

The Role of Inspiration in the Decision to Exploit Entrepreneurial Opportunities in Sports Businesses

Hiwa Bahramfard¹, Ghodrattallah Bagheri Ragheb², Asadollah Kordnaeij³

1. Department of Management and Accounting, Farabi School, University of Tehran, Tehran, Iran.

E-mail: Hiwa_bahramfard@ut.ac.ir

2. Corresponding Author, Department of Management and Accounting, Farabi School, University of Tehran, Tehran, Iran.

E-mail: ghbagheri@ut.ac.ir

3. Department of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: naeij@modares.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

26 April 2023

Received in revised form:

10 June 2023

Accepted:

18 June 2023

Published online:

22 December 2023

Keywords:

*Entrepreneurship in Sports,
Entrepreneurial Inspiration,
Opportunity Exploitation,
Intuition, sports business.*

ABSTRACT

Introduction: As the competition in sports businesses becomes more complex, time and information have become important in decision making. Therefore, intuition can be the best option for entrepreneurs. Therefore, this research seeks to find the role of inspiration in deciding to exploit entrepreneurial opportunities.

Methods: This research is in terms of mixed method, in terms of developmental-applicative goal, and in terms of strategy, it is meta-analysis in the review section and Delphi and thematic analysis in the qualitative section.

Results: In the first step, 42 indicators were identified from the 26 articles, in the second step, 29 indicators were extracted by theme analysis and 23 indicators were confirmed by the Delphi method. and in the third step, 40 themes from the lived experience of 6 sports entrepreneur leaders were identified by the research narrative method, the reliability of coding was confirmed by the Holstein reliability coefficient method, and finally, after the combination and integration of the triple steps, 63 indicators were identified, which fit and validity 61 indicators in the form of 10 dimensions were confirmed using t-test and the four criteria of adaptation, comprehensibility, generalization and control.

Conclusion: According to the findings, entrepreneurial inspiration by creating eight roles of intelligence capabilities, improving decision-making, entrepreneurial intention, improving entrepreneurial attitude, facilitating business, strengthening the spirit and personality of the entrepreneur, recognizing the opportunity and the effectiveness of the opportunity in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities, and by focusing on the dimensions of uncertainty and decision-making Rationality plays a negative role in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities.

Cite this article: Bahram Fard, H; Bagheri Ragheb, Q; & Kurdanaij, A. (2023). The role of inspiration in the decision to exploit entrepreneurial opportunities in sports businesses. *Sport Management Journal*, 15(4), 237-255.

[DOI:https://doi.org/10.22059/JSM.2023.358291.3135](https://doi.org/10.22059/JSM.2023.358291.3135)



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) | web site: <https://jrm.ut.ac.ir/> | Email: jrm@ut.ac.ir.

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

Extended Abstract

Introduction

Although few studies have been conducted in the field of intuitive decision-making, there is a vast research gap in decision-making based on inspiration. Therefore, in order to decide to exploit entrepreneurial opportunities based on mental and intuitive inspirations in entrepreneurs, it seems necessary that according to the existing research gap, this research has examined the role of inspiration in the decision to exploit entrepreneurial opportunities in sports businesses.

Methods

This research is in terms of mixed method, in terms of developmental-applicative goal, in terms of single-section time horizon, and in terms of strategy, it is meta-analytical in review section and Delphi and thematic analysis in qualitative section. In this research, both library and field methods were used to collect the information needed for the research. In addition to reviewing the literature related to the exploitation of opportunities in sports businesses (method of collecting information in the form of a library and meta-analysis of previous studies), semi-structured interviews with experts and analysis using the Delphi method to identify the dimensions of the impact of entrepreneurial inspiration in the exploitation of opportunities and analysis of leaders' narratives. Entrepreneurs were used in this relationship and analysis by thematic method.

Results

In the first step, 42 indicators were identified from the 26 articles, in the second step, 29 indicators were extracted by theme analysis and 23 indicators were confirmed by the Delphi method. and in the third step, 40 themes from the lived experience of 6 sports entrepreneur leaders were identified by the research narrative method, the reliability of coding was confirmed by the Holstein reliability coefficient method, and finally, after the combination and integration of the triple steps, 63 indicators were identified which fit; and the validity of 61 indicators in the form of 10 dimensions were confirmed using t-test and the four criteria of adaptation, comprehensibility, generalization and control.

