

## Classification of the Sports Entrepreneurial Ecosystem Dimensions

Fatemeh Negahdari <sup>1</sup>, Kouros Ghahreman Tabrizi <sup>2✉</sup>, Ismaeil Sharifian <sup>3</sup> Hassan Biabani <sup>4</sup>

1. Department of Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran. E-mail: [f.negahdari2020@gmail.com](mailto:f.negahdari2020@gmail.com)
2. Corresponding Author, Department of Sport Management, Shahid Bahonar University, Kerman, Iran. E-mail: [Kourosgh3795@uk.ac.ir](mailto:Kourosgh3795@uk.ac.ir)
3. Department of Sport Management, Shahid Bahonar University, Kerman, Iran. E-mail: [Sharifian@uk.ac.ir](mailto:Sharifian@uk.ac.ir)
4. Department of Management, University of Hormozgan, Bandar Abbas, Iran. E-mail: [Hmbiabani@yahoo.com](mailto:Hmbiabani@yahoo.com)

### Article Info

#### Article type:

Research Article

#### Article history:

Received:

25 July 2020

Received in revised form:

3 March 2021

Accepted:

5 March 2021

Published online:

16 November 2022

#### Keywords:

*Entrepreneurial Ecosystem,  
Q methodology,  
Ecosystem of Sports  
Sports Industry*

### ABSTRACT

**Introduction:** Recently, the entrepreneurial ecosystem approach to understand the field of entrepreneurship has received much attention. There are various elements to create entrepreneurial ecosystems for the development of the sports industry, so the purpose of this article was to classify the elements of the ecosystem of sports entrepreneurship.

**Methods:** quantitative research data analysis was done by performing Q-type exploratory factor analysis using SPSS software. In the qualitative part of the research, 58 expressions were extracted, and the experts were asked to specify their importance from 1 to 9 in the form of a questionnaire.

**Results:** The results showed that the mental patterns of experts from the ecosystem of sports entrepreneurship have five dimensions including politics, support, culture, capital and market or customers. The statistical distribution analysis showed that five distinct mental patterns can be identified among the research participants about the realm of sports entrepreneurship ecosystem, which explains about 86.61% of the total variance.

**Conclusion:** The sports industry is a complex network of people, groups and organizations that affects the ecosystem of sports entrepreneurship. Based on the mentality of the participants in the realm of sports governance, components such as explicit government support, legal incentives, tax concessions, and the creation of sports infrastructure play important roles in development of the realm of sports entrepreneurship ecosystem.

**Cite this article:** Negahdari, F., Ghahreman Tabrizi, K., Sharifian I., & Biabani H. (2022). Clasification of the Sports Entrepreneurial Ecosystem Dimensions. *Sport Management Journal*, 14 (3),149-163.  
[DOI:http://doi.org/10.22059/JSM.2021.306892.2536](https://doi.org/10.22059/JSM.2021.306892.2536)



## Extended Abstract

### Introduction

Today, entrepreneurship with its wide dimensions is considered as one of the most important issues of economic development. The growth of rapid acceptance of this term in the third category of entrepreneurship literature is the result of its popularity and understanding of its usefulness. This cross-sectoral and multifaceted phenomenon is the result of the interaction of individual characteristics and environmental events. There are various elements to create entrepreneurial ecosystems for the development of the sports industry, so the purpose of this article was to classify the elements of the ecosystem of sports entrepreneurship.

### Methods

This research is applied in terms of purpose and mixed-exploratory in nature, and its implementation method is a systematic and strong combination based on Q methodology, which has high mathematical accuracy. In the current research, the five-step process of generating a set of expressions (Q statements), selecting a set of participants, collecting sorted Q data or the quantitative tool, performing factor analysis, weighting and identifying the interpretation of the Q method was used. In this research, an attempt was made to collect all the written and unwritten opinions about the characteristics of the desired and effective entrepreneurial ecosystem by reviewing the theoretical literature, the requirements and the framework of the upstream documents of the country's sports sector and talking to the experts. In order to ensure the validity, in the current research, firstly, Q sample by examining 60 documents, which consisted of 40 foreign studies, 15 internal studies and 3 upstream documents (strategic document for the development of the country's sports, Iran's 20-year vision document, the law of the sixth development program) and a conversation with 6 experts in the field of sports entrepreneurship were gathered and after clearing the ambiguities about the propositions, the research questionnaire was finalized. Analysis of quantitative research data was done by performing Q-type exploratory factor analysis using SPSS software. The study population was targeted and concentrated on 20 selected experts. In the qualitative part of the research, 58 expressions were extracted, and experts were asked to specify their importance from 1 to 9 in the form of a questionnaire.

### Results

The results showed that the mental patterns of experts from the ecosystem of sports entrepreneurship have five dimensions including politics, support, culture, capital and market or customers. The statistical distribution analysis showed that five distinct mental patterns can be identified among the research participants about the realm of sports entrepreneurship ecosystem, which explains about 86.61% of the total variance.

### Conclusion

The sports industry is a complex network of people, groups and organizations that affects the ecosystem of sports entrepreneurship. Based on the mentality of the participants in the realm of sports governance, components such as explicit government support, legal incentives, tax concessions, and the creation of sports infrastructure play important roles in development of the realm of sports entrepreneurship ecosystem. The development of the country's sports sector requires a suitable platform in different dimensions so that the simultaneous attention to these dimensions be effective in formulating policies for the development of the country's sports sector. If these factors are taken into consideration from the approach of the ecosystem of entrepreneurship, it should be said through operational tools such as the joint cooperation of the bodies in charge of sports, bilateral and multilateral agreements, support systems and tools such as tax exemptions, awarding awards, holding festivals, encouraging athletes and active diplomats and Strategic tools such as the vision and strategic plan and defining the missions in the field of sports governance took a step in the direction of promoting the ecosystem of sports entrepreneurship. Establishing a sport innovation and creativity center in order to develop sustainable sports entrepreneurship to strengthen the spirit of entrepreneurship, creativity and innovation in the country's sports is a fundamental step.

### Ethical Considerations

#### Compliance with ethical guidelines:

**Funding:** The research was done without using financial resources

**Authors' contribution:** The authors have contributed equally

**Conflict of interest:** The authors have no conflicts of interest

**Acknowledgments:** This research was done with the guidance of distinguished professors and the cooperation of research participants.

