چشم‌انداز کارآفرینی، تصویر آینده‌نگرانه‌ای از کسب و کارهای جدید است که کارآفرینان و تمام ذی‌نفعان را در جهت رسیدن به آینده مطلوب و ممکن به حرکت وا می‌دارد. بعضی از محققان بیان کرده‌اند که کارآفرینی نیازی به چشم‌انداز ندارد یا اگر چشم‌اندازی وجود داشته باشد، رسمی نیست یا به طور شفاف بیان نشده است؛ در حالیکه در

1. Mintzberg & Waters
2. Bird
3. Larwood & et al

بیشتر ادبیات مربوط به کارآفرینی، به وجود و اهمیت چشم‌انداز در زمینه فعالیت مربوط به کارآفرینی تأکید شده است (۳).

چشم‌انداز کارآفرینی کانادا به این صورت بیان شده است: «چشم‌انداز ما، ایجاد انقلاب جهانی کارآفرینانه با ایجاد ده میلیون کسب و کار کوچک تا سال ۲۰۲۰ است. همکاری مستمر کارآفرینان، ما را به احیای قدرت و دوباره شناخته شدن جهت مشارکت و اثرگذاری بر اقتصاد، محیط و زندگی جمعیت زمین قادر می‌سازد» (۱۰). چشم‌انداز کارآفرینی دانمارک تا سال ۲۰۱۵ بدین شرح است: «دانمارک باید تا سال ۲۰۱۵ در میان کشورها، بالاترین میزان رشد راه‌اندازی کسب و کار را داشته باشد» (۲۲). چشم‌انداز اکت اسپرت بدین صورت بیان شده است: «اکت اسپرت، نماینده شناخته شده، حامی مؤثر و شریک ارزشمندی برای صنعت ورزشی منطقه کانبرا است» (۱۸).

از آنجائیکه داشتن تفکر رو به جلو برای آینده الزامی است، بهره‌گیری از روش‌های علمی آینده‌سازی، آینده‌اندیشی و ترویج روحیه مثبت در جامعه، در ایجاد چشم‌انداز برای کارآفرینی ورزش کشور الزامی است. از سوی دیگر در جامعه، هنوز برنامه‌ای منسجم و چشم‌اندازی خاص کارآفرینی ایجاد نشده و حتی در سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور از کارآفرینی در ورزش بحثی به میان نیامده است؛ لذا این مسائل لزوم توجه و تدوین بیانیه چشم‌انداز را برای جامعه ورزش ضروری ساخته است. بنابراین سؤال پژوهش حاضر این است که چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی چیست؟

روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی تحلیلی از نوع کاربردی است. برای جمع‌آوری داده‌ها و نظرات صاحب‌نظران ورزشی از مصاحبه و پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، اساتید دکتری مدیریت ورزشی، اساتید گرایش مدیریت استراتژیک دانشگاه‌های شهر تهران و استادان گروه مدیریت کارآفرینی واقع در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران بود. نمونه تحقیق، طبق جدول حجم نمونه مورگان و کرجسای از بین جامعه آماری (۷۹)، با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، در مجموع ۶۴ نفر انتخاب شد.

جدول ۱. توزیع نمونه آماری پژوهش

تعداد نمونه	تعداد جامعه	صاحب‌نظران ورزشی کارآفرینی در ورزش کشور
۲۱	۲۹	اساتید مدیریت ورزشی، کارآفرینی و استراتژیک
۴۳	۵۰	مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی
۶۴	۷۹	مجموع

