

مدیریت ورزشی _ زمستان ۱۳۹۳
دوره ۶، شماره ۴، ص: ۶۷۱ - ۶۸۱
تاریخ دریافت: ۹۲ / ۰۲ / ۲۴
تاریخ پذیرش: ۹۲ / ۰۳ / ۰۵

بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور

حسین صادقی^{۱*}، حبیب هنری^۲، زینب مندعلی زاده^۳

۱. استادیار علوم اقتصاد، گروه توسعه اقتصادی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران؛ ۲. دانشیار مدیریت ورزش، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛ ۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

چکیده

هدف مقاله حاضر بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور و ارائه الگوی مناسب است. روش تحقیق، همبستگی است و برای جمع‌آوری داده‌ها و نظرهای صاحب‌نظران ورزشی از مصاحبه و پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران باشگاه‌های ورزشی، مدیران ستادی سازمان ورزش، دانشجویان دکتری و اعضای هیأت علمی مدیریت ورزشی و مدیریت کارآفرینی بود. در بخش کمی، پرسشنامه مربوط به کارآفرینی شامل ۱۵ سؤال در دو بخش عوامل رفتاری و توسعه کارآفرینی بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه را ده نفر از اعضای هیأت علمی تأیید کردند (روایی سازه نیز تأیید شد) و پایایی پرسشنامه‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱۶ به دست آمد. به منظور تحلیل داده‌ها، از رگرسیون، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی و به منظور تبیین الگو از روش مدل معادلات ساختاری استفاده شد. تمام تجزیه و تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار Amos و SPSS انجام گرفت. نتایج نشان داد براساس تحلیل رگرسیون ارتباط معناداری بین عوامل رفتاری با توسعه کارآفرینی ورزشی وجود داشت و عناصری مانند انگیزه‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار بود. شاخص‌های مدل‌سازی ($P=0/94$ ، $GFI=0/90$ ، $AGFI=0/00$ ، $RMSEA=0/00$) نیز از برازش خوبی برخوردار بود. در نتیجه می‌توان گفت که تقویت و توسعه عوامل رفتاری در توسعه کارآفرینی ورزشی کشور نقش زیادی دارد. بنابراین به نظر می‌رسد انگیزه‌ها و نگرش‌های افراد جامعه یکی از عواملی است که به تقویت و گسترش کارآفرینی در ورزش کشور منجر می‌شود و در نتیجه شاخص‌های رفتاری می‌تواند به شناسایی افرادی که فرصت‌های کارآفرینانه را بهتر درک می‌کنند، کمک کند.

واژه‌های کلیدی

توسعه کارآفرینی، خطرپذیری، عوامل رفتاری، نوآوری، ورزش.

مقدمه

امروزه، توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها، توسط کارآفرینان ممکن شده است. آنها، نه تنها اختراعات جدیدی برای تحقق مزیت‌های تجاری ایجاد می‌کنند، بلکه به ایجاد اختراعات و نوآوری‌های جدید منجر می‌شوند (۱۴). در واقع، فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. افراد خلاق و کارآفرین سعی می‌کنند با نوع متفاوت نگاهشان به پدیده‌های پیرامون خود دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمات جدیدی به جامعه ارائه کنند. از ویژگی‌های افراد کارآفرین می‌توان به خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، تحمل شرایط ابهام، تحمل شکست، پشتکار، کنترل درونی، اعتماد به نفس، انعطاف‌پذیری، دوراندیشی و استقلال‌طلبی اشاره کرد (۳). در این زمینه، بیشتر تعاریف مربوط به کارآفرینی، نوآوری، فرصت و چشم‌انداز را شامل می‌شود. حیطه مربوط به کارآفرینی ورزش، سطوح مختلفی از افراد، سازمان و گروه را در بر می‌گیرد. در واقع، افراد زمانی که ابتکار و نوآوری را ایجاد کنند، کارآفرین هستند. در ورزش نیز، کارآفرینان همان بازیکنان ورزشی، مالکان تیم‌های ورزشی، نمایندگان ورزشی و صاحبان صنایع و کسب‌وکارهای ورزشی به‌شمار می‌روند (۲۰). از دیدگاه رتن^۱ (۲۰۱۱)، کارآفرینی ورزشی شامل گروهی از افراد، سازمان‌ها یا جوامع است که به‌منظور ایجاد ارزش به‌صورت گروهی برای پاسخ به فرصت‌ها با یکدیگر کار می‌کنند (۱۹).

