

Identifying and Ranking The Components of Sports Business Development In Golestan Province

Mohammadali Noudehi^{*1}, Mojtaba Ahmadi²

Received: 06/04/2022

صفحات: ۹۹-۱۲۸

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۱/۱۷

Accepted: 04/11/2022

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۱۳

Abstract

The purpose of this study was to identify and rank the components of sports business development in Golestan province. The issue of interest for this study, sports business development, is understood as an emerging and constantly evolving area of the business and management world. Because of this, analyzing the sports environment through entrepreneurial processes is useful in improving the well-being and performance of sports companies, as well in increasing their economic production. The most challenging face of sports entrepreneurship is the need to progress at the same pace as the industry. In this regard, sports entrepreneurship in Iran has not yet been able to identify the motivations and needs of entrepreneurs. The aim of this study was factor analysis of components of sports business development in Golestan province. The research method was descriptive-analytical. The statistical population consisted of all sports business owners, sport managers and physical education professors in Golestan province (N = 1200) and the sample size of the study was (n = 297) that selected with Quota Sampling. A researcher-made questionnaire with 28 items and 4 components in the areas of specialty (6 items), environmental (6 items), commercial (7 items) and management (9 items) was used for data collection. Also, confirmatory factor analysis was used to evaluate the construct validity of the questionnaires. The validity of the questionnaire was confirmed by 8 professors. To measure the reliability, questionnaires were distributed among 30 people in the

-
1. Assistant Professor, Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.
 2. Assistant Professor, Department of Physical Education, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran.

Corresponding Author:

Email: Mnodehi2006@yahoo.com

research sample and the results were in SPSS 1 software. The combined method was used. The Cronbach's alpha coefficient for the combined method was $\alpha = 0.776$, which is acceptable. To analyze the data analysis in the qualitative stage of the research, the qualitative content analysis method was used, the text of the interviews was implemented and their key points, which were in line with the objectives of the research, were coded. Finally, the components of sports business development were identified and approved by a group of experts. In the quantitative stage of the research, after compiling the desired indicators in the qualitative stage, compiling, distributing and collecting questionnaires, descriptive statistics (frequency, mean, percentage and frequency) and inferential statistics (exploratory factor analysis) were used to analyze the obtained data. All analyzes were performed using SPSS statistical software. Version 21 and LISREL version 8.5 were performed. According to the findings of the descriptive part of the research, among the statistical sample in the qualitative part, 7 persons were university professors, 4 persons were sports administrators and 6 persons were sports experts. Also, among the statistical samples of the quantitative research section, 137 persons were sports club managers, 24 persons were pool managers, 19 persons were sports product manufacturers, 74 persons were sports shop managers and 43 persons were football school managers. According to the research findings, four different factors including specializedty, environmental, managerial and commercial factors were effective on the development of sports businesses in Golestan province that should be considered. The results of the present study with the research findings of Javanmaed & Farzan (2021), Al Mamun (2018), Viliamos & Tzeremes (2012), Ghorbani & Vahdani (2016), Azimzadeh et al. (2014), was consistent. Based on the results in this section, it can be acknowledged that one of the main and important factors in the development of sports businesses is the factors related to the expertise of the entrepreneur. And the entrepreneur in order to succeed in developing his business must have different expertise and capabilities. For example; Ability and mastery in information and communication technologies, ability, experience and expertise in relation to national and international sports organizations, ability, experience and theoretical and practical management expertise Sports, Ability and experience in holding sporting events, volunteering activities, internships and internships in sports organizations can play a key role in the process of creating and developing sports businesses and therefore it is very important to pay attention to these factors. Findings showed that environmental factors were effective

in the development of sports businesses. In other words, the research samples mentioned environmental factors as one of the important factors for the creation and development of businesses. The research findings showed that the managerial factor has a significant effect on the development of the business model. This finding is consistent with the findings of Dastoom & savadi (2017), Carlos et al. (2016), Vivianna (2017), was consistent. Factors such as ability and mastery in goal setting, planning and path selection in sports business, ability and mastery in working with people in sports business, ability and mastery in resolving conflicts in sports business, ability and mastery in decision making sports business issues, ability and mastery in monitoring, evaluation and control of sports business affairs, ability and mastery in leadership, guidance and coordination of sports business affairs, ability and mastery in negotiation, bargaining, bargaining, holding Meetings and time management in sports business, ability and mastery in organizing and allocating sports business resources, ability and mastery in perceiving and analyzing sports business issues have an effective role in management. Findings showed that the commercial factor has a significant effect on the development of sports businesses in Golestan province. In the field of business, the main goal is to increase customer and organizational satisfaction, as well as increase the interests of both parties and improve efficiency in marketing, sales and service and support structures. According to the research findings, managers and relevant stakeholders in the province can use the factors identified in the present study to develop sports businesses whose role in the development of such businesses was confirmed in order to improve the employment situation and reduce unemployment in the province. And by holding training workshops for students and graduates of the field of physical education of athletes, coaches and members of sports teams as well as owners of sports businesses in the province and familiarize them with various factors affecting this area and appropriate planning at management levels and reduce problems and Existing restrictions provide suitable conditions for the development of sports businesses in the province.

Keywords: Sports Business, Specialized Factors, Managerial Factors, Environmental Factors, Business Factors.

شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان

محمدعلی نوده‌ی^{۱*}، مجتبی احمدی^۲

چکیده

هدف از انجام تحقیق حاضر شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان بود. روش انجام تحقیق آمیخته اکتشافی (کیفی - کمی) بود. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی از نوع غیر احتمالی و قضاوتی و جامعه آماری شامل اساتید دانشگاه و مدیران و کارشناسان ادارات ورزش و جوانان (تعداد ۲۰ نفر) بودند. داده‌های بخش کیفی از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته با افراد خبره جمع‌آوری شد. روش تحقیق در بخش کمی، توصیفی و پیمایشی و جامعه آماری در بخش کمی، شامل صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی در سطح استان گلستان بودند (تعداد ۲۹۷ نفر) بود. برای جمع‌آوری داده‌های بخش کمی از روش توصیفی پیمایشی و با پرسشنامه محقق ساخته حاصل از مصاحبه‌های کیفی استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی به کمک نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس و لیزرل استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که چهار عامل مختلف شامل عوامل تخصصی، محیطی، مدیریتی و تجاری بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان گلستان مؤثر بودند. با توجه به نتایج تحقیق، توجه به عوامل شناسایی شده از سوی مسئولان و دست‌اندرکاران و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی و همچنین فعالان حوزه ورزش استان می‌تواند موجب توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در سطح استان شود و به کاهش معضل بیکاری کمک نماید.

واژه‌های کلیدی: کسب و کار ورزشی، عوامل تخصصی، عوامل مدیریتی، عوامل محیطی، عوامل تجاری.

۱. استادیار گروه تربیت‌بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

۲. استادیار گروه تربیت‌بدنی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران.

مقدمه

امروزه مشخص شده است که در تمام سطوح توسعه، کسب و کارهای کوچک و متوسط^۱ (SMEs) نقش مهمی را در دستیابی به اهداف توسعه پایدار شامل ایجاد اشتغال و کار مناسب برای همه، ترویج صنعتی سازی پایدار، ارتقاء نوآوری و کاهش نابرابری درآمد ایفا می کنند (OECD, 2017). کسب و کارهای کوچک و متوسط نقش کلیدی در اقتصاد گسترده شرکت ها دارند و از دهه ۸۰ میلادی بود که جایگاه این بنگاه ها در اقتصاد، به ویژه از نظر ایجاد اشتغال، مورد توجه قرار گرفت و تعداد آن ها در حال افزایش است؛ تا جایی که بیش از ۹۵ درصد از شرکت های موجود در اقتصاد اروپا در بخش کسب و کارهای کوچک و متوسط طبقه بندی می شوند و نقشی حیاتی در اقتصاد یک کشور دارند (Sharifzadeh et al, 2010). راه اندازی کسب و کارها، منابع جدید ثروت را تولید می کند و فرصت های جدید کسب و کاری را منجر می شود. هم چنین، بالا بردن مشارکت در ایجاد کسب و کارها، تعداد افرادی که به طور مستقیم در کارآفرینی درگیرند، افزایش داده و تلاش های کارآفرینانه را نیز ارتقاء می دهد. کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد ملی و حتی توسعه اقتصادی جهان دارد (Forsati et al, 2021). از این رو، مشخص کردن عوامل مهم ایجاد کسب و کارها می تواند قبل از ایجاد آن ها، به شروع کنندگان شناخت خوبی داده و آن ها را در جهت موفقیت، کمک نماید (Jiang et al, 2018). پیچیدگی های عصر امروز و رازهای نهفته در آن باعث می شود تا شرکت ها برای کسب سود بیشتر از ترفندهای جدیدی استفاده کنند؛ از این رو خلق و ایجاد مدل کسب و کار از اهمیت ویژه ای برخوردار است و حتی آن را نوعی کارآفرینی قلمداد می کنند که به توانایی خاص اشخاص حقیقی یا بنگاه ها مربوط می شود (Nobakht et al, 2015). در سال های اخیر فرهنگ کارآفرینی به عنوان یک مفهوم کاملاً مورد توجه در ادبیات مدیریت ظاهر شده است که به نوعی با مفاهیمی همچون خلاقیت و نوآوری پیوند خورده است (Danish et al, 2015). امروزه، کشورها برای پیشرفت و رشد اقتصادی، ناگزیر از خلاقیت و نوآوری هستند؛ از این رو، در تلاش - اند تا با تمام پتانسیل خود در جهت تقویت روحیه کارآفرینی افراد جامعه گام بردارند. به اذعان