روش اجرای تحقیق

تعریف و ترسیم چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور (با تأکید بر حمایت سازمان تربیت بدنی از رویکرد کارآفرینی در ورزش کشور)، مستلزم مشارکت مسئولین و مدیران سازمان تربیت بدنی و متخصصان این رشته است. علاوه بر این در تدوین چشم‌انداز پیشنهادی کارآفرینی در ورزش، چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی لحاظ شد. در تدوین بیانیه چشم‌انداز، قصد بر این شد که این بیانیه در قالب پرسشنامه‌ای (که در آن چشم‌اندازهایی در مورد کارآفرینی مطرح شده و علاوه بر آن خواسته شده بود که متخصصان و مدیران، چشم‌اندازهای پیشنهادی را نیز بر اساس مشخصات چشم‌انداز معرفی شده، بیان کنند) به معرض نظرخواهی گذاشته شود. پس از اطلاع‌رسانی از نظرات سایرین به تک تک افراد و اصلاح بر اساس آن، بیانیه‌های چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور حاصل شد و با استفاده از آزمون تحلیل عاملی مهم‌ترین چشم‌انداز، بعنوان چشم‌انداز نهایی کارآفرینی بدست آمد. روایی پرسشنامه توسط ده نفر از استادان رشته‌های کارآفرینی و مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت. هم‌چنین پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۹۶ به دست آمد.

روش‌های آماری

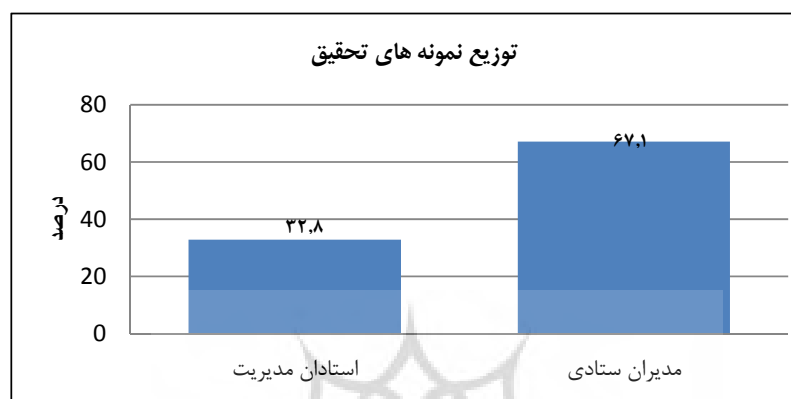
ابتدا یافته‌های تحقیق با استفاده از روش آمار توصیفی بررسی شد و سپس از آزمون بارتلت، کایزر-مه‌یر-الکین^۱ و تحلیل عاملی برای بررسی کفایت اندازه‌گیری، معنی‌داری تحلیل عاملی و تعیین چشم‌انداز کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفت. کلیه تجزیه و تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس^۲ صورت پذیرفت.

یافته‌های تحقیق

در بخش آمار توصیفی، برای ارائه داده‌های توصیفی از شاخص‌های آماری درصد فراوانی و

1. Kaiser_ Maye_ Olkin
2. SPSS

نمودار استفاده شد.



نمودار ۱. توزیع درصدی نمونه های تحقیق

همان گونه که در نمودار ۱ مشاهده می شود، کمترین نمونه های تحقیق را اساتید مدیریت ورزشی، کارآفرینی و مدیریت استراتژیک (۳۲/۸٪) تشکیل می دهند و بیشترین نمونه ها را مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی با ۶۷/۱٪ تشکیل می دهند. در بخش آمار استنباطی، جهت اطمینان از مناسب بودن داده ها برای آزمون تحلیل عاملی، بررسی حداقل داده های گمشده (کمتر از ۰/۰۲) مد نظر قرار گرفت. هم چنین نتایج اولیه این تحلیل نشان می دهد نسبت آزمون کایزر- مایر- الکلین برای ماتریس همبستگی مورد تحلیل برابر ۰/۸۲۱ بود که نشان دهنده کفایت نمونه گیری است. آزمون کرویت بارتلت نشان دهنده میزان معنی داری ماتریس همبستگی اطلاعات است که نتایج آن در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول ۲. آزمون بارتلت و KMO برای بررسی مناسب بودن سؤالات مربوط به چشم انداز کارآفرینی در ورزش کشور