در بیشتر تحقیقات انجام‌گرفته مشخصه‌های اصلی کارآفرینی، نوآوری، بیش‌فعالی و مخاطره‌پذیری عنوان شده است (۱۵). برای مثال نوآوری در ورزش به‌صورت‌های مختلفی در میان تیم‌های ورزشی، سازمان‌ها و بازیکنان ورزشی اتفاق می‌افتد. برای مثال تیم‌های ورزشی اغلب راهبردهای ویژه‌ای را برای افزایش عملکردشان تدوین می‌کنند. در دهه گذشته عمده‌ترین نوآوری استفاده از آمار به کمک کامپیوتر برای ارتقای عملکرد تیم‌ها و جهانی‌سازی تیم‌های ورزشی بوده است. تغییرات در فناوری، نوآوری‌های زیادی را در ورزش ایجاد کرده است. فناوری‌های جدید مانند بازی‌های کامپیوتری ورزشی، به ایجاد نوآوری در ورزش منجر شده است. از طرفی یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینان علاوه بر خلاقیت در ایجاد نوآوری، تأکید بر مخاطره‌پذیری آنهاست. افراد مخاطره‌پذیر در ورزش شامل ورزشکاران، طراحان رویدادهای ورزشی، مدیران و مربیان ورزشی هستند. برای مثال مالکان تیم‌های

ورزشی به‌عنوان افراد کارآفرین زمانی که قراردادهای میلیون دلاری به ورزشکاران پیشنهاد می‌کنند، در مخاطرات کسب‌وکار درگیر می‌شوند. نمونه دیگری از ویژگی‌های کارآفرینان فعالیت‌های بیش‌فعالانه آنان است که به‌منظور تعقیب فرصت‌های تجاری یا فعالیت‌های مبتنی بر بهره‌برداری از فرصت‌ها برای به‌کارگیری تنوعی از مقاصد و کاربردهاست (۱۹).

بنابراین عوامل رفتاری و در نهایت خود کارآفرین عامل مهمی در ایجاد کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی است. اهمیت این موضوع به‌حدی است که روان‌شناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به تجزیه‌وتحلیل فرد معطوف داشتند و به‌دنبال پاسخی برای این پرسش بودند که کدامیک از ویژگی‌های فردی کارآفرین وی را از غیر کارآفرین متمایز می‌کند. هدف روان‌شناسان در واقع کشف چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایزکننده بود. در قرن بیستم بعضی روان‌شناسان که سرشناس‌ترین آنها دیوید مک‌کلند بود، به طرح نظریه روان‌شناسی توسعه اقتصادی پرداخت. براساس این نظریه، وی معتقد است که عامل عمده عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است. وی به سه نیاز، توفیق، قدرت و عاطفه (احساس تعلق) در نظریه خود در مورد کارآفرینان معتقد بود (۹). در حقیقت دیدگاه محققان علوم رفتاری قصد داشت با شناخت ویژگی‌های ذاتی (رویکرد شخصیتی) و اکتسابی (رویکرد رفتاری) کارآفرینان بیشتری را به جامعه معرفی کند تا روند رشد و پیشرفت جامعه تسریع شود (۱).