1. Small & Medium Businesses

محققان، نیروی پیش برنده اقتصاد نوین دنیا در ده سال گذشته و در آینده، کارآفرینی است که نیازهای اقتصادی را همه‌ساله با ایجاد هزاران کسب‌وکار جدید مرتفع می‌کند که کسب‌وکارهای ورزشی هم از آن جمله هستند (Azimzadeh et al, 2014). ورزش نیز صنعت رو به رشد و گسترده‌ای است و سهم مشارکت کسب‌وکارهای ورزشی در بخش خدمات و صنایع جهت توسعه پایدار در ورزش شایان توجه است (Javanmard & farzan, 2021). بنا بر گزارش (Shahmansouri et al, 2021) ورزش در بعد اقتصادی یکی از مؤثرترین عوامل اثرگذار در رشد اقتصاد ملی است و ازجمله مهم‌ترین صنایع پرسود و درآمدزا در قرن ۲۱ محسوب می‌شود. بخش‌های اقتصادی، همچون: توریسم ورزشی، شرکت‌ها و مراکز ورزشی، صنعت بازاریابی، اوقات فراغت، تبلیغات، باشگاه‌ها و اماکن ورزشی از مهم‌ترین حوزه‌های اقتصادی مرتبط با ورزش هستند. در سال‌های اخیر گرایش افراد برای گذران اوقات فراغت با تکیه بر ورزش در حال گسترش است و این روند می‌تواند در جهت ایجاد شغل‌های جدید ورزشی مثمرتر باشد. صنعت ورزش بستری جذاب برای درک فرآیند خلق مشترک با مشارکت هواداران و دیگر ذینفعان است (Ratten & Tajeddini, 2019) و بنگاه‌های ورزشی به‌عنوان یک صنعت پیشرو، باید بر تغییرات در حال وقوع در بازار متمرکز بوده و با استفاده از مزیت رقابتی خود، محصولات و خدمات جدیدی را ارائه دهند (Brison et al, 2017). نتایج یک تحقیق توسط کمیته المپیک پورتوریکو نشان داد که تقاضای مرتبط با فعالیت‌های ورزشی سالانه ۷۰۰ میلیون دلار بوده است؛ به‌طوری‌که در سال ۲۰۰۸، فعالیت‌های مرتبط با ورزش بالغ بر ۱۰۰۰۰ شغل را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در اقتصاد محلی حمایت کرده‌اند. به‌علاوه این تحقیق نشان داد که در سال ۲۰۰۸، خرده‌فروشی و فعالیت‌های تجاری ورزشی، ۲۴۹ میلیون دلار فروش داشته است (Danish et al, 2015). در همین رابطه، (Ghorbani & Vahdani, 2016) تحقیقی با عنوان طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینان در صنعت ورزش ایران انجام دادند و نتیجه گرفتند که شایستگی‌های کارآفرینان در صنعت ورزش در پنج بعد مهارت‌های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصول کارآفرینی و محدوده متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش تبیین و تأیید می‌شوند. همچنین، (Shahbazi Menshadi & Salarzahi, 2016) تحقیقی با عنوان

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل استراتژیک مؤثر بر تعالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط انجام دادند و در نتیجه پژوهش خود گزارش کردند که قدرت و توان تکنولوژیکی و ارزش افزوده بالای محصولات و فرصت دستیابی به بازارهای منطقه‌ای بالقوه بر تعالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مؤثر بود. (Toufifar Tehranpour & Ziyae, 2014) تحقیقی با عنوان تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب‌وکارهای کوچک ورزشی استان تهران انجام دادند و نتیجه گرفتند که ابعاد سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای (مشتری) بیشترین تأثیر را بر نوآوری کسب‌وکارهای کوچک ورزشی در استان تهران داشته‌اند. (Azimzadeh et al, 2014) تحقیقی با عنوان طراحی مدل راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی انجام دادند و در نتیجه پژوهش خود گزارش کردند که سه عامل فردی، محیطی و سرمایه‌ای در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی نقش مؤثری ایفا می‌کنند و باید مورد توجه قرار بگیرند. (Gellard, 2005) تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در ایران انجام داد و گزارش کرد که عوامل مختلفی بر توسعه کارآفرینی زنان مؤثر هستند که شامل عوامل فردی، شبکه‌ای و محیطی هستند و از میان آن‌ها عوامل فردی بیشتر از سایر عوامل نقش دارند. اما یکی از مسائل مهمی که باید مورد توجه قرار بگیرد این است که همه فعالیت‌ها و اقداماتی که در راستای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای مختلف انجام می‌گیرد به موفقیت ختم نمی‌شود (Carlos et al, 2017). در همین راستا، نتایج بررسی‌های به‌عمل‌آمده در رابطه با علل عدم موفقیت کارآفرینان نشان می‌دهد که بسیاری از تلاش‌های کارآفرینانه افراد با شکست مواجه می‌شود و برخی از علل عدم موفقیت در کارآفرینی شامل عوامل فردی، محیطی و سازمانی است (Vivianna et al, 2017). لذا باید به عوامل مختلفی که می‌توانند به موفقیت و ظرفیت تاب‌آوری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط منجر شوند، از جمله دارایی‌ها و منابع سازمان و نیز رقابت‌پذیری پویای سازمان در محیط بسیار پرتلاطم و رقابتی امروزی توجه کرد (Chitsazan et al, 2018).

(Al Mamun et al, 2018) پژوهشی با عنوان تأثیر آسیب‌پذیری اقتصادی بر صلاحیت‌های کارآفرینی در میان کارآفرینان کسب‌وکارهای کوچک مالزی انجام دادند و نتیجه گرفتند که مسئولیت‌پذیری، پاسخگو بودن و هوش هیجانی مدیران شرکت‌های کوچک تأثیر مثبت بر عملکرد این شرکت‌ها دارد.

همچنین (Vliamos & Tzeremes, 2012) نیز در تحقیق خود با عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی و شروع به کار شرکت‌های استارت‌آپی در یونان نتیجه گرفتند که عوامل مختلفی از قبیل عامل محیطی، موجودیت سرمایه، داشتن مهارت‌های مختلف و تحصیلات در ایجاد کسب‌وکار مؤثر هستند. (Chan & Qua, 2011) در پژوهش خود به بررسی عوامل مؤثر بر استارت‌آپ‌های حوزه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداختند و در نتیجه تحقیق خود اذعان داشتند که عوامل سوق‌دهنده‌ای از قبیل کسب‌وکار خانوادگی، داشتن منابع (زمین و ساختمان)، تأثیر دوستان و خانواده و کسب سود؛ همچنین عوامل جذب‌کننده‌ای چون نگرش‌های فردی، تجربه قبلی و علاقه فردی در ایجاد کسب‌وکار مهم هستند. در همین راستا، (Nobakht et al, 2015) عوامل بازاریابی، طرح کسب‌وکار، حمایت دولت، شبکه‌سازی، آمادگی کارآفرینی، تکنولوژی، دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه و قانونمندی، (Gholami et al, 2017)، عوامل تکنولوژی، تسهیلاتی، حمایتی، تولیدی و آموزشی و (Dastoom & savadi, 2017) نیز مشوق‌های محیطی و نهادی، ساختار و مدیریت توسعه، رفتار و فرهنگ کارآفرینانه، تأمین منابع توسعه و نوآوری را از جمله عوامل لازم برای توفیق و شکل‌گیری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی برشمردند؛ درحالی‌که (Mohammadkazemi et al, 2014) گزارش کردند که عواملی همچون جنسیت، خود اشتغال بودن پدر، شاغل بودن مادر و هنرستانی یا دبیرستانی بودن تأثیر معناداری بر سطح نگرش کارآفرینانه ورزشکاران دبیرستان‌ها و هنرستان‌های شهر تهران ندارد.

استان گلستان از جمله استان‌هایی است که عمده فعالیت‌های مردم استان کشاورزی و دامپروری می‌باشد و از حضور صنایع و کارخانجات عظیم ملی (مانند فولاد، خودروسازی، ذوب‌آهن، مس، آلومینیوم و ...) که بتوانند همچون سایر استان‌ها برای ساکنان منطقه ایجاد اشتغال کنند، خبری نیست. بر این اساس، با توجه به اهمیت اشتغال‌زایی و کاهش نرخ بیکاری برای رشد و توسعه استان، می‌بایست آسیب‌شناسی دقیقی در این خصوص انجام شود که چگونه می‌توان با استفاده از ظرفیت ورزش و با توجه به وجود جوانان علاقه‌مند به ورزش در سطح استان، کسب‌وکارهای ورزشی را در سطح استان توسعه داد. از طرفی، سایر تحقیقات بررسی شده در بخش پیشینه تحقیق، به موضوع ویژگی‌های خاص استان گلستان و غیرصنعتی بودن آن نپرداخته‌اند. بنابراین با توجه به مسائل مطرح شده این ضرورت وجود دارد که