۰/۸۲۱	شاخص کفایت اندازه گیری (KMO)	
۳۲۵/۷۹۹	χ^2	آزمون کرویت بارتلت
۱۰	df	
۰/۰۰۱	p	

جدول ۲ بالابودن مقدار آزمون کایزر در سؤالات و معنی‌داری آزمون بارتلت را ($p \leq 0/001$) نشان می‌دهد. هم‌چنین با در نظر گرفتن ضریب اشتراک سؤالات و واریانس تبیین شده، تحلیل عاملی با تأکید بر تمامی سؤالات صورت پذیرفت. در نتیجه پس از حصول اطمینان نسبت به استفاده از آزمون تحلیل عاملی، تنها یک عامل با بیشترین بار عاملی بعنوان چشم‌انداز استخراج شد که در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. توزیع واریانس کل چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش

عناصر اصلی	مقدار ویژه‌ی اولیه			مجموع بارهای عاملی استخراج شده		
	Total	% of variance	cumulative%	Total	% of variance	cumulative%
۱	۳/۶۹۴	۷۳/۸۸۲	۷۳/۸۸۲			
۲	۰/۶۶۰	۱۳/۱۹۶	۸۷/۰۷۸			
۳	۰/۲۹۳	۵/۸۵۹	۹۲/۹۳۷	۳/۶۹۴	۷۳/۸۸۲	۷۳/۸۸۲
۴	۰/۱۹۰	۳/۷۹۵	۹۶/۷۳۲			
۵	۰/۱۶۳	۳/۲۶۸	۱۰۰/۰۰۰			

با توجه به جدول کل، تعدادی عامل با مقدار بالای یک استخراج می‌شود. در جدول فوق نیز تنها یک عامل بیشتر از ۱ است که حدود ۷۳/۸۸۲٪ اثر آن عامل بدست آمده بود.

جدول ۴. بارهای عاملی چشم‌اندازهای پیشنهادی کارآفرینی در ورزش کشور

بارهای عاملی	چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور
۰/۸۹	کارآفرینی در ورزش اثر بخش در توسعه اشتغال
۰/۸۸	توسعه کارآفرینی در جامعه از طریق ورزش با تعامل سازنده با مراکز علمی روز دنیا
۰/۸۷	رویکردی شناخته شده و مؤثر با توسعه همه جانبه‌ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و علمی در ورزش کشور
۰/۸۳	رویکردی اثر بخش در جهت صنعتی شدن ورزش کشور همراه با اقتصاد دانش‌محور، متنوع و پویا
۰/۸۰	تصاحب سهم قابل توجه بخش نوآوری و کسب و کار کشور از طریق ورزش

جدول ۴ نتایج ماتریس عناصر را نشان می‌دهد. در نهایت چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش بدین صورت تدوین شد: «کارآفرینی در ورزش، اثر بخش در توسعه اشتغال».

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجائیکه انجام هر فعالیت و اجرای هر برنامه برای تحقق اهداف بلندمدت، بدون داشتن دورنما و تصویر آینده برای جامعه به راحتی نمی‌تواند تداوم داشته باشد، در نتیجه چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور می‌تواند در تمامی تصمیمات، برنامه‌ریزی‌ها، فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه علم و دانش، نقش مؤثری ایفا نماید. چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور، می‌تواند جامعه ورزش و اشتغال و ارزش‌آفرینی را در آن سازماندهی کند. بنابراین در شرایط متغیر و ناپایدار، شکل‌گیری کارآفرینی در ورزش بدون چشم‌انداز مقدور نیست. البته تعاریف و نقش‌های تعیین شده برای چشم‌انداز نشان می‌دهد که فعالیت یک جامعه و یا عملکرد یک سازمان بدون داشتن چشم‌انداز امکان‌پذیر است؛ ولی چنانچه گسترش هر چه بیشتر منافع جامعه و سرعت حرکت آن، هدف باشد تا بتواند نیازهای امروز و آینده جامعه را تأمین و رؤیاهای آینده آن را مشخص سازد، بدون استفاده از نقش چشم‌انداز امکان‌پذیر نیست (۲۲).