تحقیقات مرتبطی در زمینه عوامل رفتاری در داخل و خارج کشور صورت گرفته است. از جمله تحقیق شریفیان (۱۳۸۷) در تبیین الگوی فرایندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان که از جمله عوامل مهم در انگیزه دانشجویان برای کارآفرینی را ویژگی‌های فردی کارآفرینانه، عملکرد و خودپنداره تحصیلی، آگاهی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، صلاحیت‌های حرفه‌ای و فرهنگ سازمانی دانست (۴). غلامی (۱۳۸۷) در تحقیق خود وضعیت موجود عوامل رفتاری برای کارآفرینی را مناسب توصیف کرد (۵). همچنین درودیان و همکاران (۱۳۹۱)، در تحقیق خود ویژگی‌های شخصیتی را از عوامل مثبت و اثرگذار بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی دانستند (۲). موسوی‌راد و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیقی به بررسی ارتباط بین فرهنگ سازمانی و ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه شامل نوآوری، خطرپذیری، استقلال‌پذیری، پشتتازی در بازار و رقابت تهاجمی در سازمان تربیت بدنی پرداختند و ارتباط مثبت و معناداری را میان این دو عامل نتیجه گرفتند (۸). از جمله تحقیقات خارجی انجام‌گرفته در زمینه

بررسی عوامل رفتاری، تحقیق گوردن^۱ و همکاران (۲۰۰۹) بود که در بررسی خود یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی را عوامل رفتاری، اجتماعی و شخصیتی عنوان کردند (۱۴). کاشیگ و باتنگار^۲ (۲۰۰۹) به این نتیجه رسیدند که افراد به دلایل زیاد روان‌شناختی مانند استقلال، استفاده از مهارت‌ها به‌منظور ایجاد درآمد و تصمیم‌گیری مستقل، کارآفرین می‌شوند (۱۶). ترجهسون^۳ (۲۰۰۸)، در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، از جمله عوامل فردی تأثیرگذار را روح کارآفرینانه و ارزش‌های فرهنگی نشأت‌گرفته از افراد دانست (۲۲). بارون^۴ (۲۰۰۷)، عوامل شناختی و رفتاری را به‌عنوان فرایندهای اساسی که می‌تواند موجب ایجاد مخاطرات جدید و راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه شود، بررسی کرد و بین عوامل رفتاری و فعالیت کارآفرینانه ارتباط مثبت و معناداری را نتیجه گرفت (۱۱). کولینز^۵ و همکاران (۲۰۰۴)، در فراتحلیلی ارتباط میان دستیابی به انگیزش و رفتار کارآفرینانه را بررسی کردند و ارتباط میان رفتار کارآفرینانه و عملکرد کارآفرینانه را نتیجه گرفتند (۱۳).

با توجه به اثر مستقیم توسعه کارآفرینی بر اقتصاد ملی و در نظر گرفتن این نکته که منشأ انجام کارهای جدید از کارآفرین آغاز می‌شود (۱۶) و نیز اینکه تاکنون در تحقیقات داخلی، نقش رویکرد رفتاری با تأکید بر گرایش‌های کارآفرینانه (نوآوری، ریسک‌پذیری و رفتار مخاطره‌آمیز) به‌عنوان عوامل اثرگذار بر متغیر وابسته‌ای مانند توسعه کارآفرینی در بخش کسب‌وکارهای ورزشی بررسی نشده است و با در نظر گرفتن این مهم که شناخت زمینه‌های رفتاری کارآفرینی در ورزش می‌تواند در شناساندن انگیزه‌ها و عوامل رفتاری مهم به روان‌شناسان و مدیران کشور کمک کند، محققان به دنبال پاسخ به این پرسش‌ها هستند که عوامل رفتاری پیش‌بینی‌کننده توسعه کارآفرینی در ورزش کشور چیست؟ و مدل عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی کدام است؟

روش تحقیق

این تحقیق به بررسی روابط بین متغیرهای مستقل (عوامل رفتاری) با وابسته (توسعه کارآفرینی) می‌پردازد، از این‌رو از نوع همبستگی است.