تحقیقی در خصوص شناسایی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان گلستان انجام شود و انتظار می‌رود که نتایج حاصل از تحقیق بتواند در این زمینه نیازهای استان را برطرف نماید. شناسایی این عوامل می‌تواند مسئولان و سیاست‌گذاران را برای اقدام‌های هدفمند و اثرگذار در ارتباط با این بنگاه‌ها کمک کند و همچنین صاحبان کسب‌وکارها را در تمرکز بر اقدام‌های کلیدی حمایت کند و اهمی برای دستیابی به رشد و توسعه و ارتقای عملکرد کسب‌وکارها باشد. از سویی، شناسایی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، می‌تواند قبل از ایجاد کسب‌وکار، به شروع‌کنندگان، شناخت خوبی دهد و آن‌ها را در جهت موفقیت یاری کند. بنابراین، یافته‌های حاصل از تحقیق به‌عنوان راهکارهایی برای توسعه موفق کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند در راستای کارآفرینی و ایجاد اشتغال برای دانشجویان رشته تربیت‌بدنی و دانش‌آموختگان و سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به حوزه ورزش مؤثر واقع گردد. مساله مهمی که امروزه در سطح جامعه مطرح می‌شود، بحث بیکاری جوانان و ضرورت اشتغال‌زایی و ایجاد شغل است. از طرفی، انتظار برای انجام سرمایه‌گذاری‌های هنگفت و راه‌اندازی صنایع بزرگ در منطقه، دور از ذهن به نظر می‌رسد. در شرایط فعلی، ایجاد اشتغال و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از جمله نیازهای اساسی و راهکارهای کاهش مشکلات مربوط به اشتغال و معیشت افراد است؛ چراکه، به دلایل متعددی از جمله بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و همچنین، خیل تازه‌واردان به عرصه کار، بیکاری به یک معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. همچنین، گسترش بی‌رویه دانش‌آموختگان در سال‌های اخیر از یک سمت و فقدان توانایی بازار کار در جذب آن‌ها از سوی دیگر، مشکلات عدیده‌ای را برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به همراه داشته است که هر ساله بر تعداد آنان نیز افزوده می‌شود. این روند رو به افزایش در بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی از جمله رشته‌های تربیت‌بدنی می‌تواند زنگ خطر بزرگی برای برنامه ریزان و مسئولان باشد. آنچه مسلم است، سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی دولتی، ظرفیت پذیرش خیل عظیم فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی را که همه‌ساله به تعداد آن‌ها نیز افزوده می‌شود، ندارند و این افراد باید در جایی دیگر و به نحوی

دیگر برای خود اشتغال‌زایی کنند. بنابراین، راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند راهکار بسیار مناسبی برای برون‌رفت از معضلی به نام بیکاری فارغ‌التحصیلان ورزشی باشد. اگرچه پژوهش‌های زیادی در ادبیات کسب‌وکارها انجام شده است، تاکنون تحقیق جامعی درباره شناسایی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان گلستان و با توجه به ویژگی‌های خاص این استان که منطبق با شرایط استان باشد انجام نشده است و این ضرورت پرداختن به این مساله احساس شد و سؤال مدنظر محقق در پژوهش حاضر این بود که مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان گلستان کدامند و رتبه‌بندی این مؤلفه‌ها چگونه است؟

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی بود و روش پژوهش در این بخش به روش ترکیبی^۱ (آمیخته) شامل مرحله‌های کیفی و کمی بود و همچنین، از نوع طرح‌های آمیخته اکتشافی متوالی^۲ بود. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی از نوع غیر تصادفی و قضاوتی بود. جامعه آماری در بخش کیفی شامل اساتید دانشگاه در رشته‌های مدیریت ورزشی، کارآفرینی و بازاریابی و مدیران و کارشناسان ادارات ورزش و جوانان بود. روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. لازم است ذکر شود که پس از مصاحبه با نفر هیجدهم تقریباً پاسخ‌ها تکراری شده بودند؛ اما برای اطمینان بیشتر، مصاحبه تا نفر بیستم ادامه کرد تا پژوهشگر به اشباع نظری رسید. روش تحقیق در بخش کمی، توصیفی و پیمایشی بود. جامعه آماری در بخش کمی، شامل صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی (باشگاه‌های ورزشی، مدارس فوتبال، استخرها، تولیدکنندگان محصولات ورزشی، مدیران فروشگاه‌های ورزشی) در سطح استان گلستان بودند که به شیوه انتخاب در دسترس تعداد ۳۱۰ نفر برای تحقیق حاضر انتخاب شدند و پرسشنامه‌های تحقیق در بین آنان توزیع شد. از بین پرسشنامه‌های توزیع شده، تعداد ۲۹۷ پرسشنامه کامل و قابل استفاده بازگشت داده شد. در بخش کیفی پژوهش، برای تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شد و پژوهشگر اقدام به پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها و تحلیل تفسیری محتوای

1. Mixed Methodology
2. Exploratory Sequential Mixed Method

آن‌ها کرد بدین صورت که متن مصاحبه‌ها بررسی شد و نکات کلیدی بیان شده توسط افراد نمونه پژوهش یادداشت برداری و تلخیص شدند. سپس، نکات به دست آمده از مصاحبه‌ها دسته‌بندی شدند و دوباره به افراد بازگردانده شدند و از آنان خواسته شد نظر خود را برای بار دوم اعلام کنند. در نهایت، برای سومین مرتبه، مطالب استخراج شده از نقطه‌نظرهای افراد نمونه در قالب مؤلفه‌های توسعه کسب و کارهای ورزشی به افراد نمونه بازگردانده شد تا نظرهای نهایی خود را اعلام کنند. در پایان مراحل مصاحبه با استفاده از نظرهای افراد خبره، مؤلفه‌های مختلف توسعه کسب و کارهای ورزشی تعیین شدند.

در تمام پژوهش‌هایی که داده‌های تحقیق از طریق تحلیل محتوا به دست می‌آید، برای اعتماد به کدگذاری مقوله‌ها و در نتیجه رعایت اصل عینیت، لازم است ضریب پایایی (قابلیت اعتماد) برای هر مقوله تحقیق، جداگانه محاسبه شود. در پژوهش حاضر برای محتسبه پایایی مصاحبه‌های انجام شده، از روش توافق درون موضوعی استفاده شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه، از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک کارشناس خبره و آگاه به موضوع تحقیق درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. از طریق میزان توافقات و عدم توافقات موجود در کدگذاری‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص، شاخص ثبات برای آن تحقیق محاسبه می‌شود. درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شده است:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

جدول ۱- نتایج بررسی پایایی مصاحبه‌های کیفی دو ارزیاب

| ردیف | مصاحبه شونده | تعداد کل داده‌ها | تعداد توافقات | تعداد عدم توافق | میزان پایایی |
|------|--------------|------------------|---------------|-----------------|--------------|
| ۱ | اول | ۶۷ | ۲۹ | ۱۱ | ۰/۸۶ |
| ۲ | چهارم | ۵۳ | ۲۱ | ۱۴ | ۰/۷۹ |
| ۳ | نهم | ۴۲ | ۱۷ | ۹ | ۰/۸۰ |
| | کل | ۱۶۲ | ۶۷ | ۳۴ | ۰/۸۲ |

با توجه به جدول شماره ۱، تعداد کل کدهای ثبت شده توسط هر دو نفر (محقق و فرد همکاری کننده) برابر ۱۶۲، تعداد کل توافقات بین این کدها ۶۷ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۳۴ است. پایایی بین دو کدگذار، با استفاده از فرمول ذکر شده ۸۲ درصد است که از ۶۰ درصد بالاتر بوده؛ پس قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است.

به منظور جمع‌آوری داده‌های بخش کمی، بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه‌های بخش کیفی تحقیق، پرسشنامه پژوهشگر ساخته طراحی شد. در این راستا، بر اساس شاخص‌های تعیین شده، ابعاد مختلف پرسش‌نامه‌ها مشخص شدند و همچنین، بر اساس زیرشاخص‌های مشخص شده در هر بخش، گویه‌های مربوط به هر یک از ابعاد موردنظر در پرسش‌نامه تدوین شدند. برای بررسی روایی صوری و محتوایی پرسشنامه، فرم ارزیابی کتبی سؤال‌های پرسش‌نامه در اختیار ۱۰ نفر از اساتید رشته مدیریت و بازاریابی ورزشی استفاده شد که پس از دریافت نظرات آنان، تعدادی از سؤالات که از نظر آنان مناسب نبود حذف شدند و اصلاحات موردنظر بر روی سایر سؤالات انجام شد و در نهایت پرسشنامه‌ای ۲۸ سؤالی مورد تأیید قرار گرفت که چهار مؤلفه مختلف را مورد ارزیابی قرار می‌داد که عبارت بودند از: الف- مؤلفه عوامل تخصصی: سؤالات ۱-۶، ب- مؤلفه عوامل محیطی: سؤالات ۷-۱۲، ج- مؤلفه عوامل تجاری: سؤالات ۱۳-۱۹ و د- مؤلفه عوامل مدیریتی: سؤالات ۲۰-۲۸. همچنین، برای بررسی روایی سازه پرسش‌نامه‌ها از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. برای سنجش میزان پایایی، پرسش‌نامه‌ها بین ۳۰ نفر از افراد نمونه پژوهش توزیع شدند و نتایج در نرم‌افزار اس.پی.اس.اس ثبت شد و از روش ترکیبی استفاده شد و همچنین، ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه $\alpha = 0.76$ به دست آمد که قابل قبول است.

در مرحله کمی پژوهش، پس از تدوین شاخص‌های موردنظر در مرحله کیفی، تدوین، توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از روش آمار توصیفی (محاسبه فراوانی، میانگین، درصد و فراوانی) و استنباطی (تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی) استفاده شد. همچنین، به منظور رتبه‌بندی مؤلفه‌های شناسایی شده از آزمون فریدمن استفاده شد. همه تجزیه و تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۱ و لیزرل نسخه ۸/۵ انجام شد.