بر این اساس نتایج حاصل از آزمون تحلیل عاملی و با توجه به بار عاملی چشم‌اندازها، چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش (با محوریت سازمان تربیت بدنی) بدین صورت تدوین شد: «کارآفرینی در ورزش، اثربخش در توسعه اشتغال». چشم‌انداز بدست آمده از این تحقیق با چشم‌انداز کارآفرینی کانادا (۲۰۰۹)، چشم‌انداز کارآفرینی دانمارک در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه (۲۰۰۷) و چشم‌انداز اکت‌اسپرت (۲۰۰۶) هدف مشترکی را دنبال می‌کند. به نظر می‌رسد چشم‌انداز مشترک کارآفرینی در تمامی برنامه‌های استراتژیک، رسیدن به جایگاه والای اشتغال، رشد اقتصادی و نوآوری است. چنانکه چشم‌انداز کارآفرینی استراتژیک، از دیدگاه هیت و سیرمون، ایجاد ثروت و ارزش از طریق تلفیق اطلاعات این دو حوزه ذکر شده است (۲۱)، (۲۳). بعنوان مثال از سال ۱۹۹۰ بیشتر از ۹۵ درصد ثروت در ایالات متحده آمریکا، در نتیجه تفکر و چشم کارآفرینانه‌ای ایجاد شده که به ایجاد اشتغال و نوآوری منجر شده است؛ به گونه‌ای که مشارکت اجتماعی و موفقیت مالی در این کشور به تفکر کارآفرینانه نسبت داده می‌شود (۲۴). به عبارت دیگر چشم‌اندازی که در سطح بین‌المللی با کارآفرینی سازگاری دارد، به ارزش، اشتغال، ساده و قابل درک بودن مبتنی است (۱۴).

چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور، به سازمان تربیت بدنی کمک می‌کند تا با تجسم آینده، استراتژی‌های خود را برای توسعه کارآفرینی شروع کند. زیرا استراتژی همیشه با چشم‌انداز شروع می‌شود و گسترش و عمق چشم‌انداز می‌تواند نقش مهمی در فعالیت‌های سازمان بازی کند (۲۶، ۲۵). بنابراین ضرورت دارد تا سازمان تربیت بدنی جهت تدوین رویکردهای استراتژیک برای کارآفرینی در ورزش و به دنبال آن تدوین و اجرای استراتژی‌ها، چشم‌انداز کارآفرینی را

مد نظر قرار دهد؛ هرچند که در نظام راهبردی ورزش کشور چشم‌اندازهای متنوعی برای بخش‌های مختلف ورزش (ورزش پرورشی، همگانی و تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای) در نظر گرفته شده؛ ولی به طور اخص برای کارآفرینی در ورزش، چشم‌انداز و رویکردهای استراتژیک در نظر گرفته نشده است. بنابراین بازنگری در سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور ضروری است. در نتیجه وجود چشم‌انداز برای کارآفرینی در ورزش، می‌تواند جهت کارآفرینی را شفاف و راه روشنی را برای فردایی بهتر هموار نماید.

منابع:

1. Ball, S. (2005). "The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport, and tourism". *Journal of the Hospitality, Higher, Leisure, Sport Education and Tourism Academy Network*, 3: 1-14.
2. Jones, W.B. and Bill, K. (2009). Bachelor of Business: sports & events Management. *James Cook University of Australia*, Retrieved from: [www.jcu.edu.au/business/JCUPRD_037555.html] (25Apr2009).
3. Ruvio, A., Rosenblatt, Z. and Lazarowiz, H.R.(2010). Entrepreneurial leadership vision in nonprofit vs. For profit organizations. *The Leadership Quarterly*. 21: 144-158.
4. Gartton, C. and Arnesolberg, H.(2007). The economics of sports broadcasting. Retrieved from: [www.routledgeeconomics.com/books/the-economics of - sports -broadcasting- isbn9780415357807]. 20 Aug 2009.
5. Santomier, J. (2002). Sport business entrepreneurship. *New England Journal of Entrepreneurship*. 5: 5-6.
6. Pruyne, E. (2005). The organization visioning process as experienced by stakeholders. (Thesis), Harvard University, USA.
7. Kakabadse, N., Kakabadse, A. and Leedavies, L. (2005). Visioning the Pathway: A Leadership Process Model. *European Management Journal*. 23(2): 234-246.
8. Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21: 135-172.
9. Lynaa, G.S. and Akgun, A.E. (2001). Project visioning: its component and impact