## دسته‌بندی عناصر قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی

فاطمه نگهداری<sup>۱</sup> ID، کوروش قهرمان تبریزی<sup>۲</sup> ID، اسماعیل شریفیان<sup>۳</sup> ID، حسن بیابانی<sup>۴</sup> ID

۱. گروه مدیریت ورزشی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران. رایانامه: [f.negahdari2020@gmail.com](mailto:f.negahdari2020@gmail.com)

۲. نویسنده مسؤو، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران. رایانامه: [Kourosh3795@uk.ac.ir](mailto:Kourosh3795@uk.ac.ir)

۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران. رایانامه: [Sharifian@uk.ac.ir](mailto:Sharifian@uk.ac.ir)

۴. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران. رایانامه: [Hmbiabani@yahoo.com](mailto:Hmbiabani@yahoo.com)

اطلاعات مقاله	چکیده
<b>نوع مقاله:</b> مقاله پژوهشی	<b>مقدمه:</b> اخیراً رویکرد اکوسیستم کارآفرینی جهت درک زمینه کارآفرینی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. عناصر مختلفی برای ایجاد اکوسیستم‌های کارآفرینی برای توسعه صنعت ورزش وجود دارد لذا هدف مقاله حاضر دسته‌بندی عناصر قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی بود.
<b>تاریخ دریافت:</b> ۱۳۹۹/۵/۴	<b>روش پژوهش:</b> تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش کمی با انجام تحلیل عاملی اکتشافی نوع کیو با استفاده از نرم‌افزار SPSS صورت گرفت جامعه مورد مطالعه به صورت هدفمند و متمرکز ۲۰ نفر خبره انتخاب شد. در بخش کیفی پژوهش ۵۸ عبارت استخراج شد که در قالب پرسشنامه‌ای از خبرگان خواسته شد اهمیت خود را از ۱ تا ۹ مشخص کنند.
<b>تاریخ بازنگری:</b> ۱۳۹۹/۱۲/۱۳	<b>یافته‌ها:</b> نتایج نشان داد که الگوهای ذهنی خبرگان از زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی دارای پنج بُعد شامل سیاست، حمایت، فرهنگ، سرمایه و بازار یا مشتریان است. تحلیل توزیع آماری نشان داد که می‌توان پنج الگوی ذهنی متمایز را میان مشارکت‌کنندگان تحقیق درباره قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی شناسایی کرد که در مجموع حدود ۸۶/۶۱ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.
<b>تاریخ پذیرش:</b> ۱۳۹۹/۱۲/۱۵	<b>نتیجه‌گیری:</b> صنعت ورزش شبکه‌ای پیچیده از افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها است که زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. براساس ذهنیت مشارکت‌کنندگان در قلمرو حکمرانی ورزشی مؤلفه‌هایی چون حمایت صریح دولت، مشوق‌های قانونی، امتیازهای مالیاتی و ایجاد زیرساخت‌های ورزشی نقش مهمی در توسعه قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی دارند.
<b>تاریخ انتشار:</b> ۱۴۰۱/۸/۲۵	
<b>کلیدواژه‌ها:</b> زیست‌بوم کارآفرینی، زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی روش‌شناسی کیو، صنعت ورزش	

**استناد:** نگهداری، فاطمه؛ قهرمان تبریزی، کوروش؛ شریفیان، اسماعیل؛ و بیابانی، حسن (۱۴۰۱). دسته‌بندی عناصر قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی. نشریه مدیریت

ورزشی، (۳)، ۱۶۳-۱۴۹.

DOI:<http://doi.org/10.22059/JSM.2021.306892.2536>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

## مقدمه

امروزه کارآفرینی با ابعاد گسترده خود از موضوعات بسیار مهم توسعه اقتصادی به‌شمار می‌آید (زالی و همکاران، ۲۰۱۴). رشد این پدیده فرابخشی و چندوجهی حاصل تعامل ویژگی‌های فردی و رویدادهای محیطی است (هولینکا؛ ۲۰۱۵). اخیراً یکی از راه‌های رشد کارآفرینی استفاده از مفهوم زیست‌بوم کارآفرینی است (چن و همکاران؛ ۲۰۲۰). پذیرش سریع این واژه در سومین دسته ادبیات کارآفرینی نتیجه محبوبیت و درک سودمندی آن است (استام و همکاران؛ ۲۰۱۷). این عبارت که اولین بار توسط مور در سال ۱۹۹۳ مطرح شد، از ریشه‌هایی چون خوشه‌های صنعتی، سیستم‌های نوآوری، سرمایه اجتماعی و شبکه‌ها نشأت گرفته شده است (روندی و روندی؛ ۲۰۱۷). اما هنوز تعریف مشخصی ندارد و بسته به نظرها و تجربیات افراد ادراک متفاوت وجود دارد (ادریچ و همکاران؛ ۲۰۱۸). آیزنبرگ عناصر زیست‌بوم کارآفرینی را دولت، فرهیختگان یا رهبران عرصه، بازار و سرمایه، انجمن‌های غیرانتفاعی، نهادهای آموزشی، کارآفرینان داخل کشور و پیوند آنها با کارآفرینان خارج از کشور معرفی کرده است (آیزنبرگ، ۲۰۱۰). استام زیست‌بوم کارآفرینی را مجموعه‌ای از بازیگران متضاد و عوامل هماهنگ‌کننده در شرایط خاص متشکل از نهادهای اجتماعی (رسمی و غیررسمی) می‌داند. شرایط نظام‌مند زیست‌بوم کارآفرینی شامل شبکه‌ای از کارآفرینان، رهبری، مالی، استعداد، دانش و خدمات پشتیبانی است (استام، ۲۰۱۵). سوراما و سالو<sup>۸</sup> اکوسیستم کارآفرینانه را مجموعه‌ای از اجزای بهم وابسته و در تعامل با هم می‌دانند که در پی خلق کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیزند (سوراما و سالو؛ ۲۰۱۶).

از منظر کلان زیست‌بوم کارآفرینی دسترسی به بازارها، منابع انسانی، سرمایه مالی و سرمایه‌گذاری، منتورها، مشاوران و سیستم‌های حمایتی، چارچوب‌های قانونگذاری و زیرساخت، آموزش و تربیت، دانشگاه‌های بزرگ به‌عنوان تسهیلگران و حمایت فرهنگی را شامل می‌شود (بورسینکو و بوسچما؛ ۲۰۱۷). هشت عامل حمایت اخلاقی، مالی، فناوری، بازار، اجتماعی، شبکه، دولت و حمایت محیطی در تصمیم‌گیری افراد برای انتخاب مسیر کارآفرینی مؤثرند (لیتا و لیتا؛ ۲۰۱۷) و زیست‌بوم کارآفرینی پدیده‌ای اقتصادی اجتماعی پشتیبانی شده به‌وسیله تعامل سازمان‌ها، افراد و نهادهای متعدد است (آیزنبرگ و اونیما؛ ۲۰۱۶). کانشبا<sup>۱۳</sup> و همکاران (۲۰۲۰) معتقدند زیست‌بوم کارآفرینی شامل سازمان‌ها و نهادهایی است که تصمیم‌گیری برای کارآفرین شدن و موفقیت در کسب‌وکار کارآفرینی را موجب می‌شود.