یافته‌ها

در بخش کیفی پژوهش، تعداد افراد نمونه پژوهش ۲۰ نفر از متخصصان و خبرگان کسب و کارهای ورزشی بودند که پژوهشگر با انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته اقدام به جمع‌آوری داده‌های پژوهش کرد. لازم است ذکر شود که پس از مصاحبه با نفر هیجدهم، پژوهشگر به اشباع نظری رسید؛ زیرا، پاسخ‌های ارائه‌شده به حالت تکراری رسیده بودند؛ اما برای اطمینان از اینکه نکته‌ای در زمینه سؤال پژوهش نادیده گرفته نشده باشد، فرایند مصاحبه تا نفر بیستم ادامه پیدا کرد. در نهایت، متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و تعداد ۹۴ نکته مختلف به‌عنوان کد از متن مصاحبه‌ها استخراج شد و با بررسی‌های دوباره، کدهای مشابه حذف شدند و در نهایت، تعداد ۲۸ کد مختلف باقی ماندند که گویه‌های پرسشنامه پژوهشگر ساخته را تشکیل دادند.

نحوه توزیع نمونه‌های پژوهش در جدول شماره یک نشان داده شده است.

جدول ۲- توزیع فراوانی نمونه‌های پژوهش

| فاز کمی | | | فاز کیفی | | |
|---------|-------|----------------------------|----------|-------|-----------------|
| درصد | تعداد | پاسخ‌دهندگان | درصد | تعداد | مصاحبه‌شوندگان |
| ۴۶/۱۳ | ۱۳۷ | مدیران باشگاه‌های ورزشی | ۶۴/۵۷ | ۷ | اساتید دانشگاه |
| ۸/۰۹ | ۲۴ | مدیران استخر | ۲۳/۵۳ | ۴ | مدیران ورزشی |
| ۶/۳۹ | ۱۹ | تولیدکنندگان محصولات ورزشی | ۵۶/۶۷ | ۶ | کارشناسان ورزشی |
| ۲۴/۹۲ | ۷۴ | مدیران فروشگاه‌های ورزشی | ۱۰۰ | ۱۸ | جمع کل |
| ۱۴/۴۷ | ۴۳ | مدیران مدارس فوتبال | | | |
| ۱۰۰ | ۲۹۷ | جمع کل | | | |

با توجه به یافته‌های بخش توصیفی تحقیق، از بین افراد نمونه آماری در بخش کیفی، تعداد ۷ نفر استاد دانشگاه، ۴ نفر مدیران ورزشی و ۶ نفر کارشناسان ورزشی بودند. همچنین، از بین نمونه‌های آماری بخش کمی تحقیق، ۱۳۷ نفر مدیران باشگاه‌های ورزشی، ۲۴ نفر مدیران استخر، ۱۹ نفر تولیدکنندگان محصولات ورزشی، ۷۴ نفر مدیران فروشگاه‌های ورزشی و ۴۳ نفر مدیران مدارس

فوتبال بودند. در بخش کیفی پژوهش، ابتدا متن مصاحبه‌های انجام‌شده پیاده‌سازی شد و به‌دقت بررسی گردید و نیز به روش تحلیل محتوای کیفی، نکات کلیدی بیان‌شده توسط افراد نمونه پژوهش یادداشت‌برداری و تلخیص شدند. سپس، نکات به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها دسته‌بندی شدند و دوباره به افراد بازگردانده شدند و از آنان خواسته شد نظر خود را اعلام کنند. درنهایت، مطالب استخراج‌شده از نقطه‌نظرهای افراد نمونه در قالب شاخص‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی به افراد نمونه بازگردانده شدند تا نظرهای نهایی خود را اعلام کنند. در پایان، با استفاده از شاخص‌های تعیین‌شده، پرسشنامه محقق ساخته طراحی شد و برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کمی پژوهش استفاده شد.

جدول ۳- نمونه‌ای از کدهای استخراج‌شده از مصاحبه با نمونه‌های پژوهش

| مصاحبه‌شونده | متن مصاحبه | کدهای استخراج‌شده |
|--------------|--|--|
| R1 | با توجه به پیشرفت‌های فراوان تکنولوژی، به نظر می‌رسد برای توسعه مناسب کسب‌وکارهای ورزشی شخص باید در رابطه با نحوه کار با فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از تسلط کافی برخوردار باشد. | توانایی و تسلط در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی |
| R2 | به‌رحال توسعه کسب‌وکار نیاز به مهارت‌های مدیریتی خاصی دارد که ازجمله آن‌ها می‌توانم به این نکته اشاره کنم که قدرت رهبری مناسب در کار و همچنین توانایی هدایت و ایجاد هماهنگی بین افراد و منابع بسیار مهم است. | توانایی و تسلط در رهبری، هدایت و هماهنگی امور کسب‌وکار ورزشی |
| R3 | پدیده‌های محیطی و اتفاقات مختلفی که در دنیای امروزی رخ می‌دهند به‌سرعت بر کسب‌وکارها تأثیر می‌گذارند و کسب‌وکارهای ورزشی هم متأثر از این پدیده‌های محیطی هستند و برای موفقیت در کار باید قدرت لازم برای تحلیل محیط را داشته باشیم. | توانایی شناخت و تحلیل پدیده‌ها و مسائل و پدیده‌های محیطی |
| R4 | برای موفقیت در کسب‌وکارهای ورزشی لازم هست که فرد موردنظر توانایی‌های لازم را در حوزه مدیریت ورزشی داشته باشد، که این توانایی‌ها هم می‌تواند شامل اطلاعات و دانش تئوریک و هم شامل تجربه عملی و اجرایی در زمینه مدیریت ورزشی باشد. | توانایی، تجربه و تخصص تئوری و عملی مدیریت ورزشی |
| R5 | با توجه به اهمیت تأمین منابع مالی برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، شناخت راه‌های تأمین این منابع یک فاکتور تعیین‌کننده برای موفقیت در کسب‌وکار محسوب می‌شود. | شناخت شیوه‌های تأمین منابع مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی |
| R6 | مسائل مربوط به دنیای کسب‌وکار و بازار بسیار پیچیده است و برای موفقیت در این شرایط باید توانایی خوبی در زمینه اداره و تجزیه‌وتحلیل بازار و محیط کسب‌وکار داشته باشیم. | توانایی و تسلط در ادراک و تجزیه‌وتحلیل مسائل کسب‌وکار |
| R7 | امروزه دنیا را به‌عنوان یک دهکده جهانی می‌شناسند و در این شرایط، توانایی ارتباط با دنیا یک شرط اساسی برای موفقیت در کار هست و لازمه آن داشتن توانایی تکلم به زبان‌های بین‌المللی و به‌ویژه انگلیسی است. | توانایی و تسلط بر زبان‌های بین‌المللی |

جدول ۴- مؤلفه اصلی، مؤلفه‌های فرعی و مقوله‌های مستخرج از کل مصاحبه‌ها

| مؤلفه اصلی | مؤلفه فرعی | مقوله‌ها |
|--------------------------|--------------------|--|
| توسعه کسب و کارهای ورزشی | تخصص فردی | توانایی، تجربه و تخصص تئوری و عملی مدیریت ورزشی، توانایی و تسلط در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، توانایی و تسلط بر زبان‌های بین‌المللی، توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با سازمان‌های ملی و بین‌المللی ورزشی و ... |
| | ویژگی‌های مدیریتی | توانایی در هدف‌گذاری، توانایی حل و فصل تعارضات و اختلافات، توانایی در نظارت، ارزیابی و کنترل امور، توانایی در مذاکره، چانه‌زنی، برگزاری جلسات و مدیریت زمان، توانایی و تسلط در ادراک و تجزیه و تحلیل مسائل کسب و کار و ... |
| | عوامل محیطی | داشتن سابقه کارآفرینی و کسب و کار در خانواده، شناخت آداب و رسوم اقوام و ملل و مسائل فرهنگی، آشنایی با قوانین و مقررات ملی و بین‌المللی، توانایی شناخت و تحلیل مسائل سیاسی، توانایی شناخت و تحلیل پدیده‌ها و مسائل اجتماعی و ... |
| | توانمندی‌های تجاری | توانایی و تسلط در شناخت بازارهای بالقوه و بالفعل ورزشی توانایی شناخت فرصت‌های تجاری در حوزه ورزش، توانایی تأمین منابع مالی، توانایی در شناخت و اجرای امور بازاریابی در ورزش، توانایی در شناخت فرایندها و فنون تولید محصولات ورزشی، توانایی شناخت مسائل اقتصادی و ... |

جدول ۴-آزمون کایزر-می-یر-الکین^۱ و بارتلت

| | |
|--|--------------|
| آزمون کفایت نمونه‌گیری کایزر-می-یر-الکین | ۰/۷۹۴ |
| بارتلت | خی‌دو |
| | درجه آزادی |
| | سطح معناداری |
| | ۲۸۰۶/۲۴۱ |
| | ۸۱۹ |
| | ۰/۰۰۱ |

با توجه به جدول شماره یک، عدد کایزر-می-یر-الکین بزرگ‌تر از ۰/۷ و عدد معناداری آزمون بارتلت $\text{sig} < ۰/۰۵$ است که می‌توان گفت داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب هستند و از شرایط موردنیاز برخوردارند.

1. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)

جدول ۶- اشتراکات اولیه

| گویه ها | Initial | Extraction |
|---------|---------|------------|
| Q1 | ۱/۰۰ | ۰/۷۱۲ |
| Q2 | ۱/۰۰ | ۰/۶۹۴ |
| Q3 | ۱/۰۰ | ۰/۷۰۴ |
| Q4 | ۱/۰۰ | ۰/۷۲۳ |
| Q5 | ۱/۰۰ | ۰/۷۲۵ |
| Q6 | ۱/۰۰ | ۰/۶۹۱ |
| Q7 | ۱/۰۰ | ۰/۶۵۷ |
| Q8 | ۱/۰۰ | ۰/۷۵۴ |
| Q9 | ۱/۰۰ | ۰/۶۸۸ |
| Q10 | ۱/۰۰ | ۰/۷۵۹ |
| Q11 | ۱/۰۰ | ۰/۶۸۴ |
| Q12 | ۱/۰۰ | ۰/۸۱۱ |
| Q13 | ۱/۰۰ | ۰/۶۶۷ |
| Q14 | ۱/۰۰ | ۰/۷۱۹ |
| Q15 | ۱/۰۰ | ۰/۶۷۱ |
| Q16 | ۱/۰۰ | ۰/۷۳۴ |
| Q17 | ۱/۰۰ | ۰/۶۸۶ |
| Q18 | ۱/۰۰ | ۰/۶۸۰ |
| Q19 | ۱/۰۰ | ۰/۶۴۹ |
| Q20 | ۱/۰۰ | ۰/۸۲۴ |
| Q21 | ۱/۰۰ | ۰/۶۸۳ |
| Q22 | ۱/۰۰ | ۰/۶۵۱ |
| Q23 | ۱/۰۰ | ۰/۸۲۲ |
| Q24 | ۱/۰۰ | ۰/۷۳۹ |
| Q25 | ۱/۰۰ | ۰/۷۲۷ |
| Q26 | ۱/۰۰ | ۰/۶۶۸ |
| Q27 | ۱/۰۰ | ۰/۷۴۳ |
| Q28 | ۱/۰۰ | ۰/۶۷۵ |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

این جدول دارای دو ستون Initial و Extraction می‌باشد که نشان‌دهنده اشتراک یک متغیر (گویه) برابر با مربع همبستگی چندگانه با عامل‌ها است. ستون اول اشتراکات اولیه، اشتراک‌ها را قبل از استخراج عامل (یا عامل‌ها) بیان می‌کند و تمامی اشتراک‌های اولیه برابر یک است و هر چه مقادیر اشتراک استخراجی بزرگ‌تر باشد (یعنی بزرگ‌تر از ۰,۵) عامل‌های موردنظر را بهتر توصیف (نمایش) می‌دهند. بنابراین جدول بالا نشان‌دهنده مناسب بودن تمامی سؤالات در فرآیند تحلیل عاملی می‌باشد به علت اینکه عدد اشتراکات سؤالات از ۰,۵ بیشتر است.

جدول ۷- کل واریانس تبیین‌شده مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی

| عامل‌ها | مقدار ویژه | | | مجموع مجذور بارهای عاملی (بعد از چرخش) | | |
|---------|------------|------------------|------------|--|------------------|------------|
| | ارزش ویژه | درصدی از واریانس | درصد تجمعی | ارزش ویژه | درصدی از واریانس | درصد تجمعی |
| ۱ | ۹/۸۷۹ | ۲۴/۷۹۶ | ۲۴/۷۹۶ | ۷/۹۸۳ | ۲۰/۰۳۷ | ۲۰/۰۳۷ |
| ۲ | ۶/۸۴۷ | ۱۵/۶۰۷ | ۴۰/۴۰۳ | ۶/۵۹۲ | ۱۶/۵۴۵ | ۳۶/۵۸۲ |
| ۳ | ۵/۹۸۱ | ۱۳/۷۸۷ | ۵۴/۱۹۰ | ۵/۶۹۹ | ۱۴/۳۰۴ | ۵۰/۸۸۶ |
| ۴ | ۴/۵۱۴ | ۱۰/۶۴۱ | ۶۴/۸۳۱ | ۴/۵۹۷ | ۱۱/۵۳۸ | ۶۲/۴۲۴ |
| ۵ | ۲/۲۱۶ | ۵/۱۱۸ | ۶۹/۹۴۹ | | | |
| ۶ | ۱/۶۵۳ | ۳/۸۱۸ | ۷۳/۷۶۷ | | | |
| ۷ | ۱/۳۷۹ | ۳/۴۶۱ | ۷۷/۲۲۸ | | | |
| ۸ | ۱/۰۱۹ | ۲/۵۵۷ | ۷۹/۷۸۵ | | | |
| ۹ | ۰/۹۲۴ | ۲/۳۱۹ | ۸۲/۱۰۴ | | | |
| ۱۰ | ۰/۸۴۷ | ۲/۱۲۵ | ۸۴/۲۲۹ | | | |
| ۱۱ | ۰/۷۹۸ | ۲/۰۲۷ | ۸۶/۲۵۶ | | | |
| ۱۲ | ۰/۷۰۵ | ۱/۷۶۹ | ۸۸/۰۲۵ | | | |
| ۱۳ | ۰/۶۳۳ | ۱/۵۸۸ | ۸۹/۶۱۳ | | | |
| ۱۴ | ۰/۵۶۱ | ۱/۴۱۰ | ۹۱/۰۲۳ | | | |
| ۱۵ | ۰/۵۵۳ | ۱/۳۸۹ | ۹۲/۴۱۲ | | | |
| ۱۶ | ۰/۳۹۲ | ۰/۹۸۶ | ۹۳/۳۹۸ | | | |

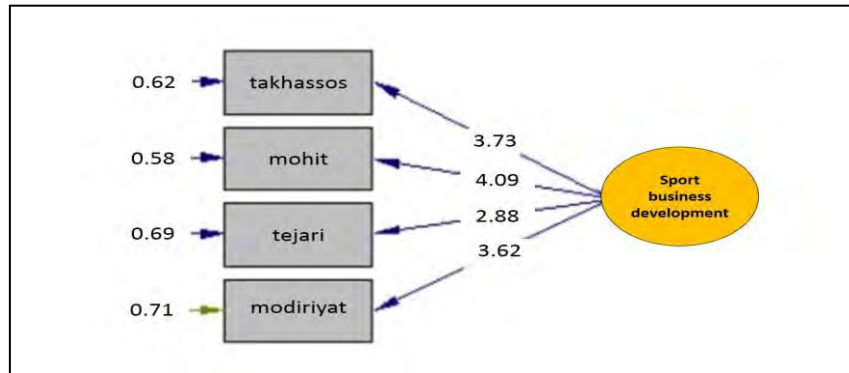
| | | | | | | |
|--|--|--|---------|-------|-------|----|
| | | | ۹۴/۲۹۷ | ۰/۸۹۹ | ۰/۳۵۸ | ۱۷ |
| | | | ۹۵/۱۴۷ | ۰/۸۵۰ | ۰/۳۳۸ | ۱۸ |
| | | | ۹۵/۹۴۴ | ۰/۷۹۷ | ۰/۳۱۷ | ۱۹ |
| | | | ۹۶/۶۴۳ | ۰/۶۹۹ | ۰/۲۷۸ | ۲۰ |
| | | | ۹۷/۲۴۱ | ۰/۵۹۸ | ۰/۲۳۸ | ۲۱ |
| | | | ۹۷/۷۵۹ | ۰/۵۱۸ | ۰/۲۰۶ | ۲۲ |
| | | | ۹۷/۶۵۹ | ۰/۵۰۴ | ۰/۲۰۰ | ۲۳ |
| | | | ۹۸/۲۶۳ | ۰/۴۷۳ | ۰/۱۸۸ | ۲۴ |
| | | | ۹۸/۷۳۶ | ۰/۴۵۲ | ۰/۱۸۰ | ۲۵ |
| | | | ۹۹/۱۷۱ | ۰/۴۳۵ | ۰/۱۷۳ | ۲۶ |
| | | | ۹۹/۵۹۲ | ۰/۴۲۱ | ۰/۱۶۷ | ۲۷ |
| | | | ۱۰۰/۰۰۰ | ۰/۴۰۸ | ۰/۱۶۲ | ۲۸ |

جدول کل واریانس تبیین شده نشان می‌دهد که این سؤال‌ها چهار عامل را تشکیل می‌دهند و این عامل‌ها در حدود ۶۲/۴۲۴ درصد از واریانس را تبیین و پوشش می‌کنند که در واقع، نشان‌دهنده روایی مناسب سؤال‌ها است. در ادامه، ماتریس چرخش یافته عاملی آورده می‌شود. این ماتریس همبستگی گویه (سؤال‌ها یا متغیرها) و عامل را مشخص می‌کند که بر اساس میزان همبستگی این ارتباط روشن خواهد شد. در این ماتریس، بارهای عاملی (نمرات عاملی) هریک از متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۵ هستند و زیر چتر عامل موردنظر قرار می‌گیرند که هرچقدر مقدار این ضریب بیشتر باشد، عامل مربوط نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر موردنظر دارد. جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که چه سؤال‌هایی و با چه بارهای عاملی به این عامل‌ها مرتبط هستند.