Conclusion

Based on the findings, entrepreneurial inspiration by creating eight roles and the general ability of intelligence, improving decision-making,

entrepreneurial intention, improving entrepreneurial attitude, facilitating business, strengthening the spirit and personality of the entrepreneur, recognizing the opportunity and the effectiveness of the opportunity in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities, and by focusing on the dimensions of uncertainty and irrational decision-making has a negative role in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities. Therefore, considering that entrepreneurs generally do not have access to a wide field of information, it is suggested to strengthen their mental and cognitive abilities; Because this work helps them to use innovative solutions based on mental processing of information instead of logical analyzes and calculations, and by differentiating alternative solutions and recombining them with each other into a comprehensive decision-making solution and achieve satisfactory results.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines:

This study complies with ethical guidelines, and in this regard, the following points were observed:

1. A letter of introduction and written permission were obtained from the esteemed research vice-chancellor of the university.
2. Information about the participants in the research was kept confidential.
3. There was no potential threat or danger to the participants of this study.
4. The participation of all people in this study was completely according to their consent, and personal consent was obtained from the participants.
5. Trustworthiness and integrity were observed while collecting data, analyzing data, and reviewing sources.
6. Names of people (students, supervisors, and advisors) were included in all the products of this research project (articles to be published in journals or presented at conferences).

Funding:

No organization or individual financially supported this study, and all the financial resources were borne by the authors.

Authors' contribution:

All authors discussed the results and contributed to the final manuscript.

Conflict of interest:

This article is extracted from the Ph. D thesis; therefore, it is original, and all authors announce that there is no conflict of interests.

Acknowledgments:

Since this article is extracted from a doctoral thesis, I am grateful to all the professors who helped me with the writing, judging, and correcting processes of this article.

نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی

هیوا بهرام‌فرد^۱ ID، قدرت‌الله باقری راغب^۲ ID، اسدالله کردنایج^۳ ID

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: Hiwa_bahramfard@ut.ac.ir
۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ghbagheri@ut.ac.ir
۳. گروه مدیریت راهبردی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: naeij@modares.ac.ir

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>مقدمه: با پیچیده‌تر شدن رقابت در کسب‌وکارهای ورزشی، زمان و اطلاعات در تصمیم‌گیری اهمیت زیادی یافته‌اند. در این زمینه شهود می‌تواند برای کارآفرینان بهترین گزینه باشد، از این‌رو این پژوهش به دنبال یافتن نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه است.</p> <p>روش پژوهش: این پژوهش از نظر روش آمیخته، از نظر هدف توسعه‌ای- کاربردی و از نظر راهبرد در بخش مروری فراتحلیل و در بخش کیفی دلفی و تحلیل تماتیک است.</p> <p>یافته‌ها: در گام اول با فراترکیب پیشینه از تعداد ۲۶ مقاله، ۴۲ شاخص شناسایی شد. در گام دوم در مصاحبه با خبرگان دانشگاهی ۲۹ شاخص به روش تحلیل تم استخراج و به روش دلفی ۲۳ شاخص تأیید شدند که روایی به روش لاوشه و پایایی با آلفای کرونباخ بررسی شد و در گام سوم ۴۰ مضمون از تجربه زیسته شش نفر از رهبران کارآفرین ورزشی به روش روایت‌پژوهشی شناسایی شد که پایایی کدگذاری به روش ضریب پایایی هولستی تأیید شد که در نهایت پس از ترکیب و ادغام مراحل سه‌گانه ۶۳ شاخص شناسایی شدند که تناسب و اعتبار ۶۱ شاخص در قالب ۱۰ بُعد با استفاده از آزمون t و معیارهای چهارگانه تطبیق، قابلیت فهم، قابلیت تعمیم و کنترل تأیید شد.</p> <p>نتیجه‌گیری: بر اساس یافته‌ها الهام کارآفرینانه با ایجاد هشت نقش قابلیت‌های هوشمندی، بهبود تصمیم‌گیری، قصد کارآفرینی، بهبود نگرش کارآفرینانه، تسهیل کسب‌وکار، تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین، تشخیص فرصت و اثربخشی فرصت در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش مثبت و با کانونی کردن ابعاد عدم اطمینان و تصمیم‌گیری غیرمنطقی در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش منفی دارد.</p>	<p>نوع مقاله: پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۶</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۸</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۰/۰۱</p> <p>کلیدواژه‌ها: کارآفرینی در ورزش، الهام کارآفرینانه، شهود، بهره‌برداری از فرصت، کسب‌وکار ورزشی.</p>