به هر حال زیست‌بوم کارآفرینی با هر تعریف و تبیینی، رویکردی نظام‌مند در تفکر و اقدامی مؤثر برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی است (آیزنبرگ و اونیما، ۲۰۱۶). تمرکز این چارچوب مفهومی بر پرورش، ترویج و ارتقای کارآفرینی است و با در برگرفتن حوزه‌های سیاست، رهبری منابع مالی، فرهنگی، حمایت‌های نهادی و زیرساختی، سرمایه انسانی و بازارها، ارزیابی جامعی از عناصر کارآفرینی، ارتباط میان آنها و بستر کارآفرینی ارائه می‌کند (موندالیزاده؛ ۲۰۱۸). چنین اکوسیستمی دربرگیرنده صدها عنصر است که می‌تواند در شش قلمرو

1. Holienka, M.

2. Chen

3. Stam

4. Roundy & Roundy

5. Audretsch

6. Isenberg

7. Stam

8. Sorama & Joensuu-Salo

9. Sorama & Salo

10. Borissenko & Boschma

11. Leitão & Leitão

12. Isenberg & Onyemah

13. Kanshba

14. Mondalizadeh

اصلی بازار، سیاست، سرمایه‌ی مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه‌ی انسانی خلاصه شوند (رانندی و همکاران، ۲۰۱۶). چن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) معتقدند بررسی مروری مطالعات گذشته حکایت از گسترش و توسعه‌ی تحقیقات در این زمینه دارد، اما در ایران در خصوص اکوسیستم یا زیست‌بوم کارآفرینی به‌طور کلی و در ورزش به‌طور خاص پژوهش‌های اندکی وجود دارد که برای مثال می‌توان به تحقیقات قمبرعلی و زرافشانی (۲۰۱۵)، جهرمی (۲۰۱۳) قمبرعلی و همکاران (۲۰۱۵)، داوری و همکاران (۲۰۱۶)، بیگ‌آقا و همکاران (۲۰۰۹)، رخامو همکاران (۲۰۱۵)، انتظاری (۲۰۱۵)، فرهنگ‌مهر و همکاران (۲۰۱۹)، نگهداری و همکاران (۲۰۱۹) و رضانی و همکاران (۲۰۱۹) اشاره کرد.

صنعت ورزش از درآمدزاترین صنایع قرن بیست‌ویکم به‌شمار می‌رود و به‌طور معمول ثروتمندترین افراد جهان در حیطه‌ی تفریح و ورزش فعال‌اند (پوت<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). بهترین و مطرح‌ترین نمانام‌های جهانی در حوزه‌ی ورزش است (راتن و فریبا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). آمارها حاکی از آن است ۱۵ درصد تولید ناخالص ملی جهان در حیطه‌ی تفریح، سلامت و ورزش در سال ۲۰۱۸ باشد (آشوری و همکاران، ۲۰۱۸). این در حالی است که بنابر برخی گزارش‌های غیررسمی در ایران کمتر از ۳ درصد جمعیت در حوزه‌ی تفریح و ورزش فعال‌اند. درحالی‌که می‌توان سهم اشتغال را در این حوزه را ۱۲ درصد رشد داد (آشوری و برومند، ۲۰۱۴). صاحب‌نظران هشت زمینه را شامل تبلیغات و امور ترویجی در ورزش، مدیریت اماکن و تسهیلات ورزشی، مدیریت و برنامه‌ریزی در سازمان‌های ورزشی، امور آموزشی (کلاس‌های آموزشی، مربیگری و داوری)، امور پژوهشی، ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی نو در ورزش‌های همگانی و قهرمانی و ایجاد مشاغل جدید برحسب نیاز، شناسایی کرده‌اند (فروغی، ۲۰۰۵). در ارزیابی ظرفیت‌های اشتغال‌زایی بخش‌های مختلف کشور، ورزش و خدمات ورزشی در رتبه‌ی نوزدهم از چهل‌ویکم قرار دارن که این موضوع نشان‌دهنده‌ی وجود فرصت‌های اشتغال در بخش ورزش است (وزارت ورزش و جوانان، ۲۰۱۹). براساس مطالعات، بیش از ۱۲۰ شغل ورزشی در کشور وجود دارد. براساس نتایج تحقیقات اخیر سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی کشورهای مختلف حدود ۰/۵ تا ۲ درصد است؛ درحالی‌که سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی ایران (حدود ۰/۳۹ درصد) به‌طور معناداری کمتر از شاخص جهانی است. این موضوع سبب شده است که بعضی کشورها در پی برآورد تعداد فرصت‌های شغلی ایجادشده توسط صنعت ورزش و سهم ورزش از کل اشتغال در کشور خود باشند. برای مثال، سهم صنعت ورزش از کل اشتغال در هنگ‌کنگ ۲/۵ درصد، استرالیا ۲/۷ درصد، اسکاتلند ۱/۹ درصد و نیوزلند ۱/۳ درصد اعلام شده است. درحالی‌که تاکنون هیچ‌گونه اطلاعات رسمی و جامعی در خصوص تعداد شاغلان صنعت ورزش در دست نیست، تعداد کسب‌وکارها، مشاغل ورزشی و شاغلان در بخش ورزش در دنیا رقم قابل توجهی است (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵). در انگلستان ۱/۸ درصد مردم کسب‌وکار ورزشی دارند و زمانی‌که لندن میزبان المپیک ۲۰۱۲ بود، این رقم تا ۲/۵ درصد افزایش یافت. این در حالی است که در انگلستان ۱/۵ درصد مردم در بخش کشاورزی مشغول به کارند. در واقع، آمار شاغلان بخش ورزش از بخش کشاورزی بیشتر است (راتن، ۲۰۱۶). از این‌رو ظرفیت و فرصت‌های ناشی از صنعت ورزش بیش از آنچه تصور می‌شود، از دو منظر عرضه و تقاضا می‌تواند به رونق تولید در کشور کمک کند. از آنجا که زیست‌بوم کارآفرینی رویکرد جدیدی برای توسعه‌ی نظام‌مند و جامع کارآفرینی در حوزه‌های مختلف به‌خصوص ورزش است، اولین قدم در این زمینه، شناخت اکوسیستم کارآفرینی در این بخش است. براساس گزارش مؤسسه‌ی کی پی ام جی<sup>۴</sup> اکوسیستم ورزشی به‌صورت شکل ۱ است که ابعاد یا بخش‌های مختلفی دارد که به ایجاد و توسعه‌ی ورزش به‌ذی‌نفعان مختلف اشاره دارد.

1. Chen

2. Potts

3. Ratten, V. & Ferreira

4 Gross Domestic Product (GDP)

5 KPMG



شکل ۱. قلمرو زیست‌بوم ورزشی KPMG

براساس الگوی تکامل‌یافته روند و گاتفریدسون<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۵ قلمرو زیست‌بوم ورزشی در شکل ۲ ملاحظه می‌شود که گویای اکوسیستمی پیچیده و پویاست.



شکل ۲. قلمرو زیست‌بوم ورزشی KPMG

ضمن اینکه مدل توسعه‌یافته توسط مالتر و دانگلاد (۲۰۱۶) در شکل ۳ معرف بازیگران متعددی است.