جدول ۸- ماتریس چرخش یافته عاملی

| مؤلفه‌ها | | | | گویه‌ها |
|----------|-------|-------|-------|---------|
| ۴ | ۳ | ۲ | ۱ | |
| -۰/۰۰۹ | ۰/۰۶۳ | ۰/۹۱۳ | ۰/۰۱۲ | سؤال ۱ |
| ۰/۰۱۹ | ۰/۰۸۳ | ۰/۸۵۷ | ۰/۰۷۶ | سؤال ۲ |

| | | | | |
|--------|--------|--------|--------|---------|
| -۰/۰۴۸ | ۰/۲۲۷ | ۰/۹۰۳ | ۰/۰۳۰ | سؤال ۳ |
| ۰/۱۳۳ | ۰/۰۱۶ | ۰/۸۸۵ | -۰/۰۱۲ | سؤال ۴ |
| ۰/۰۶۸ | -۰/۰۰۴ | ۰/۸۱۹ | ۰/۰۹۶ | سؤال ۵ |
| -۰/۰۵۸ | ۰/۱۱۵ | ۰/۸۲۴ | ۰/۰۴۷ | سؤال ۶ |
| ۰/۹۱۲ | -۰/۰۲۸ | ۰/۱۱۶ | ۰/۰۹۴ | سؤال ۷ |
| ۰/۸۹۳ | ۰/۱۳۰ | -۰/۰۳۲ | ۰/۱۵۶ | سؤال ۸ |
| ۰/۷۵۸ | ۰/۰۹۸ | ۰/۰۴۶ | -۰/۰۲۸ | سؤال ۹ |
| ۰/۸۲۹ | ۰/۰۱۵ | -۰/۰۱۱ | ۰/۲۶۱ | سؤال ۱۰ |
| ۰/۷۹۸ | ۰/۰۱۰ | ۰/۰۸۷ | -۰/۰۰۴ | سؤال ۱۱ |
| ۰/۷۴۴ | ۰/۱۲۷ | ۰/۰۸۶ | -۰/۰۲۴ | سؤال ۱۲ |
| -۰/۰۳۹ | ۰/۸۴۷ | ۰/۱۰۶ | ۰/۱۴۴ | سؤال ۱۳ |
| -۰/۰۱۰ | ۰/۹۲۴ | -۰/۰۲۹ | ۰/۱۱۹ | سؤال ۱۴ |
| ۰/۰۷۴ | ۰/۷۴۹ | -۰/۰۲۲ | ۰/۰۰۴ | سؤال ۱۵ |
| -۰/۰۱۱ | ۰/۸۶۲ | ۰/۰۱۷ | ۰/۱۳۲ | سؤال ۱۶ |
| ۰/۱۱۳ | ۰/۸۶۱ | ۰/۰۲۰ | -۰/۰۷۵ | سؤال ۱۷ |
| -۰/۰۴۴ | ۰/۷۹۰ | -۰/۰۱۲ | ۰/۰۱۸ | سؤال ۱۸ |
| ۰/۲۳۳ | ۰/۸۴۴ | -۰/۰۲۲ | -۰/۰۵۰ | سؤال ۱۹ |
| ۰/۱۲۶ | ۰/۱۲۸ | -۰/۰۱۲ | ۰/۷۹۴ | سؤال ۲۰ |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۱۶۴ | -۰/۰۱۲ | ۰/۹۱۷ | سؤال ۲۱ |
| ۰/۰۰۲ | ۰/۱۲۰ | -۰/۰۱۵ | ۰/۸۳۶ | سؤال ۲۲ |
| ۰/۱۳۱ | ۰/۱۰۶ | ۰/۰۱۷ | ۰/۸۵۴ | سؤال ۲۳ |
| -۰/۰۰۳ | ۰/۱۰۱ | ۰/۲۶۱ | ۰/۹۱۱ | سؤال ۲۴ |
| -۰/۰۰۴ | ۰/۰۳۰ | ۰/۰۷۰ | ۰/۷۸۸ | سؤال ۲۵ |
| ۰/۰۰۶ | -۰/۰۲۱ | -۰/۰۶۸ | ۰/۸۲۵ | سؤال ۲۶ |
| -۰/۰۷۱ | ۰/۰۰۸ | ۰/۰۷۴ | ۰/۸۳۱ | سؤال ۲۷ |
| ۰/۰۵۳ | -۰/۰۳۹ | -۰/۰۲۶ | ۰/۷۷۹ | سؤال ۲۸ |



شکل ۱- نتایج تحلیل عامل تأییدی شاخص‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی

جدول ۹- بررسی شاخص‌های نیکویی برازش

| مقدار | شاخص | ردیف |
|-------|---------------------------------|------|
| ۰/۰۸۶ | ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب | |
| ۰/۹۱ | شاخص نیکویی برازش | |
| ۰/۹۱ | شاخص برازش هنجار شده | |
| ۰/۹۳ | شاخص برازش مقایسه‌ای | |
| ۰/۹۱ | شاخص تعدیل شده نیکویی برازش | |
| ۱/۸۹ | برازش مجذور خی | |

با استفاده از آماره برازش مجذور خی، میزان تفاوت ماتریس مشاهده شده و برآورد شده اندازه‌گیری شد. معنادار نبودن این آماره برازش مدل را با داده‌ها نشان می‌دهد. مقدار کمتر از ۰/۱۰ برای شاخص ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب^۱ و مقادیر بیشتر از ۰/۹ برای شاخص نیکویی برازش^۲ و شاخص تعدیل شده نیکویی برازش^۳، به‌عنوان ملاک‌های انطباق الگو با داده‌های مشاهده شده در نظر گرفته شدند. نتایج نشان داد که شاخص‌های نیکویی برازش مدل، همگی در حد قابل قبولی قرار دارند؛ بنابراین تحلیل عاملی تأییدی نیز روا بودن مدل ارائه شده را نشان داد.

1. RMSEA
2. GFI
3. AGFI

جدول ۱۰- بارهای عاملی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی

| ردیف | شاخص‌ها | بار عاملی |
|------|--------------------|-----------|
| ۱ | تخصص فردی | ۰/۹۲۱ |
| ۲ | مدیریت | ۰/۸۷۴ |
| ۳ | توانمندی‌های تجاری | ۰/۸۲۲ |
| ۴ | شناخت محیط | ۰/۷۳۶ |

با توجه به یافته‌های جدول (۹) در مورد بارهای عاملی، مشاهده می‌شود که در مدل پژوهش، تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴ است و نشان می‌دهد که واریانس شاخص‌ها با سازهٔ مربوط به آن‌ها در حد قابل قبول بوده و نشان‌دهندهٔ مناسب بودن این معیار است.

جدول ۱۱- رتبه‌بندی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی

| رتبه | شاخص | میانگین رتبه | تعداد | خی دو | درجه آزادی | سطح معنی‌داری |
|------|--------------------|--------------|-------|---------|------------|---------------|
| ۱ | تخصص فردی | ۳/۲۹ | ۲۹۷ | ۲۱۸/۴۹۲ | ۳ | ۰/۰۰۱ |
| ۲ | توانمندی‌های تجاری | ۲/۷۵ | | | | |
| ۳ | مدیریت | ۲/۲۷ | | | | |
| ۴ | شناخت محیط | ۱/۶۳ | | | | |

با توجه به یافته‌های تحقیق که در جدول شماره ۱۰ نشان داده شده است، مؤلفه تخصص فردی با میانگین رتبه ۳/۲۹ در رتبه اول و مؤلفه شناخت محیط با میانگین رتبه ۱/۶۳ در رتبه چهارم قرار گرفتند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان گلستان بود. با توجه به یافته‌های تحقیق چهار عامل مختلف شامل عوامل "تخصصی"، "محیطی"، "مدیریتی" و "تجاری" بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان گلستان مؤثر بودند که باید در راستای اهداف موردنظر تحقیق و به‌منظور توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی مورد توجه قرار بگیرند.

با توجه به یافته‌های تحقیق مشخص شد که داشتن تخصص یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی است. در همین رابطه، (Javanmaed & Farzan, 2021) یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی را ویژگی‌های شخصیتی افراد و داشتن روحیه کارآفرینی برشمردند. (Ghorbani & Vahdani, 2016) اذعان نمودند که ویژگی‌های فردی از جمله شایستگی‌های لازم برای کارآفرینان در صنعت ورزش است. (Azimzadeh et al, 2014) تخصص کارآفرینانه را از جمله ویژگی‌های فردی افراد کارآفرین دانستند که در راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی مؤثر بود. (Al Mamun, 2018) بر نقش ویژگی‌های فردی و داشتن مهارت و تخصص لازم برای کارآفرینی تأکید کرد. (Viliamos & Tzeremes, 2012) نیز به عامل تخصص در قالب برخورداری از مهارت‌های مختلف و تحصیلات برای کارآفرینی اشاره کردند. در همین ارتباط، محققانی چون (Papagiannidis & Li, 2005) تحقیقی با عنوان ارائه الگوی جدید برای راه‌اندازی کسب‌وکار در اقتصاد شبکه‌ای انجام دادند و نتیجه گرفتند که برخورداری افراد از تخصص و مهارت‌های کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکار تأثیر مثبت دارد. یافته‌های تحقیق، (Masoudnia, 2007) تحقیق نشان داد که برای رسیدن به نیم‌رخ جامع از یک کارآفرین آرمانی، توجه به ویژگی‌های جمعیت شناختی مفید و غیرقابل اجتناب به نظر می‌رسد. یافته‌های تحقیق (Gelard, 2005) نیز نشان داد که عامل فردی مهم‌ترین عامل مؤثر بر کارآفرینی زنان ایران بود. نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های تحقیقات (Javanmaed & Farzan, 2021)، (Al Mamun, 2018)، (Viliamos & Tzeremes, 2012)، (Ghorbani & Vahdani, 2016)، (Azimzadeh et al, 2014)، همسو بود. بر اساس نتایج حاصل در این بخش، می‌توان این‌گونه اذعان کرد که یکی از عوامل اصلی و مهم در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، عوامل مرتبط با تخصص شخص کارآفرین است. و فرد کارآفرین به‌منظور موفقیت در توسعه کسب‌وکار خود باید از تخصص و توانمندی‌های مختلفی برخوردار باشد. برای نمونه؛ توانایی و تسلط در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، توانایی و تسلط بر زبان‌های بین‌المللی، توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با سازمان‌های ملی و بین‌المللی ورزشی، توانایی، تجربه و تخصص در حداقل یک رشته ورزشی، توانایی، تجربه و تخصص تنوری و عملی مدیریت ورزشی، توانایی و تجربه در برگزاری رویدادهای ورزشی، فعالیت‌های داوطلبی، کارورزی و کارآموزی در سازمان‌های ورزشی می‌تواند در فرایند ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی نقش کلیدی را ایفا کنند و