1. Gorfon
2. Kaushik & Bhatnagar
3. Terejesen
4. Baron
5. Collins

تعداد شاخص‌های مورد نظر انتخاب می‌شود (۷). در نتیجه نمونه آماری شامل ۹۰ نفر از مدیران باشگاه‌های ورزشی، مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، اعضای هیأت علمی و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی، مدیریت کارآفرینی و راهبردی در نظر گرفته شد. ابزار پژوهش مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته شامل پانزده سؤال بود. ابتدا با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته فهرست ابتدایی از مجموعه عواملی که توسعه کارآفرینی ورزشی را تبیین می‌کرد، شناسایی و سپس با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته میزان تأثیر این عوامل از دیدگاه نمونه آماری بررسی شد. پرسشنامه در مقیاس پنج امتیازی لیکرت طراحی شد و سؤالات مربوط به عوامل رفتاری شامل سؤالات نگرش‌ها، انگیزه‌ها و عوامل شخصی و توسعه کارآفرینی ورزشی بود. عوامل رفتاری در این پژوهش براساس مفهوم میلر^۱ (۱۹۹۱) با پنج سؤال مانند «تمایل به انجام فعالیت‌های مخاطره‌آمیز»، «تلاش برای انجام کاری که دیگران انجام نداده باشند»، «قادر بودن به انجام دادن فعالیت‌های توأم با ریسک»، «تمایل به انجام دادن کار به تنهایی» و «تمایل به ایجاد رقابت با دیگر رقبای مطرح» اندازه‌گیری شد (۲۱). این پرسشنامه در تحقیق کاشینگ و بتنگار (۲۰۰۹) و ترچسون (۲۰۰۸) نیز به کار گرفته شده بود (۱۶).^{۲۲}، روایی صوری و محتوای پرسشنامه توسط ده نفر از متخصصان مدیریت ورزشی تأیید و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱۶ تأیید شد. روایی سازه نیز با استفاده از تحلیل عاملی به دست آمد. از آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. آزمون‌های آماری استفاده شده شامل تحلیل عاملی، همبستگی، رگرسیون بود و مدل معادلات ساختاری نیز به کار گرفته شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای اسپس^۲ و آموس^۳ صورت پذیرفت.

نتایج و یافته‌های تحقیق

ابتدا برای شناخت متغیرهای مکنون از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد، سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی روابط مورد نظر آزمون شد و برای بررسی ارتباط بین متغیرها از آزمون همبستگی و در نهایت از تحلیل رگرسیون استفاده شد. برای مدلسازی نیز از معادلات ساختاری بهره گرفته شد.

-
1. Miller
 2. SPSS
 3. Amos

نتایج اولیه تحلیل اکتشافی نشان می‌دهد نسبت آزمون کایزر- مهیر- الکین^۱ برای ماتریس همبستگی مورد تحلیل که نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری است؛ در مورد سؤالات رفتاری برابر ۰/۸۱ و در مورد سؤالات توسعه کارآفرینی برابر ۰/۹۳۴ بود که در سطح $P \leq 0/001$ معنادار بود. آزمون کرویت بارتلت^۲ نشان‌دهنده میزان معناداری ماتریس همبستگی اطلاعات است. بنابراین تحلیل عاملی با تأکید بر تمامی سؤالات انجام گرفت. عوامل رفتاری حدود ۴۲ درصد واریانس نمره‌های مربوط به رفتار و عامل مربوط به توسعه کارآفرینی حدود ۷۳ درصد واریانس نمره‌ها را تبیین کرد. سپس به منظور تأیید عامل‌ها از تحلیل عاملی تأییدی برای هر سازه استفاده شد و در نتیجه شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری و سپس در مدل ساختاری مورد تأیید قرار گرفت. ابتدا از تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیون در جدول‌های ۱ و ۲ نشان داده شده است.