استناد: بهرام‌فرد، هیوا؛ باقری راغب، قدرت‌الله؛ و کردنایج، اسدالله (۱۴۰۲). نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی. نشریه مدیریت ورزشی، (۴) ۱۵؛ ۲۵۵-۲۳۷.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2023.358291.3135>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کپی‌رایت کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. آدرس نشریه: <https://jrm.ut.ac.ir/> | ایمیل: jrm@ut.ac.ir



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید فعالیت‌های اقتصادی است. کارآفرینان باید فرصت‌های ارزشمند را جست‌وجو و استفاده کنند؛ آنها باید در شرایط سخت، مبهم و عدم اطمینان و در محیط‌های پرفشار بتوانند به سرعت تصمیم‌گیری کنند؛ آنها باید نسبت به دیگر کارکنان، بیشتر و سخت‌تر کار کنند و مهارت‌ها، دانش‌ها و توانایی‌های مختلف داشته باشند (صابرین و انیس، ۲۰۱۸). با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی اجتماعی بهره‌گیرند (تپه رشی و همکاران، ۲۰۱۷). محتوای کارآفرینی باید بر اساس ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب در حیطه ورزش و کسب‌وکارهای ورزشی باشد (عبدزاده و همکاران، ۲۰۲۱). توسعه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند عملکرد آنها را به‌طور چشمگیری بهبود بخشد (عاشوری و همکاران، ۱۴۰۰۲۰۲۱).

شرایط محیطی پیچیده امروز که نیروهای زیادی در آن دخالت دارند و عدم قطعیت‌ها بسیار زیاد است، سبب می‌شود تا تصمیم‌ها برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بسیار مخاطره‌آمیز و نامطمئن باشند (چریک^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). این مسئله در کشورمان ایران ملموس است، چراکه با افزایش فشارهای بین‌المللی، تحریم‌های اقتصادی و عدم مدیریت مطلوب کلان اقتصادی ریسک مدیریتی در کسب‌وکارهای در سطح تصمیم‌گیری بالاست (شرفی‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). تصمیم‌گیری وقتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که محیط پرتلاطم و دارای ابهام باشد و عدم قطعیت در مورد شرایط تصمیم و نتایج آن نیز وجود داشته باشد (اورسولد و دنی^۲، ۲۰۲۲). محیط‌های کسب‌وکار نوآورانه بسیار پیش‌بینی‌ناپذیر و متلاطم‌اند. به همین سبب اغلب مدیران در تصمیم‌گیری دچار خطا می‌شوند. یکی از مهم‌ترین علل این مسئله را می‌توان نادیده گرفتن «فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان» و ناکارایی رویکرد غایتگرا در تبیین فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان جهت بهره‌برداری از فرصت کسب‌وکار، دانست (مک مولان^۳، ۲۰۱۵). لزوماً همه فرصت‌ها به ایجاد سازمان و کسب‌وکار منجر نخواهند شد، بلکه ممکن است فرصت‌هایی که در خارج از محدوده این نظریه قرار دارند نیز به ایجاد سازمان و کسب‌وکار منجر شوند. این فرایندها به نوبه خود به ماهیت فرصت، ماهیت کارآفرین و زمینه تصمیم‌گیری وابسته‌اند (نامجو و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین، فرض دانش چه به صورت کامل و مطلق و چه به صورت ضمنی، پیرامون واقعیت‌های عینی در مسیرهای ازپیش‌تعیین‌شده به منظور دستیابی به اهداف معین وجود ندارد و این کارآفرین است که به‌عنوان عنصر طراح آینده، با تصمیم‌ها و کنش‌های اثرگذار خویش، اهداف و مسیرهای جدید ایجاد می‌کند (سعید^۴ و همکاران، ۲۰۲۳).