<sup>۱</sup>. Rundh, B. & Gottfridsson

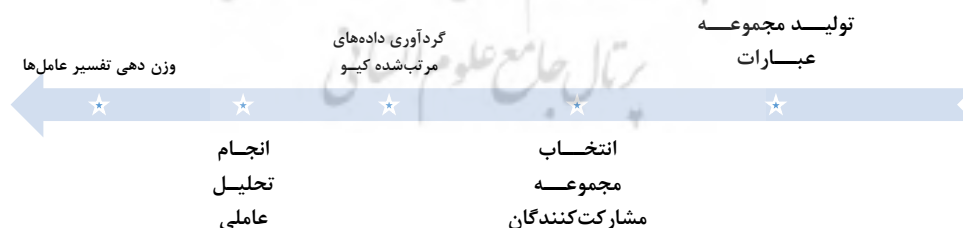


شکل ۳. قلمرو زیست‌بوم ورزشی (مالتز و دانگلا، ۲۰۱۶)

این سه مدل پایه به‌نوعی بیان می‌کند که ارکان این اکوسیستم دولت و سازمان‌های دولتی، مراکز آموزشی رسمی و غیررسمی، شرکت‌های بزرگ، سازمان‌های ورزشی، حمایتگر و انجمن‌های رسمی و غیررسمی، رسانه‌ها، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذاران و بانک‌ها در عرصه ورزش هستند.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و برحسب ماهیت، آمیخته - اکتشافی و شیوه اجرای آن از نوع ترکیبی نظام‌مند و قوی مبتنی بر روش‌شناسی کیو است که از دقت ریاضی بالایی برخوردار است. در پژوهش حاضر از فرایند پنج‌مرحله‌ای تولید مجموعه عبارات<sup>۱</sup> (گزاره‌های کیو)، انتخاب مجموعه مشارکت‌کنندگان<sup>۲</sup>، گردآوری داده‌های مرتب‌شده کیو<sup>۳</sup> یا ابزار بخش کمی: انجام تحلیل عاملی، وزن‌دهی و شناسایی تفسیر عامل‌ها روش کیو (Q) استفاده شده است.



در گام نخست، با بهره‌گیری از رویکرد چندجانبه شامل مرور متون، بررسی بهترین روش‌های مرتبط، مطالعه الگوهای موفق اکوسیستم‌های کارآفرینی در حوزه‌های مختلف و شرایط موجود صنعت ورزش کشور و مصاحبه عمیق با ۲۰ خبره ورزشی و فعال کارآفرین در حوزه ورزش، با روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند انجام گرفت.

<sup>۱</sup>. Q- items

<sup>۲</sup>. Selecting the P (participant)

<sup>۳</sup>. Collecting Q sort Data

## یافته‌های پژوهش

در این پژوهش تلاش شده تا تمامی نظرهای مکتوب و غیرمکتوب درباره ویژگی‌های قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی مطلوب و اثربخش از طریق مرور ادبیات نظری، استلزامات و چارچوب اسناد بالادستی بخش ورزش کشور و گفت‌وگو با صاحب‌نظران گردآوری شود که حاصل آن تهیه ۵۶ عبارت بود که در جدول ۱ مشاهده می‌شود. دومین مرحله در بخش کیفی، انتخاب مجموعه مشارکت‌کنندگان است که انتخاب این دسته از افراد از طریق روش‌های نمونه‌گیری احتمالی انجام نمی‌گیرد، بلکه به‌طور هدفمند و با اندازه‌ای کوچک انتخاب می‌شوند. به‌طور معمول، در روش کیو انتخاب بین ۲۰ تا ۸۰ نمونه از افراد مورد بررسی برای دستیابی به دیدگاه‌های مختلف در خصوص یک موضوع کفایت می‌کند. با استناد به این موضوع و با توجه به تعداد گونه‌ها، در پژوهش حاضر از میان استادان صاحب‌نظر و افراد خبره حوزه کارآفرینی ورزشی که در دانشگاه‌ها مشغول به تدریس و پژوهش می‌باشند، تعداد ۲۰ نفر به‌عنوان مشارکت‌کنندگان پژوهش انتخاب شدند. این انتخاب به کمک تلفیقی از نمونه‌گیری هدفمند و نمونه‌گیری گلوله‌برفی انجام گرفت. این پژوهش به‌دنبال آزادی عمل بیشتر مشارکت‌کنندگان است تا افراد عقیده خود را آنچنان که مدنظرشان است، بیان کنند، از این‌رو از توزیع اختیاری با طیف درجات ۱ (به معنای مخالفت کامل با عبارت کیو مدنظر) تا ۹ (به معنای موافقت کامل با عبارت کیو مدنظر)، استفاده شد. پس از مرتب‌سازی کارت‌ها توسط مشارکت‌کنندگان، امتیازهای داده‌شده هر کدام از مشارکت‌کنندگان، ثبت و وارد نرم‌افزار SPSS شدند تا به کمک تحلیل عاملی کیو و ذهنیت‌ها و نظرهای مختلف افراد مورد مطالعه کشف و به کمک آن به پرسش‌های پژوهش پاسخ داده شود. روایی در پژوهش‌های کمی هنگامی مطرح است که یک سازه یا متغیر پنهان اندازه‌گیری می‌شود. از آنجا که روش کیو در پی اندازه‌گیری هیچ سازه‌ای نیست، روایی محتوا در نمونه کیو (مجموعه عبارات کیو) به جامعیت در گردآوری عبارات از منابع مختلف در موضوع مورد بررسی برمی‌گردد. اعتبار صوری واژه‌های عبارات کیو به وسیله رفع اشکالات و ویرایش و یکدستی در فرم اندازه‌امکان‌پذیر است. به‌منظور تأمین روایی، در پژوهش حاضر، نخست نمونه کیو با بررسی ۶۰ سند که عبارت بود از ۴۰ مطالعه خارجی، ۱۵ مطالعه داخلی و ۳ سند بالادستی (سند راهبردی توسعه ورزش کشور، سند چشم‌انداز بیست‌ساله ایران، قانون برنامه ششم توسعه) و گفت‌وگو با ۶ نفر از صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی ورزشی جمع‌آوری شد و پس از رفع ابهامات درباره گزاره‌ها، پرسشنامه پژوهش نهایی شد.

جدول ۱. عبارات مستخرج (Q)

ردیف	عبارات مستخرج (Q)	ردیف	عبارات مستخرج (Q)
۱.	سیاست و چارچوب قوانین و مقررات	۶.	ثبات اقتصاد کلان
۳.	شبکه‌های توزیع و بازاریابی ورزشی	۷.	شرایط سیاسی
۵.	داستان‌های موفقیت	۹.	ارزش قائل شدن برای نوآوری
۷.	زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۱.	تأمین مالی دوستان و آشنایان
۹.	سرمایه اجتماعی	۱۳.	دسترسی به مراکز پژوهشی و آزمایشگاه‌ها
۱۱.	حمایت سازمان‌های غیردولتی	۱۵.	دسترسی به زیرساخت‌های حمل‌ونقل
۱۳.	مشوق‌ها و معافیت‌های مالیاتی	۱۷.	نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی
۱۵.	فرهنگ همکاری	۱۹.	خدمات تخصصی (حسابداری، قانونی و ...)
۱۷.	سرمایه انسانی	۲۱.	دسترسی به نیروی کار بومی تحصیل‌کرده
۱۹.	دسترسی به نیروی کار مهاجر	۲۳.	مشاورها و منتورها
۲۱.	مهارت‌های مدیریتی و فنی	۲۵.	برنامه خرید دولتی
۲۳.	آموزش‌های ویژه کارآفرینان و کسب‌وکار	۲۷.	حمایت دولت از تحقیق و توسعه
۲۵.	پایگاه داده برای اعلام نیاز و توانمندی		شبکه‌های همکاری
۲۷.	مدیریت دارایی فکری قوی		انجمن‌های صنعتی و کارآفرینی