جدول ۱. تحلیل رگرسیون برای بررسی ارتباط بین عوامل رفتاری و توسعه کارآفرینی در ورزش

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۴۳۳	۰/۱۸۷	۰/۱۷۸	۰/۹۲۸

جدول ۲. ضرایب استاندارد و استاندارد نشده مدل

مدل	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		Sig	T
		Beta	خطای استاندارد		
توسعه کارآفرینی	۰/۴۳۳	۰/۱۵۰	۰/۶۷۵	۰/۰۰۱	۴/۵۰

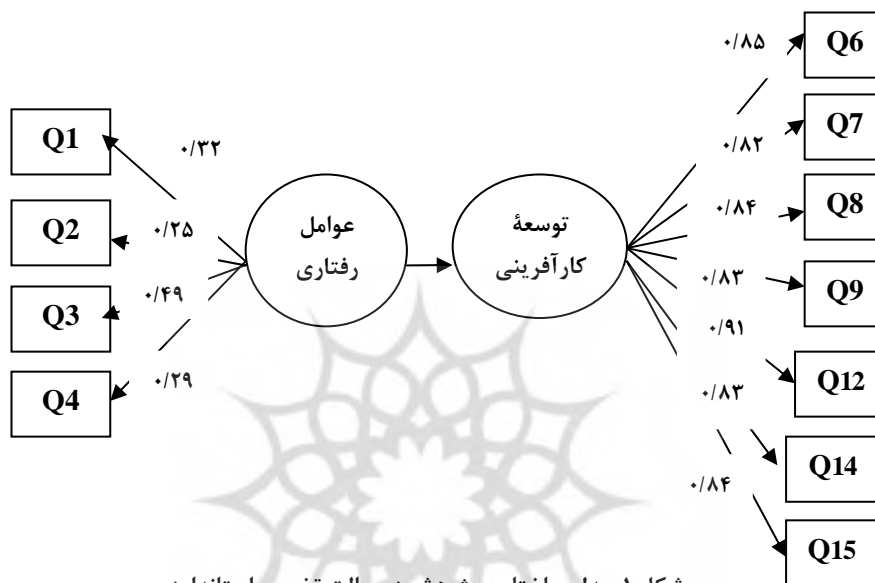
همان‌گونه که جدول‌های ۱ و ۲ نشان می‌دهد، ارتباط معناداری بین عوامل رفتاری و توسعه کارآفرینی در سطح $P \leq 0/001$ با ضریب همبستگی $R=0/43$ وجود دارد. شاخص‌های استخراج‌شده از مدل ساختاری با استفاده از نرم‌افزار آموس به شرح ذیل به دست آمد:

شاخص P value که در این تحقیق معنادار نیست ($P=0/85$) و نشان‌دهنده برازش خوب مدل است، زیرا در مدل‌سازی هرچه بتوان با استفاده از شاخص‌های برآورد شده، ماتریس واریانس-کوارانس نزدیک به ماتریس اولیه را بازتولید کرد، داده‌های گردآوری شده از مدل نظری بیشتر حمایت می‌کنند (۶). شاخص میانگین مجذور خطای تقریبی (RMSEA): این شاخص در نرم‌افزار Amos با مقدار PCLOSE گزارش می‌شود، که در این تحقیق این شاخص برابر ۰/۹۵ است. همچنین مقدار شاخص

1. Kaiser _ Meyer _ Olkin

2 . Bartlett

RMSEA در این تحقیق ۰/۰۰۰ است که در نتیجه مدل برازش لازم را دارد. شاخص GFI برابر ۰/۹۴ و شاخص AGFI برابر ۰/۹۰ بود که بیانگر برازش خوب مدل است. بنابراین، تمامی شاخص‌های برازش، وضعیت مناسب دارد. شکل ۱ تخمین استاندارد را نشان می‌دهد، به‌گونه‌ای که خروجی نرم‌افزار نشان‌دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش‌یافته است.