بنابراین یک جنبه اساسی برای تحقق ایده‌های جدید، یافتن سریع و مناسب راه‌حل‌های مناسب برای چالش‌های پیش‌آمده در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه است (فیول و گیل^۵، ۲۰۰۸). ادبیات کارآفرینی چندین رویکرد در تصمیم‌گیری را در مواجهه با عدم قطعیت توصیف می‌کند، از جمله رویکردهایی که برنامه‌ریزی و کنترل استرس دارد (بریکن^۶ و همکاران، ۲۰۱۰؛ دلمار و شان^۷، ۲۰۰۳). با این حال، به نظر می‌رسد که رویکردهای مبتنی بر برنامه‌ریزی در زمینه‌های مشخص شده با عدم اطمینان واقعی، موفقیت محدودی دارند، زیرا برنامه‌هایی که بر اساس پیش‌بینی‌های گذشته انجام می‌شوند، اغلب دیگر هرگز به‌طور دقیق دوره آشکار حوادث را در چنین زمینه‌هایی تأیید نمی‌کنند (آلوارز و پارکر^۸، ۲۰۰۹؛ بریکن و همکاران، ۲۰۱۰؛ چاولکا و رایت^۹، ۲۰۱۲؛ گوپر^{۱۰}، ۲۰۰۷). در مقابل، به نظر

1. Crick

2. Auerswald & Dani

3. McMullen

4. Said

5. Fayolle & Gaill

6. Brinckmann

7. Delmar & Shane

8. Alvarez & Parker

9. Chwolka & Raith

10. Gruber

می‌رسد که رویکردهای عملی‌تر، تجربی و سازگارتر با زمینه‌های تصمیم‌گیری در جهت بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه نامشخص بهتر نیستند (جیور^۱ و همکاران، ۲۰۲۲؛ الوارز و پارکر، ۲۰۰۹؛ آندریس^۲ و همکاران، ۲۰۱۳).

درحالی‌که سازوکارهای بی‌شماری برای مقابله با عدم قطعیت در علوم شناختی و رفتاری شناسایی شده‌اند، اما با توجه به اینکه محیط کارآفرینی محیط ابهام است، تفکر و تصمیم‌گیری کارآفرینان *nv* شرایط عدم اطمینان رخ می‌دهد و در چنین شرایطی آنها مجبور می‌شوند به‌منظور انتخاب از میان راه‌حل‌ها و گزینه‌های موجود خروجی‌های هر اقدام یا حالت‌های مختلف ناشی از آن را در نظر بگیرند. چنین عملی صرفاً با تکیه بر رویکردهای عقلایی ممکن نیست؛ از این‌رو کارآفرینان به تحلیل‌های کیفی، ذهنی و شهودی مبتنی بر رهیافت معرفت‌شناختی روی می‌آورند (گوستافسون^۳، ۲۰۰۹). الهام‌های ذهنی در موضوع بهره‌برداری از فرصت به‌صورت یک کل یکپارچه نگاه می‌شود که در آن یک مسئله دریافت می‌شود و قضاوت یا تصمیم بلافاصله پدیدار می‌شود. در تصمیم‌گیری مبتنی بر الهام، در حقیقت فرد اندیشمند نه فقط دارای دانش است، بلکه به اشراق و کشف و شهود نیز دست می‌یابد (کلینین و کین^۴، ۲۰۱۳). الهام‌های ذهنی منابع روان‌شناختی یک کارآفرین را ایجاد می‌کند و ممکن است به تغییر و تحول در فرد منجر شود. از این‌رو اگر یک کارآفرین الهام را تجربه کند، رویداد محرک ممکن است «فرصت هویتی»^۵ (سابرین^۶، ۲۰۱۸) را منعکس کند که بر روی درک کارآفرین تأثیر می‌گذارد و به غنی‌سازی فرد منجر می‌شود. الهام مستلزم ایجاد انگیزه، پراورزی شدن و هدایت رفتار به سمت هدف مطلوب است. همچنین شامل یک محرک مانند شخص، ایده یا رویداد است (تراش و الیوت^۷، ۲۰۱۰) که ممکن است بر افکار و رفتارهای جدید تأثیر بگذارد و به فرد کمک کند تا به هدف موردنظر خود برسد. در چارچوب *EE*، الهام کارآفرینی به‌عنوان «تغییر قلب (احساسات) و ذهن (انگیزه) برانگیخته‌شده توسط رویدادها یا ورودی‌های برنامه و به سمت در نظر گرفتن کارآفرین تعریف شده است» (سویتارس^۸ و همکاران، ۲۰۰۷). ترش و الیوت (۲۰۱۰) تشخیص دادند که افراد وقتی در معرض دید عمیق، تجربه، تسلط کاری و ایجاد زیبایی خاص هستند، بیشتر از دیگران الهام می‌شوند. الهام از همبستگی با همبستگی منفی با ترس از عدم موفقیت و رقابت دارد.