1. Q-Factor Analysis



۲۹	حضور فرشتگان کسب‌وکار	۳۰	دسترسی به زیرساخت‌های پایه
۳۱	بانک‌ها	۳۲	زیرساخت‌ها و تجاری‌سازی فناوری
۳۳	وام و بدهی	۳۴	بازار سهام
۳۵	سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر	۳۶	ضمانت شرکت‌های نوپا
۳۷	صندوق‌های سرمایه‌گذاری	۳۸	فرهنگ پژوهش، فساد
۳۹	دولت به‌عنوان مشتری	۴۰	تعاملات سیاسی صادرات و واردات
۴۱	نرخ مالیات بر درآمد	۴۲	هنجارهای اجتماعی
۴۳	پذیرش ریسک و شکست	۴۴	ارزش قائل شدن برای خوداشتغالی
۴۵	متعهد و وفادار بودن افراد جامعه	۴۶	رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی
۴۷	نگرش مثبت	۴۸	گرایش به نوآوری و خلاقیت
۴۹	ثبات سیاسی	۵۰	داشتن نگرش و دید بلندمدت
۵۱	مشتریان پیشگام	۵۲	انجمن‌ها تخصصی و حرفه‌ای
۵۳	شرکت‌های بزرگ	۵۴	نوسانات نرخ ارز
۵۵	شرکت‌های کوچک و متوسط مشتری		شرکت‌های چندملیتی همسو با شرکت‌های نوپا

مسئله و سؤال اصلی پیش رو در این پژوهش شناسایی و یکپارچه‌سازی ابعاد و مؤلفه‌های زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی است که به‌واسطه ضعف مفهوم‌سازی این مقوله در ادبیات دانشگاهی و حوزه عملیاتی، تلاش شده تا با تحلیل محتوای این مقوله و موضوعات اصلی مرتبط با آن شامل زیست‌بوم کارآفرینی، زیست‌بوم کسب و بهترین روش‌های مرتبط، مطالعه الگوهای موفق زیست‌بوم کارآفرینی در حوزه‌های مختلف و شرایط موجود صنعت ورزش کشور و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ نفر از خبرگان و متخصصان کارآفرینی ورزشی به روش نمونه‌گیری ترکیبی هدفمند و گلوله‌برفی اقدام به استخراج و رتبه‌بندی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی در بخش ورزش کشور شد. به‌منظور انجام تحلیل عاملی کیو، اطلاع از مناسب بودن داده‌ها یکی از پیش‌فرض‌های اساسی است. بدین‌منظور از آزمون‌های کیزر-میر-اولکین<sup>۱</sup> و کرویت بارلت<sup>۲</sup> استفاده شد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مقدار شاخص KMO،  $0/703$  است که مقدار قابل قبول برای این شاخص است. همچنین مقدار آماره کای‌اسکوئر برای آزمون کرویت بارلت،  $1271/91$  است که با درجه آزادی  $190$ ، معنادار است ( $P=0/0010$ )؛ بنابراین، می‌توان گفت که داده‌ها مناسب جهت تحلیل عاملی است.

#### جدول ۲. نتایج آزمون‌های تناسب داده‌ها

آزمون KMO	آزمون کرویت بارلت	درجه آزادی	سطح معناداری
$0/703$	$\chi^2 = 1271/9$	۱۹۰	۰/۰۰۱

پس از حصول اطمینان از مناسب بودن داده‌ها، به‌منظور دسته‌بندی نظرهای ۲۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان، تحلیل عاملی کیو با استفاده از نرم‌افزار SPSS به روش مؤلفه‌های اصلی و با استفاده از چرخش واریماکس<sup>۳</sup> صورت گرفت. شایان ذکر است که ملاک استخراج عامل‌ها، مقادیر ویژه بالاتر از ۱ بوده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، با توجه به این ملاک، دیدگاه افراد نمونه روی هم‌رفته در پنج قلمرو دسته‌بندی شد که این پنج قلمرو اصلی در حدود  $88/61$  درصد واریانس را تبیین می‌کنند و پوشش می‌دهند. براساس نتایج به‌دست‌آمده،

1. Kaiser-Meyer-Olkin

2. Bartlett's test of sphericity

3. Varimax Rotation

بیشترین واریانس تبیین شده قلمرو اول تا دوم به ترتیب ۲۴/۳۴ و ۱۵/۵۲ درصد و پس از آنها به ترتیب هریک از عامل‌های سوم، چهارم، پنجم با مقادیر ۱۱/۷۴، ۱۰/۰۹ و ۸/۳۴ درصد بوده‌اند. همچنین بر مبنای نظر مشارکت‌کننده‌ای که در هر الگوی ذهنی بیشترین امتیاز را (براساس ماتریس چرخش یافته عامل‌ها) به دست آورده است، برای انجام تحلیل عاملی، از ماتریس همبستگی که روش مرسوم است، استفاده شد. عامل‌ها به روش واریماکس که نوعی چرخش متعامد است، چرخش یافتند. اعداد استخراج شده از تحلیل عاملی کیو به روش مؤلفه‌های اصلی‌اند. با توجه به دیدگاه مشارکت‌کنندگان، در مجموع پنج عامل (الگوی ذهنی) شناسایی شد. با توجه به پیاده‌سازی آزمون‌های آماری در ابعاد استخراج شده از این پژوهش تطبیق با تحقیقات پیشین و نظرسنجی این عوامل توسط خبرگان کارآفرینی ورزشی، قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی را می‌توان در پنج قلمرو حکمرانی (سیاست)، حمایت، سرمایه، فرهنگ و بازار دسته‌بندی کرد.

### بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر در پی شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت افراد متخصص و آشنا با موضوع قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی بود که با استفاده از روش کیو، بیست نفر از استادان و کارآفرینان ورزشی انتخاب و ذهنیت آنها بررسی شد. در نهایت ۵۸ عامل شناسایی شده در اختیار هر بیست نفر قرار گرفت که پس از تحلیل اطلاعات به دست آمده، مشخص شد این بیست نفر درباره عناصر قلمرو زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی پنج الگوی ذهنی دارند که عبارت‌اند از دولت، فرهنگ، سرمایه و حمایت و بازار.

براساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان در قلمرو سیاستی حکمرانی ورزشی مؤلفه‌هایی چون حمایت صریح دولت از شرکت‌های کارآفرین ورزشی، مشوق‌های قانونی، امتیازهای مالیاتی، ارائه طرح‌های تشویقی و حمایتی و ایجاد زیرساخت‌های ورزشی نقش مهمی دارند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات قمبرعلی، آگهی، علی بیگی و زرافشانی (۲۰۱۳)، دآوری، سفیدبری و باقرصاد (۲۰۱۶)، رخام، طایی و ریاحی (۲۰۱۵) همسوست که اظهار می‌کنند بعد سیاستی مهم‌ترین بعد زیست‌بوم کارآفرینی در کشور است.