شکل ۱. مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین استاندارد

شکل ۱ نشان می‌دهد که عوامل رفتاری تأثیر زیاد و معناداری بر توسعه کارآفرینی ورزشی در کشور با ضریب مسیر ۰/۸۵ ($P=۰/۰۳۹$) داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در کشورهای توسعه‌یافته جهان شده‌اند، از این‌رو توجه به بعد رفتاری کارآفرینان اهمیت زیادی دارد. در این زمینه، زمانی که اثر توسعه کارآفرینی بر اقتصاد را مورد توجه قرار می‌دهیم، می‌توانیم اثر کارآفرینان، پرداختن به رفتار کارآفرینانه در جامعه و همین‌طور مشارکت کارآفرینی برای ایجاد شغل‌ها، شرکت‌ها و دستاوردهای جدید را با اهمیت تلقی کنیم. در حقیقت بازیگران اصلی

کسب و کارهای کوچک کارآفرینان هستند. به عبارتی، کارآفرین بازیگر اصلی بازی‌ای به نام کارآفرینی است، مسابقه‌ای که ایجادکننده کسب و کار، توسعه‌دهنده آن با در نظر گرفتن تمام وجوه آن شامل فرصت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و قوت‌هاست. بنابراین هدف این تحقیق تبیین عوامل رفتاری به‌منظور توسعه کارآفرینی ورزشی در میان کارآفرینان بود.

نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که عوامل رفتاری ارتباط معناداری با توسعه کارآفرینی ورزشی دارد. نتیجه این تحقیق با نتایج غلامی (۱۳۸۷)، شریفیان (۱۳۸۷)، ترجسون (۲۰۰۸)، گوردن و همکاران (۲۰۰۹)، کاشیک و بنتگار (۲۰۰۹)، بارون (۲۰۰۷) و کولینز و همکاران (۲۰۰۴) همخوانی دارد (۴،۵، ۱۱، ۱۶، ۱۴، ۱۳). بنابر نتیجه به‌دست‌آمده، عوامل رفتاری اثر زیادی بر توسعه کارآفرینی دارد و این تأثیر معنادار بود.

نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات گوردن و همکاران (۲۰۰۹)، کاشیک و بنتگار (۲۰۰۹)، لیسبوا^۱ و همکاران (۲۰۱۱) که رفتار کارآفرینانه را بر توسعه کارآفرینی و ایجاد ارزش مؤثر گزارش کردند، همخوانی دارد (۱۴، ۱۶، ۱۷). به‌نظر می‌رسد عوامل دیگری نیز موجب توسعه کارآفرینی شوند، چراکه توسعه کارآفرینی پیچیده و دارای ساختار چندبعدی است (۲۴). به‌عبارتی عوامل زیادی بر توسعه کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. در واقع اگرچه به‌کارگیری عوامل رفتاری کارآفرینانه ضروری است، شرط کافی برای انتقال ارزش عملکرد کسب و کارهای کوچک و توسعه کارآفرینی نیست (۱۰). به‌دلیل ارزش‌های مالی و انسانی که به‌طور اجتناب‌ناپذیری با شکست کسب و کار همراه است، محققان عوامل زیادی را در قالب عملکرد کسب و کار معرفی کرده‌اند (۲۳).

برای نمونه، زمانی که اثر توسعه کارآفرینی بر اقتصاد را مورد توجه قرار می‌دهیم، می‌توانیم اثر کارآفرینان، پرداختن به رفتار کارآفرینانه در جامعه و همین‌طور مشارکت کارآفرینی برای ایجاد شغل‌ها، شرکت‌ها و دستاوردهای جدید را نیز با اهمیت تلقی کنیم.

یکی دیگر از نتایج تحقیق، عوامل تعیین‌کننده رفتار کارآفرینان براساس مفهوم میلر بود که از جمله عوامل رفتاری کارآفرینان، مخاطره‌پذیری آنان در ورزش کشور بود که به‌عنوان سازه مورد نظر، تأیید شد. بر این اساس، مخاطره‌پذیری لازمه کارآفرینی است، چراکه کارآفرینان با به مخاطره انداختن سرمایه خود تمامی خطرهای ناشی از آن را به‌عهده می‌گیرند و به‌طور کلی پذیرفته شده که افراد مشارکت‌کننده در بخش ورزش، مخاطره‌پذیرند (۱۹).