لذا توجه به این عوامل بسیار حائز اهمیت است. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل محیطی بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی مؤثر بود. به عبارت دیگر، نمونه‌های تحقیق از عوامل محیطی به‌عنوان یکی از عوامل مهم برای ایجاد و توسعه کسب‌وکارها یاد کردند. (Dastoom & savadi, 2017) مشوق‌های محیطی و نهادی را در زمینه توسعه کسب‌وکارها مؤثر گزارش کرد. (Vliamos & Tzeremes, 2012) نیز بر نقش تأثیرگذار محیط و لزوم توجه به عوامل محیطی در موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اشاره کردند. (Luthje & Franke, 2003) نیز تحقیقی با عنوان پرورش یک کارآفرین: ارائه مدل توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان مهندسی انجام دادند و گزارش کردند که عوامل خارجی (از قبیل؛ شبکه‌های اجتماعی فرد، تصویر کارآفرین در جامعه، هنجارهای فرهنگی - اجتماعی و موانع کارآفرینی) بر علاقه فرد به کارآفرین شدن مؤثر هستند. (Lynch et al, 2017) در نتیجه پژوهش خود نقش خانواده را بر انگیزه‌های کارآفرینی افراد مؤثر گزارش کردند. (Azimzadeh et al, 2014) نیز در نتیجه تحقیق خود عامل محیطی را از جمله عوامل تأثیرگذار بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی گزارش کردند. (Schwarz et al, 2009) در تحقیقی نتیجه گرفتند که شرایط محیطی می‌تواند بر قصد کارآفرینی افراد تأثیرگذار باشد. یافته‌های پژوهش حاضر در رابطه با عوامل محیطی تأثیرگذار بر کسب‌وکارها با نتایج تحقیقات (Dastoom & savadi, 2017)، (Vivianna, 2017)، (Carlos et al, 2016)، (Lynch et al, 2017)، (Azimzadeh et al, 2014) همسو بود؛ لیکن نتایج تحقیقی در این بخش با یافته‌های تحقیق (Mohammadkazemi et al, 2014) که گزارش کردند عوامل محیطی مانند خود اشتغال بودن پدر، شاغل بودن مادر و هنرستانی یا دبیرستانی بودن تأثیر معناداری بر سطح نگرش کارآفرینانه ورزشکاران ندارد همسو نمی‌باشد. در رابطه با دلیل این عدم همسویی می‌توان این گونه اذعان کرد که در تحقیق مذکور جامعه آماری دانش آموزان ورزشکار دبیرستانی و هنرستانی بوده‌اند و احتمالاً تجربه‌ای در زمینه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار و در نتیجه درک کاملی از کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی نداشته‌اند و لذا، نقش خانواده و عوامل محیطی را در این رابطه مؤثر ندانسته‌اند. بررسی ادبیات تحقیق، بیانگر اهمیت و تأثیرگذاری بیشتر عوامل محیطی در ایجاد کسب‌وکار بود تا جایی که، رویکرد محیطی را به‌عنوان رویکردی پویا مطرح کرده‌اند و اذعان داشتند که گرچه ویژگی‌های کارآفرینان در

ایجاد کسب‌وکار نقش انکارناپذیری دارد، ولی دیدگاه محیطی بر این ادعا هست که در درک شکل-گیری یک مؤسسه، نقش مهمی را ایفا می‌کند. خاطر نشان می‌شود که بر طبق نظر نمونه‌های تحقیق، نمی‌توان و نباید از جایگاه مهم و تأثیرگذار عوامل محیطی در فرایند ایجاد کسب‌وکارهای کوچک غافل ماند. بنابراین؛ معقول به نظر می‌رسد که به فرایند کارآفرینانه به‌عنوان فرایندی نگریسته شود که در متن زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قرار دارد.

یافته‌های تحقیق نشان داد که عامل مدیریتی بر توسعه الگوی کسب‌وکار تأثیر معنی‌داری دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های (Dastoom & savadi, 2017)، (Carlos et al, 2016)، (Vivianna, 2017)، همسو می‌باشد. حیطه مدیریتی در کسب‌وکار، از جمله مهم‌ترین بخش‌هایی است که فراروی هر مدیری قرار دارد. در بسیاری از دوره‌های آموزش بازاریابی؛ مدیران شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا حیطه‌های مدیریتی را آموزش ببینند. نبض یک شرکت در دست شبکه‌ی مدیریتی و فروش آن شرکت است و اختلال در این امر می‌تواند مشکل‌های متعددی برای آن‌ها به دنبال داشته باشد به همین علت آشنایی با حیطه‌های مدیریتی در دوره‌های آموزشی بسیاری از شرکت‌ها گنجانده شده است تا ضمن، آشنایی با این نوع عوامل مؤثر بر حیطه مدیریتی بتوانند به مهارت‌های همه‌جانبه‌ای دست یابند تا در نهایت بسیار موفق‌تر عمل نمایند. یک شرکت بدون توجه به سیستم مدیریتی نمی‌تواند موفقیت‌آمیز عمل نماید. عواملی از قبیل توانایی و تسلط در هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی و انتخاب مسیر در کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در کار کردن با افراد در کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در کار کردن با افراد در کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در کار کردن با افراد در کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در حل‌وفصل تعارضات و اختلافات در کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در تصمیم‌گیری مسائل کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در نظارت، ارزیابی و کنترل امور کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در رهبری، هدایت و هماهنگی امور کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در مذاکره، چانه‌زنی، برگزاری جلسات و مدیریت زمان در کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در سازمان‌دهی و تخصیص منابع کسب‌وکار ورزشی، توانایی و تسلط در ادراک و تجزیه‌وتحلیل مسائل کسب‌وکار ورزشی نقش مؤثری در حیطه مدیریتی دارند.

یافته‌های تحقیق نشان داد که عامل تجاری در توسعه کسب و کارهای ورزشی استان گلستان تأثیر معنی‌داری دارد. در زمینه حیطه تجاری، هدف اصلی، افزایش رضایت مشتری و سازمان، همچنین افزایش منافع طرفین و ارتقای کارایی در ساختارهای بازاریابی، فروش و خدمات و پشتیبانی است. در حقیقت امروزه حیطه تجاری به دنبال منافع حاصل از خرید بوده و پیش از آن که از سازمان انتظار محصول را داشته باشد، انتظار ارزش افزوده را دارد. این امر، نقطه عطفی در رقابت سازمان‌ها است؛ بنابراین از مزایای حیطه تجاری، تأمین ارزش افزوده برای مشتری خواهد بود. در پژوهش‌های مورد مطالعه قبلی، در خصوص این یافته تحقیق اشاره چندانی نشده است و به نظر می‌رسد از این جهت یافته پژوهش حاضر در خصوص عامل تجاری به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب و کارهای ورزشی با یافته‌های تحقیقات دیگر همسو نمی‌باشد؛ هرچند که در برخی از پژوهش‌های قبلی به عواملی که به نحوی نزدیک به عامل تجاری مورد نظر پژوهش حاضر است اشاره‌های محدودی شده است. برای مثال، نوبخت و همکاران (۲۰۱۵) به عاملی تحت عنوان بازاریابی و داشتن طرح کسب و کار، (Dastoom & savadi, 2017) به عاملی تحت عنوان تأمین منابع توسعه و کارآفرینی، (Ziyae & Toutifar tehranpour, 2019) و همچنین (Ehsani et al, 2015) نیز به تأثیر گرایش و شخصیت کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای ورزشی اشاره کرده‌اند. برای عرضه یا ارائه محصول یا خدمات به مشتریان، روابطی برقرار شده و در طولانی مدت حفظ می‌شوند. این روابط را می‌توان در سطوح مختلفی مانند شخصی یا خودکار طبقه‌بندی کرد. نوع رابطه‌ای که یک شرکت با مشتریان خود در نظر گرفته و اجرا می‌کند به طرز مؤثری بر روی تجربه مشتریان تأثیر خواهد گذاشت. عواملی از قبیل توانایی و تسلط در شناخت بازارهای بالقوه و بالفعل ورزشی، توانایی و تسلط در شناخت فرصت‌های تجاری در حوزه ورزش ملی و بین‌المللی، توانایی و تسلط در شناخت شیوه‌های تأمین منابع مالی برای راه‌اندازی کسب و کار ورزشی، توانایی و تسلط در حسابداری، حساسی و امور مالی، توانایی و تسلط در شناخت و اجرای امور بازاریابی در ورزش، توانایی و تسلط در فرایندها و فنون تولید محصولات ورزشی، توانایی و تسلط در شناخت مسائل اقتصادی (تورم، رکود، منحنی‌های

عرضه و تقاضا، رقابت، قیمت‌گذاری در ورزش و...) نمونه‌هایی از هستند که در مدل کسب‌وکار به آن‌ها اشاره شده است.