- on a new product success. *Journal of Product Innovation Management*. 18: 374-384.
10. PowerhouseTeam.(2009).Retrieved from [www.powerhouse.ca/index.php?option=com_content&view=article&id=65&itemid=62] [28 mar 2009].
۱۱. مبینی دهکردی، علی؛ رضائی میرقائد، محسن.(۱۳۸۶). متدولوژی طراحی و تدوین چشم‌انداز ایران. دومین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران.
12. Skert,B. and Antonic, B.(2004). Strategic planning and small firm growth: an empirical examination. *Managing Global Transitions*. 2(2): 107-122.
13. Smith,S.L.J.(2003). A Vision for the Canadian Tourism Industry. *Tourism management Journal*. 24: 123-133.
14. Lin,C.C., Luh,D.B. (2009). A Vision –Oriented Approach for Innovative Product Design. *Journal of Advanced Engineering Informatics*. 23: 191-200.
15. Larwood,L., Falbe,M., Kriger,M.P. and Miesing,P.(1995).Visioning. *Academy of Management Journal*. 38(3): 790-769.
16. Krikpatirick, S., A.,Wofford,J.C. and Baum,J.R. (2002). Measuring motive imagery contained in the vision statement. *The Leadership Quarterly*. 13: 139-150.
17. Filion, L.J.(1991). Vision and relations elements for an entrepreneurial met model. *International Small Business Journal*. 9: 112-131.
18. Anon, ACTSPORT Strategic Plan 2006-2009. (2006) Leading The Sport Industry in the Act Sport Strategic Plan. *Final Report*, Leading the Sport and Recreation Industry, Canberra, Canada.
19. Luke,B. and Verreynne,M.L. (2006). Exploring strategic entrepreneurship in the public sector. *Qualitative Research in Accounting & Management Journal*, 3: 4-6.
20. Ireland, R.D, Hitt, M.A. and Sirmon,D.G. (2003). A model of Strategic Entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6): 963-989.
۲۱. اعرابی، سید محمد؛ نجفی پاشاکی، کوروش (۱۳۸۸). مدیریت استراتژیک کارآفرینی. تهران: نشر مهکامه.
22. Anderson, B.L.(2007). Regional centers of growth in Denmark. *Danish*

Enterprise & Construction Journal. 4: 20-31.

23. Dymowski, E. and Daulh, G. (1992). Strategic planning. *Journal of Inform Global*, 4(2): 18-28.
24. Edwaed, J.O, and Fiol, C.M. (2006). Focusing Your People: The Power of Entrepreneurial Thinking. *The Physician Executive*: 18-23.
25. Henderson, L. (2009). Vision on. *Chartered Accountants Journal of New Zealand*, 88(6): Pg 11.
26. Obrien, P.A. and Meadows, M. (2001). How to develop visions: a literature review, and a revised CHOICES approach for an uncertain world. *Journal of Systemic Practice and Action Research*. 14(4): 495-515.

ارجاع مقاله به روش APA

هنری، حبیب؛ شهلائی، جواد؛ مندعلی زاده، زینب؛ (۱۳۹۲)، تدوین چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی، *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۸، ۸۰-۶۷

ارجاع مقاله به روش vancouver

هنری حبیب؛ شهلائی جواد؛ مندعلی زاده زینب. تدوین چشم‌انداز کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳۹۲؛ ۵ (۱۸): ۸۰-۶۷