یکی دیگر از عوامل رفتاری، تمایل به نوآوری در افراد کارآفرین است، زیرا در محیط توأم با رشد سریع کسب‌وکار، محور اساسی ورزش، نوآوری و تغییر است. به عبارتی رقابت در بازار، به این موضوع شدت می‌بخشد که سازمان‌های ورزشی باید برای به‌دست آوردن مزیت رقابتی در میان نوآوری‌ها رشد کنند (۱۲).

یکی دیگر از عوامل رفتاری بیش‌فعالی است که در این پژوهش به‌عنوان سازه‌ای برای عوامل رفتاری تأیید شد. از جمله عوامل رفتاری دیگر شناسایی‌شده، استقلال‌طلبی و رقابت تهاجمی است (۲۱) که به‌عنوان یکی از سازه‌های رفتاری کارآفرینان مورد تأیید قرار گرفت که مطابق با مفهوم میلر (۱۹۹۱) بود. رقابت‌طلبی نیز یکی دیگر از عوامل رفتاری یا به‌عبارتی گرایش‌های کارآفرینانه بود که در این تحقیق تأیید نشد. به‌نظر می‌رسد که صاحبان کسب‌وکارهای کوچک به‌دلیل ماهیت خود، فرصت‌های کارآفرینانه زیادی را جست‌وجو می‌کنند، ولی در پی مزیت رقابتی چندانی نیستند، چراکه شرکت‌های بزرگ‌تر به‌دنبال به‌دست آوردن مزیت رقابتی هستند، درحالی‌که صاحبان شرکت‌های کوچک با قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتر، به‌دنبال کشف فرصت بیشتر در بازار هستند تا درگیری در مزیت رقابتی.

به‌طور کلی می‌توان گفت که عوامل رفتاری کارآفرینان در ورزش کشور شامل چهار بعد بیش‌فعالی، استقلال‌طلبی، نوآوری و مخاطره‌پذیری است که این عوامل رفتاری ارتباط مثبت و معناداری با توسعه کارآفرینی ورزشی دارند. بدین معنا که هرچه میزان استقلال‌پذیری، تمایل به نوآوری، مخاطره‌پذیری و بیش‌فعالی بیشتر باشد، توسعه کارآفرینی در ورزش کشور بیشتر خواهد بود. بنابراین منطقی است که عوامل رفتاری و شناختی نقش مهمی در فرایند کارآفرینی بازی می‌کند. از طرفی تعیین شاخص‌های رفتاری و انگیزشی توسط مدارس، مراکز دانشگاهی، مراکز مشاوره‌ای، سرمایه‌داران، نمایندگان دولتی و غیره می‌تواند به شناسایی افراد کارآفرین و تشویق به انجام فعالیت‌های مخاطره‌آمیز کمک کند.

به‌دلیل ساختار چندبعدی توسعه کارآفرینی، در تحقیقات دیگر می‌توان عواملی مانند اثر سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی را بررسی کرد، زیرا عواملی مانند سرمایه اجتماعی، شبکه‌سازی و مهارت‌های اجتماعی عوامل مهم دیگری است که به‌طور معناداری بر توسعه کارآفرینی اثر می‌گذارد (۱۸) و به توسعه کارآفرینی در ورزش کشور منجر می‌شود.

منابع و مآخذ

۱. حسن‌مرادی، نرگس. (۱۳۸۵). "مدیریت کارآفرینی". مؤسسه تحقیقات و آموزش، تهران. ص: ۲۷.