در قلمرو سرمایه‌ای می‌توان ابعاد سرمایه مالی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی را ملاحظه کرد که هر کدام مؤلفه‌های جداگانه‌ای دارند. تأمین مالی از طریق شتاب‌دهنده‌ها، سرمایه‌های بخش خصوصی کمک‌کنندگان به کسب و کار ورزشی مقدور است. در تحقیق جهرمی (۲۰۱۵) به ترتیب حمایت‌ها، سرمایه انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تأمین مالی است و به منظور ارتقای اکوسیستم سینمای ایران نتایج تحقیق بیگ‌آقا، شیروانی و خزایی (۲۰۱۶) ترتیب عوامل را دولت، رهبران عرصه فرهنگی، منابع سرمایه‌ای، انجمن‌های غیرانتفاعی، نهادهای آموزشی، کارآفرینان داخل کشور و پیوند آنها با کارآفرینان خارج از کشور می‌دانند. نتایج این پژوهش در ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی با مدل نظری آیزنبرگ (۲۰۱۰، ۲۰۱۶) و استام (۲۰۱۵) مطابقت دارد، اما زیر ابعاد در حوزه‌های مختلف، متفاوت است؛ طبیعتاً در قلمرو نیز تفاوت وجود دارد. بی‌شک ماهیت فعالیت ورزشی متفاوت از سینما، کشاورزی، دانشگاه و سایر صنایع است. یکی از ابعاد سرمایه، سرمایه اجتماعی است که به کارآفرینان به شیوه‌های مختلف کمک می‌کند. فرهنگ‌مهر و همکاران (۲۰۱۸) در طراحی و تبیین چارچوب زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی سرمایه اجتماعی را در کنار سرمایه مالی و انسانی منبعی مؤثر می‌داند که امکان دسترسی و دستیابی به منابع و فرصت‌های مختلف، صرفه‌جویی در زمان، بهره‌گیری از مشاورهای شغلی و انواع حمایت‌هایی را که ممکن است برای یک فرد در دسترس نباشد، فراهم می‌آورد. با توجه به اهمیت دسترسی به نیروی انسانی تحصیل کرده و دارای مهارت، بنابراین در تحلیل زیست‌بوم همکاری باید به میزان حضور و کیفیت نهادهای آموزشی توجه کرد؛ پژوهش راتن (۲۰۱۷) مطلب بیان شده را تأیید می‌کند. نتایج تحقیق فرهنگ‌مندر و همکاران (۲۰۱۸) حاکی از آن است که شرکت‌های ورزشی دارای نیروی انسانی توانمند و پایه‌های و توسعه قوی، تمایل بیشتری برای همکاری با دیگر

شرکت‌ها و بهره‌وری از دانش بیرونی دارند. در اکوسیستم یک کسب‌وکار مشاوره نقش حیاتی دارد و متأسفانه در کشور ما مشاوره اساساً اهمیتی ندارد و به آن توجه نمی‌شود، درحالی‌که در کشورهای مختلف دنیا اساس موفقیت یک کسب‌وکار از دل مشاوره بیرون می‌آید و همواره در شروع یک کسب‌وکار گروه مشاوران نقش کلیدی دارند. ایده خوب، با مشاوره سازنده و تسهیلگرانی که اکوسیستم و محیط کسب‌وکار را می‌شناسند، به نتیجه می‌رسد. در ایران تأکید بر آموزش‌های کارآفرینی است و تسهیلگران نقش چندانی ندارند، بنابراین باید آموزش‌های کارآفرینی به‌سوی مشاوره‌های کاربردی، استفاده از تسهیلگران کسب‌وکار، جلب و جذب سرمایه، بازاریابی و بازاریابی و ... سوق پیدا کند.

در قلمرو فرهنگی مؤلفه‌هایی چون فرهنگ دیده شدن (رویدادها، ملاقات و همایش‌ها)، حمایت کردن (مراکز اطلاعاتی، کارشناسان و مربیان)، نیروی انسانی (تحصیلات، آموزش‌ها و مهارت‌ها)، ایجاد مراکز آموزشی-ترویجی و مشاوره‌های، افزایش سطح مهارت کارآفرینان ورزشی، داستان‌های موفقیت، هنجارهای اجتماعی، پذیرش ریسک و شکست، ارزش قائل شدن برای خوداشتغالی و کارآفرینی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، متعهد و وفادار بودن افراد جامعه، نگرش مثبت نسبت به سرمایه‌داران و شرکت‌های بزرگ، گرایش به نوآوری و خلاقیت، داشتن نگرش و دید بلندمدت، فرهنگ پژوهش، ارزش قائل شدن برای نوآوری، فرهنگ همکاری، تصور و نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی و فرصت‌های کسب‌وکار ورزشی است. افزایش منزلت اجتماعی شرکت‌های کوچک و متوسط موفق، از طریق برنامه‌های صداوسیما و دگردانی از آنها شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت کارآفرینان نسبت به قلمرو ورزش برای بهبود ضعف سرمایه مالی در اکوسیستم کارآفرینی ورزشی توصیه شده است.

در قلمرو حمایتی بهبود زیرساخت‌ها، تدوین طرح جامع توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، حمایت قانونی، تدوین برنامه‌های متنوع برای حمایت از کسب‌وکار ورزشی، توسعه کارآفرینی غیرانتفاعی و تأمین متخصصان فنی و مشاوران نوآوری (ایجاد دانش و مهارت، تحقیق و توسعه)، زیرساخت‌ها (زیرساخت‌های فیزیکی، مؤسسات آموزشی، مخابرات و حمل‌ونقل)، کمبود امکانات زیرساختی مانند ارتباطات، حمل‌ونقل و تدارکات، مراکز رشد و...، از جمله چالش‌هایی هستند که شرکت‌های کوچک و متوسط در ایران با آنها روبه‌رو می‌شوند. براساس نتایج تحقیق راتن (۲۰۱۷) تجهیزات ناکافی، تسهیلات نامناسب و اطلاعات نامناسب، از مشکلات اصلی کسب‌وکارهای کارآفرینانه است.

قلمرو مهم تأثیرگذار در اقتصاد ورزش، بازار و مشتریان است. شبکه‌های توزیع و بازاریابی، مشتریان پیشگام، شرکت‌های بزرگ به‌عنوان مشتری، شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان مشتری از عناصر مهم این قلمرو هستند که همسو با تحقیق قمبرعلی، اگهی، علی بیگی و زرافشانی (۲۰۱۳) است که اظهار می‌کند بازار مهم‌ترین عامل زیست‌بوم کارآفرینی بخش کشاورزی کرمانشاه است. به‌عبارت دیگر، دسترسی به بازار از الزامات رشد و توسعه شرکت‌های مختلف در هر فضای و دستگاهی است (۴۳). توجه به بازار در همکاری بین شرکت‌ها نیز اهمیت زیادی دارد.