در نهایت می‌توان این‌گونه اذعان نمود که دانش موجود در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی بر طبق مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش تأکید می‌کند که مؤلفه‌های مختلفی از جمله عوامل فردی، نیروی انسانی، سرمایه، تکنولوژی، ارتباطات، محیط و ... در این میان تأثیرگذار هستند و همه این عوامل همان‌گونه که ذکر شد و یافته‌های تحقیق حاضر نیز با آن‌ها همسو بود، در ایجاد، راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی نقش ایفا می‌کنند. علاوه بر موارد فوق، پژوهش حاضر نشان داد که عوامل تجاری نیز در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی نقش مهمی ایفا می‌کنند که در این رابطه در ارتباط شناخت بازارهای ورزشی چه در حالت بالفعل و چه بالقوه و نیز مسلط بودن شخص کارآفرین و همکاران وی به امور مالی و حسابداری و توانایی ادراک و تحلیل شرایط تورم و رکود و رقابت در این شرایط از جمله مهم‌ترین یافته‌هایی بود که پژوهش حاضر آن‌ها را به‌عنوان مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان نشان داد که در تحقیقات گذشته چندان به این موارد پرداخته نشده بود و باید آن‌ها را مورد توجه قرار داد. با توجه به یافته‌های تحقیق، مدیران و دست‌اندرکاران مربوطه در استان می‌توانند با استفاده از عوامل شناسایی شده در پژوهش حاضر جهت توسعه کسب‌وکارهای ورزشی که نقش آن‌ها در توسعه این‌گونه کسب‌وکارها مورد تأیید قرار گرفت در راستای بهبود وضعیت اشتغال و کاهش معضل بیکاری در استان گام‌های مؤثری بردارند و با برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی ورزشکاران، مربیان و اعضای هیات‌های ورزشی و نیز صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی در سطح استان و آشنا نمودن آن‌ها با عوامل مختلف تأثیرگذار در این حیطه و نیز برنامه‌ریزی‌های مناسب در سطوح مدیریتی و کاهش مشکلات و محدودیت‌های موجود، شرایط مناسب برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در استان را فراهم نمایند.

تشکر و قدردانی

در پایان از تمامی عزیزانی که در انجام این تحقیق همکاری داشته‌اند و با صبر و حوصله فراوان به سؤالات پرسشنامه پاسخ دادند و گروه پژوهش را یاری نمودند صمیمانه تقدیر و تشکر می‌نمایم.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان تأمین شده است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است و این مقاله قبلاً در هیچ نشریه‌ای اعم از داخلی و خارجی چاپ نشده است و صرفاً جهت بررسی و چاپ به نشریه مطالعات بازاریابی ورزشی ارسال شده است.

References

- Al Mamun, A., Muniady, R., Ibrahim, M., & Nawi, N. (2018). "Effect of economic vulnerability on entrepreneurial competencies among Malaysian micro-entrepreneurs". *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 222-237.
- Azimzadeh, S., Ehsani, M., Kordnaeij, A., & Kozechian, H. (2014). "Identifying a conceptual model for starting-up small and medium sized sport enterprises". *Sport Management Studies*, 6(22), 189-208. (In Persian).
- Brison, N. T., Byon, K. K., & Baker, T. A. (2017). "To tweet or not to tweet: the effects of social media endorsements on unfamiliar sport brands and athlete endorsers". *Innovation*, 18(3), 309-326.
- Carlos D., Marta P. O., & Carlos R. A. (2016). "Entrepreneurship during economic crisis: success factors and paths to failure". *J. Bus. Res.* 69 5366-5370.
- Chan, J., K., L., & Quah, W., B. (2011): "Start-up Factors for Small and Medium- sized Accommodation Businesses in Sabah, Malaysia: Push and Pull Factors", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, DOI:10.1080/10941665.2011.610150
- Chitsazan, H., Davari, A., & Jalali, M. (2018). "Assessing Factors Affecting Small and Medium Enterprises' Resilience Capacity (A study of Automotive Suppliers)". *Journal of entrepreneurship development*, 11(3), 421-440. (In Persian).

Danish, R., Q., Asghar, J., Ahmad, Z., & Hafiz, F. (2019). "Factors affecting "entrepreneurial culture": the mediating role of creativity". *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1-12.

Dastoom, S., & savadi, M. (2017). "Designing a framework of Entrepreneurship Development in the Sports tourism industry". *Geography (Regional Planning)*, 7(2), 249-265. (In Persian).

Ehsani, M., azimzade, M., kordnaeij, A., kozechian, H., & Brenda, P. (2015). "A Study of the Relationship between Entrepreneurial Personality Characteristics and the Start-Up of Small- and Medium-Sized sport Enterprises". *Journal of Sport Management*, 7(1), 69-82. (In Persian).

Forsati, R., Mokhtari Dinani, M., & Norouzi Seyed Hossini, R. (2021). Analysis of Entrepreneurial's Value Chain in Sport Science Students at Tehran Universities. *Sports Business Journal*, 1(2), - doi: 10.22051/sbj.2021.36424.1000 (In Persian).

Gellard, P. (2005). "Factors influencing the development of Iranian women's entrepreneurship". *Women in Development & Politics*. 3(1), 101-123. (In Persian).

Gholami, A., Zare, A., Ghalavand, A., & Shirali, R. (2017). "The Study of Factors Affecting the Formation of Small and Medium-Sized Institution in Iranian Sport Industry". *Applied Research in Sport Management*, 6(2), 57-66. (In Persian).

Ghorbani, M., & Vahdani, M. (2016). "Designing a Model of Competences of rrrr err euuurs in Ir'' s pprr ts Itttt ty". *Sport Management Studies*, 8(39), 205-228. (In Persian).

Hammerschmidt J., Eggers F., Kraus S., Jones P., & Filser M. (2020). Entrepreneurial orientation in sports entrepreneurship, A mixed methods analysis of professional soccer clubs in the German-speaking countries. *Int. Entrep. Manag. J.* 16:839–857.

Javanmard, M., & farzan, F. (2021). Investigating the role of personality traits in entrepreneurship spirit of Sports Science students. *Sports Marketing Studies*, 2(2), 151-176. (In Persian).

Jiang, X., Liu, H., Fey, C., & Jiang, F. (2018). "Entrepreneurial orientation, network resource acquisition, and firm performance: A network approach". *J. Bus. Res.* 87, 46–57.

Lu' thje, C., & Franke, N. (2003). "The making of an entrepreneur. Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students". MIT, R&D Management, 33 (2), 135-47.

yy ,,, ,,, Slíttvvee,, K,, zzz ,,, ,,, eeeieert, M,, & Andersson, G. (2017). "Examining entrepreneurial motivations in an education context". In Proceedings of the 21st International Conference on Engineering Design (Vol 9, pp.79-88). Vancouver, Canada: Design Society.

Masoudnia E. (2007). "Validity of Personality Paradigm in study and prediction of entrepreneurship", *Journal of Business Strategies*, 5 (23), 53-64. (In Persian).

Mohammadkazemi, R., Mirzaei, F., & Ziviar, F. (2014). "Identifying the Factors Affecting Entrepreneurial Attitude in Athletics Students (High Schools of Tehran)". *Sport Management Studies*, 6(25), 145-158. (In Persian).

Nobakht, F., Ehsani, M., Kozechian, M., & Amiri, M. (2015). "Effective Success Factors of Small and Medium Enterprise in Sports in Iran". *Strategic Studies on Youth ans Sports*, 14(28), 25-37. (In Persian).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2017). "Guidelines for collecting and Interpreting Innovation Data", 8th. OECD and Eurostat, Oslo, Manual, 1-72.

Papagiannidis, S., & Li, F. (2005). "Skills Brokerage: A New Model for Business Start-ups in the Networked Economy". *European Management Journal*, 23(4), 471-482.

Parker, S. C., & Belghitar, Y. (2006). "What Happens to Nascent Entrepreneurs?: An Econometric Analysis of the PSED". *Small Business Economics*, 27(1), 81-101.

Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). "Entrepreneurship and sport business research: synthesis and lessons: introduction to the special journal issue". *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2), 1-7.

Schwarz, E., J., Wdowiak, M., A., Almer-Jarz, D., A., & Breitenecker R., J. (2009). "The effects of attitudes and perceived environment conditions on students entrepreneurial intent An Austrian perspective", *Education Training*, 2009, 51(4):272-291.

Shahbazi Menshadi, M., & Salarzehi, H. (2016). "Recognition and Prioritization of Effective Factors on Excellence of SMEs with SWOT-AHP Approach". *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(1), 119-137. (In Persian).

Shahmansouri, E., Saadatmandi, J., & Salehi, S. (2021). Prioritize and analyze the role of marketing mix elements on the income level of private sports facilities in Qom Province. *Sports Marketing Studies*, 2(3), 92-122. (In Persian).

Sharifzadeh, A., Arabion, A., & Abdulahzadeh, G. (2010). "Identification and prioritization of supportive needs for agricultural business development (Case study: Golestan province)". *Journal of Entrepreneurship Development*, 3(10), 71-91. (In Persian).

Toutifar Tehranpour, M., & Ziyae, B. (2014). "The Effect of Intellectual Capital on Sports Small Businesses Innovation (Case Study: Tehran City)". *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(2), 231-245. (In Persian).

Vivianna F. H., Charlotta S., Sheetal S., George S., & Georg V. K. (2017). "Keep aalm ddd crry ddd mntt inn rggll tt inn in ttt rppnrrrr s' laarii gg frmm fii lur". *J. Entrep. Theory Pract.* 42, 605-630.

Vliamos, S.J., & Tzeremes, N.G. (2012). "Factors Influencing Entrepreneurial Process and Firm StartUps: Evidence from Central Greece". *Journal of the Knowledge Economy*, 3(3), 250-264.

Ziyae, B., & Toutifar Tehranpour, M. (2019). "The Effect of Entrepreneurial Orientation and Electronic Readiness on the Performance of Sport Startups". *Journal of Sport Management*, 11(4), 705-721. (In Persian).