۲. درودیان، علی اصغر. مظفری، سید امیراحمد. تندنویس، فریدون. کاظم‌نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۱). "رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌های فردی و سبک رهبری با عملکرد کسب و کارهای کارآفرینان ورزشی استان تهران". توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، صص: ۱۲۴-۱۰۷.
۳. زبردست، علی. رستم‌زاده، علی. (۱۳۸۷). "اتحاد جبری خلاقیت، نوآوری در کارآفرینی". فصلنامه رویش، سال چهارم، شماره ۱۵، ص: ۱.
۴. شریفیان، اسماعیل. (۱۳۸۷). "طراحی الگوی فرایندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی". رساله دکتری دانشگاه تربیت مدرس تهران، چکیده ص: ۱.
۵. غلامی، ناصر. (۱۳۸۷). "بررسی موانع کارآفرینی در ورزش کشور". پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی. چکیده ص: ۱.
۶. قاسمی، وحید. (۱۳۸۹). "مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد آموس گرافیک". جامعه‌شناسان، تهران. ص: ۵.
۷. کلاین، پل. (۱۳۸۰). "راهنمای آسان تحلیل عاملی". ترجمه صدرالسادات سید جلال، انتشارات سمت، تهران. ص: ۳۵.
۸. موسوی‌راد، طاهره. فراهانی، ابوالفضل. هنری، حبیب. احمدپورداریانی، محمود. (۱۳۹۰). "طراحی مدل کارآفرینی ورزشی مبتنی بر رابطه فرهنگ کارآفرینانه با ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی در سازمان تربیت بدنی ایران". پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۱، صص: ۱۸۰-۱۶۱.
۹. هزار جریبی، جعفر. (۱۳۸۴). "کارآفرینی". پژوهشکده امور اقتصادی، تهران، ص: ۲۴.
10. Barney, J. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage". *Journal of Management*, 17(1), pp: 99-120.
11. Baron, R. A. (2007). "Behavioral and Cognitive Factors in Entrepreneurship: Entrepreneurs as the Active Elements in New Venture Creation", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1. pp: 167-182.
12. Ciletti, D., Chadwick, S. (2012). "Sports Entrepreneurship: Theory and Practice: Fitness Information Technology". pp: 23-59.
13. Collins, C., Hange, P. H., Locke, E. A. "The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: a Meta-Analysis" *Human Performance*, 17(1), pp: 95-117.

14. Gordon, E., Natarajan, K., Amishi, A. (2009). "Entrepreneurship Development", Global Media, Mumbai. pp: 125.
15. Holt, D., Rutherford, M., Clohessy, G. (2007). "Corporate entrepreneurship: An empirical look at individual characteristics", context, and process. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), pp: 40-54.
16. Kaushik, U., Bhatnagar, S. (2009). "Entrepreneurship", Global Media, Mumbai. p: 48.
17. Lisboa, A., Skarmeas, D., Lages, C. (2011). "Entrepreneurial orientation, exploitative and explorative capabilities, and performance outcomes in export markets: A resource-based approach". *Industrial Marketing Management*, 40(8), pp: 1274-1284.
18. Mitrega, M., Forkmann, S., Ramos, C., Henneberg, S. C. (2012). "Networking capability in business relationships, concept and scale development". *Industrial Marketing Management*. 41(5), pp: 739-751.
19. Ratten, V. (2011). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), pp: 57-69.
20. Ratten, V., Babiak, K. (2010). "The role of social responsibility, philanthropy and entrepreneurship in sport industry". *Journal of Management and Organization*, 16(4), pp: 482-487.
21. Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., Frese, M. (2009). "Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), pp: 761-787.
22. Terjesen, S. (2008). "Venturing beyond the marathon: The entrepreneurship of ultra-running and the IAU World Cup in Korea". *Asian Business and Management*, 7, pp: 225-241.
23. Watson, J. (2007). "Modeling the relationship between networking and firm performance". *Journal of Business Venturing*, 22, pp: 852-854.
24. Wolff, J. A., Pett, T. L. (2006). "Small-firm performance: Modeling the role of product and process improvements". *Journal of Small Business Management*, 44(2), pp: 268-284.