با توجه به مباحث مطرح‌شده، توسعه بخش ورزش کشور نیازمند بستر مناسب در ابعاد مختلف است، به‌گونه‌ای که توجه همزمان به این ابعاد در تدوین سیاست‌های توسعه بخش ورزش کشور مؤثر است. اگر این عوامل از رویکرد زیست‌بوم کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد، باید گفت از طریق ابزارهای عملیاتی چون همکاری‌های مشترک دستگاه‌های متولی ورزش، توافقنامه‌های دو و چندجانبه، دستگاه‌ها و ابزارهای حمایتی مانند معافیت‌های مالیاتی، اعطای جوایز، برگزاری جشنواره‌ها، تشویق ورزشکاران و دیپلمات‌های فعال و ابزارهای راهبردهای مانند چشم‌انداز و برنامه راهبردی و مشخص کردن مأموریت‌ها در حوزه حکمرانی ورزشی در راستای ارتقای اکوسیستم کارآفرینی ورزشی گام

برداشت. ایجاد مرکز نوآوری و خلاقیت ورزشی به منظور توسعه کارآفرینی پایدار ورزشی به منظور تقویت روحیه کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری در ورزش کشور اقدامی اساسی است. این مرکز خلاقیت و نوآوری با بسترسازی و فراهم کردن زیرساخت‌های محیط کسب و کار با بازیگرانی متعدد و برنامه‌های سازگار با کارآفرینی ورزشی در سند چشم‌انداز ورزش نقشه راه توسعه کارآفرینی در بخش ورزش کشور تدوین شود. به منظور بهبود حمایت و سهولت در تأسیس کسب و کار و دسترسی به منابع مالی مناسب با ایجاد دفاتر کارآفرینی و اشتغال به منظور حمایت از کسب و کارهای ورزشی راه هموار شود. همچنین بهتر است بودجه مناسبی (بودجه عمومی کشور و بودجه سازمان) برای تحقیقات به منظور نوآوری و کارآفرینی ورزشی اختصاص داده شود. تسریع در ایجاد زیرساخت‌های پیشرفته از جمله تکمیل توسعه زیرساخت‌های عمرانی (سالن ورزشی، زمین چمن و استخر شنا) و فناوری اطلاعات و ارتباطات توسعه و تقویت فدراسیون‌ها، انجمن‌ها و حمایت از تشکل‌های ورزشی در جامعه کارآفرینی ورزشی، حیات‌های ورزشی با مشارکت نهادهای مالی داخلی و بین‌المللی ضرورتی انکارناپذیر است. با تنظیم و تسهیل قوانین و مقررات و تسریع با کمک سامانه‌های الکترونیکی از کسب و کارهای ورزشی حمایت شود. با رسانه‌ای کردن و برنامه‌های شبکه تلویزیونی فعالیت کارآفرینان ورزشی و معرفی نمونه‌های موفق ورزشی، منزلت اجتماعی و نگرش به کارآفرینی ورزشی را به عنوان گزینه شغلی مناسب بالا برده و با دوره‌های آموزشی، برگزاری هم‌اندیشی‌ها و همایش‌های ملی و بین‌المللی کارآفرینی ورزشی و ارائه واحدهای درسی کارآفرینی ورزشی برای توسعه صنعت ورزش اقدام شود. پرداخت تسهیلات بانکی با شرایط مطلوب برای شروع و حرکت طرح‌های نو در زمینه ورزش، واگذاری زمین به متقاضیان، مجوز راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی نو، ایجاد مدارس تخصصی در رشته‌های ورزشی باید در دستور کار مدیران ورزشی باشد. ضمن اینکه مدیران باید در اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع قوانین، مزایا و شرایط مساعد سرمایه‌گذاری در ورزش کوشا باشند و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کسب و کارهای ورزشی را جلب کنند و تلاشی مضاعف برای حمایت و تضمین موفقیت و امنیت سرمایه‌گذاری صورت گیرد. در نهایت اعطای پوشش بیمه‌ای و تسهیلات زیربنایی به سرمایه‌گذاران از اقدام‌های بجا و مورد تقدیری است که موجب جذب حامیان مالی ورزشی می‌شود.

ارتقای سرمایه انسانی کارآفرینی ورزشی دانش‌بنیان نیازمند مهیا کردن زیرساخت‌های فنی و قانونی و تسهیل گردش کار و هماهنگی شرکت‌های بزرگ ورزشی با عامل شکل‌گیری سازمان‌های نوپای ورزشی یا استارت‌آپ‌های ورزشی است. سازمان‌های خیریه، حمایتگر و مردم‌نهاد در قالب برگزاری رویدادها و جشنواره‌های کارآفرینی ورزشی رسانه‌ها با انعکاس فعالیت‌ها و اطلاع‌رسانی برای جامعه کارآفرینان و فرهنگ‌سازی درباره مشکلات آنها مسیر کارآفرینی را هموار سازند. سرمایه‌گذاران در قالب‌های فرشتگان و خطرپذیران تأمین مالی کنند و مراکز رشد دانشگاهی با کمک به راه‌اندازی و تجاری‌سازی اختراعات و دانش‌های دانشگاهی و مهیاکنندگان خدمات در مراحل اولیه سازمان‌های نوپا، خدمات ارزان و حرفه‌ای ارائه کنند. هسته اصلی اکوسیستم ورزشی را مربیان شکل می‌دهند که تجربیات خود را با شبکه و روابط کاری گسترده خود شکل می‌دهند، از این رو حرکت دانشگاه‌ها به سمت دانشگاه‌های کارآفرین و نسل سوم ایجاد مراکز حمایتی برای دانشجویان علوم ورزشی با هدف مهیا کردن آنها برای ورود به بازار کار همراه با اصلاحات ساختاری در نظام آموزشی و برنامه‌های درسی به سمت ایجاد هرچه بیشتر جو کارآفرینی در فضاهای آموزشی ورزشی کشور و تخصصی کردن دانشجویان در راستای برآورده‌سازی نیازهای جامعه باشد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در کسب و کارهای ورزشی با سایر کسب و کارها مقایسه شده و نقاط ضعف و قوت هریک از ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در این کسب و کارها مشخص شود. افزون بر این، می‌توان در پژوهش‌های آتی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی سبز در کسب و کارهای ورزشی محور را بررسی کرد.

## تقدیر و تشکر

این پژوهش با راهنمایی اساتید برجسته و همکاری تمام شرکت کنندگان پژوهش انجام شد. همچنین از داوران محترم به سبب ارائه نظراتی ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

## References

- Zali, M. R. Nezamedin Faghieh, Sepideh Ghotbi, and Sahar Rajaie. "the effect of necessity and opportunity driven entrepreneurship on business growth." *International Research Journal of Applied and Basic Sciences* 7, no. 2 (2013): 100. (In Persian)
- Holienka, M. Entrepreneurial environment in Slovakia: Multi-perspective comparison with innovation-driven economies. *Procedia Economics and Finance*, 2015;34(2), 437-444.
- Chen, J. Cai, L. Bruton, G. D. & Sheng, N. Entrepreneurial Ecosystems: what we know and where we move as we build an understanding of China. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2020; 32(5-6), 370-388.
- Stam, E. Audretsch, D. B. & O'Connor, A. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*. 2017;5(3),1-10.
- Roundy, P. T. & Roundy, P. T. Social entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems: Complementary or disjoint phenomena? *International Journal of Social Economics*, 2017; 44(9), 1252-1267.
- Audretsch, David, Colin Mason, Morgan P. Miles, and Allan O'Connor. "The dynamics of entrepreneurial ecosystems. 2018; 471-474.
- Isenberg, D. J. How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*. 2010;88(6), 40-50.
- Nambisan, S. & Baron, R. Entrepreneurship in innovation ecosystems: Entrepreneurs' self regulatory processes and their implications for new venture success. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2017; 37(5), 1071-1097.
- Sorama, K. & Joensuu-Salo, S. A case study of entrepreneurial ecosystem related to growth firms. Paper presented at the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, Jyväskylä university, Finland. 2016.
- Borissenko, J. & Boschma, R. A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda. *European Planning Studies*. 2017;25(6), 887-903.
- Leitão, J. & Leitão, J. The innovative and entrepreneurial nature of sport: A critical assessment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2017; 23(6), 1071-1074.
- Isenberg, D. & Onyemah, V. Fostering scaleup ecosystems for regional economic growth (Innovations case narrative: Manizales-mas and scale up Milwaukee). *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. 2016; 11(1-2), 60-79.
- Kansheba, J. M. P. Small business and entrepreneurship in Africa: the nexus of entrepreneurial ecosystems and productive entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 2020;1-15.
- Isenberg, D. & Onyemah, V. Fostering scaleup ecosystems for regional economic growth (Innovations case narrative: Manizales-mas and scale up Milwaukee). *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. 2016; 11(1-2), 60-79.
- Mondalizadeh, Z. Entrepreneurship challenges in sport colleges. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*. 2018;6(2), 12-28.
- Roundy, P. T. Brockman, B. K. & Bradshaw, M. The resilience of entrepreneurial ecosystems. *Journal of Business Venturing Insights*. 2017;8(1), 99-104

- [Adekan, S. A. & Eze, B. U. Technology Incubator and Entrepreneurship Development. In \*Human Capital Formation for the Fourth Industrial Revolution\*. IGI Global.2020\).pp. 286-304\).](#)
- [Ghambarali, R. Agahi, H. Alibaygi, A. H. & Zarafshani, K. Entrepreneurship ecosystem strategy: A new paradigm for entrepreneurship development. \(2015\); 1\(3\), 1-20. \(Persian\).](#)
- [Pazheshjahromi, A. Entrepreneurship ecosystem university-based entrepreneurial ecosystem. \*Science and Technology Policy Letters\*.2013; 5\(12\), 75-82. \(In Persian\)](#)
- [Ghambarali, R. Alibaygi, A. Rasekhi, B. Pezeshki, V. Ghasemi, S. & Akbari, Z. Challenges Of Sustainable Rural Development From Perspective Of Villagers. \*International Research Journal of Applied and Basic Sciences\*.2015;3, 32-37.\(In Persian\).](#)
- [Davari, A. Valiberi, L. & Baqarзад, V. Entrepreneurship ecosystem of Iran based on Isenber model \*Journal of Entrepreneurship Development\*.2016;10\(35\), 101-120. \(In Persian\).](#)
- [Bigagha M. Shirvani, A. & Khazaei, M. Designing an ecosystem model for promoting entrepreneurship in Iranian cinema cultural management. \*JOURNAL OF CULTURAL MANAGEMENT\*.2009; \(29\), 107-122. \(In Persian\)](#)
- [Rakham, E. Taei, H. & Riahi, P. Economic growth from the channel of entrepreneurship ecosystem. Faculty of Economic Sciences, Allameh Tabatabaee University, Tehran.2015.\(Persian\).](#)
- [Entezari, Y. Building knowledge-based entrepreneurship ecosystems: Case of Iran. \*Procedia-Social and Behavioral Sciences\*.2015;9\(1\), 1206-1215.](#)
- [Farahmandmehr A, Sharififar F, Nikbakhsh R. Explaining the framework of Entrepreneurship Ecosystem in Sport, \*Quarterly Journal of Sport Development and Management\*. 2019. Vol 8, Iss 1, Serial No. 17, 63-81.](#)
- [Negahdari, F. Ghahreman Tabrizi, K. Sharifian, I. & Biabani, H. Identification and Ranking of the Dimensions of the Sports Entrepreneurial Ecosystem in Iran. \*Sport Management Studies\*. 2019; 11 \(57\):79-104. \(In Persian\)](#)
- [Ramzaninejad Rahim, Boroumand MR, Ahmadi F, Entrepreneurship Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sport Volume & Issue: Volume 8, Issue 16, 2019; 29-40\).In Persian\)](#)
- [Potts, J. & Thomas, S. Toward a new \(evolutionary\) economics of sports. \*Sport, Business and Management: An International Journal\*.2018;8\(1\), 82-96.](#)
- [Ratten, V. & Ferreira, J. Entrepreneurship, innovation and sport policy: Implications for future research. \*Journal International Journal of Sport Policy and Politics, Journal International Journal of Sport Policy and Politics\*. 2017; 9\(4\), 575-577.](#)
- [Ashori, T. Dosti Pasha, M. Razavi, S. M. & Hoseini, A. H. Content analysis of the sports entrepreneurial researches in Iran. \*Applied Research of Sport Management\*. 2018;6\(3\),76-86\).In Persian\)](#)
- [Ashouri, T. & Boroumand, M. R. The relationship between knowledge management and the process of entrepreneurship in sport organizations. \*Annals of Applied Sport Science\*. 2014; 2\(3\): 41-56. \(In Persian\)](#)
- [Broumand, M. Ramzaninejad, R. Hematinejad, M. Malekakhlagh, I. & Razavi S. M. H. The study of barriers to employment of graduates of physical education and sport sciences in Iran. \*Journal of Sport Management and Motor Behavior\*.2010;14\(7\), 51-72. \(In Persian\)](#)
- [Foroughi Pur, H. Fields of entrepreneurship in sport from the perspective of physical education specialists of the country. \(Unpublished doctoral dissertation\). Islamic Azad University, Science and Research Unvesity, Tehran.2005.In Persian\)](#)
- [Ministry of Sports and Youth. Sixth program of economic, social and cultural development in the field of sport. Available at: <http://www.msy.gov.ir> Accessed 20 April 2019.\)In Persian.](#)
- [Honari, H., Goodarzi, M., Ciletti, D. & Chadwick, S. Sports entrepreneurship: Theory and practice. \*Fitness Information Technology\*. \(2012\). \(In Persian\)](#)
- [Ratten, V. The future for sport entrepreneurship. \*Sport Entrepreneurship\*, 2018 a; 12\(5\), 139-149.](#)

- [KPMG Report Business of Sports: Shaping a Successful Innings for the IndianSports Industry. KPMG, India. 2014.](#)
- [Rundh, B. & Gottfridsson, P. Delivering Sports Events: The Arena Concept in Sports from Network Perspective. Journal of Business & Industrial Marketing, 2015; 30\(7\), 785-794](#)
- [Maltese, L. & Dangle, J.P. Marketing du Sport et Événementiel Sportif \[Marketing of Sports and Sporting Events\]. Paris: Dunod. 2014.](#)
- [Da Silva, E. C. & Casas, A. L. L. Sports ecosystems: Assumptions for incorporating marketing strategies in sports clubs. The Marketing Review, 2017; 17\(4\), 409-426.](#)
- [Ratten, V. Sport, innovation and public policy. Sport Entrepreneurship and Innovation, 2016; 179, 110-118.](#)
- [Ratten, V. The future for sport entrepreneurship. Sport Entrepreneurship, 2018 a; 12\(5\), 139-149.](#)
- [Goudarzi M., Jalali farahani, M., Rajabi, H., Hamidi, H. \(2016\). Analyzing behavioral factors affecting the development of entrepreneurship of management sport students Mahdi Goudarzi. Organizational Behavior Management in Sport Studies; 31\(1\)45-53. \(In Persian\).](#)