تعداد محدودی از تحقیقات بر نقش الهام در بهره‌برداری از فرصت پرداخته‌اند. کرزنر^۹ (۲۰۱۹) به تأثیرات الهام بر تصمیم‌گیری کارآفرینانه پرداخت و بیان کرد الهام کارآفرینی در کشف فرصت‌های کاملاً ناشناخته تجلی می‌یابد. در آنجا که این اتفاق می‌افتد، لذت بردن از چنین فرصتی، شاید کاملاً اتفاقی باشد، تصمیم‌گیری در چنین مواقعی مستلزم محدود کردن هرگونه لذت شناخته‌شده دیگر نیست، از این‌رو بیان می‌کند که الهام کارآفرینی محدودکننده نیست و در فرصت‌های ناشناخته بسیار در تصمیم‌گیری‌ها نقش مؤثری دارد. تد مرادیان^{۱۰} (۲۰۱۶) نیز در تحقیق خود بیان کرد که الهام کارآفرینی در تصمیم‌گیری در فرصت‌های جدید سبب ایجاد نوآوری می‌شود و بیان می‌کند که الهام منبعی برای خلق نوآوری در تصمیم‌گیری کارآفرینانه است.

نویسکی و هادود^{۱۱} (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «نقش الهام‌بخش نقش‌ها در تقویت قصد کارآفرینی»، از طریق یک روش تجزیه‌وتحلیل مجموعه جدید فازی، سه ترکیب مجزا از متغیرهای مورد بررسی برای تقویت قصد کارآفرینی در بین دانشجویان مؤثر است. ورتینورا و ویکند^{۱۲} (۲۰۱۹) بیان کردند که نقش الهام کارآفرینی تا حد زیادی در ادبیات کارآفرینی نادیده گرفته شده است. همچنین بیان کردند اوضاع اخیر در ادبیات روان‌شناسی تصریح می‌کند که تحریک نقش مهمی در فرایندهای ایجادکننده دارد و می‌تواند دارای

1. Jabeur

2. Andries

3. Gustafsson

4. Clandinin & Caine

5. Identity opportunity

6. Sabrine

7. Entrepreneurship Education

8. Souitaris

9. Kirzner

10. Mooradian

11. Nowiński & Haddoud

12. Wartiovaara Lahti & Wincent

تأثیرات زیادی در تحول در شناخت، تأثیر و رفتار کارآفرینانه باشد (ورتینورا^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). ادبیات نشان می‌دهد که الهام نقش اساسی در فرایند خلاقیت ایفا می‌کند (تراش^۲ و همکاران، ۲۰۱۰).

با وجود مطالعه‌هایی هرچند اندک که در زمینه تصمیم‌گیری شهودی انجام شده، اما تصمیم‌گیری مبتنی بر الهام دارای خلأ تحقیقاتی گسترده است (ورتینورا و همکاران، ۲۰۱۹). دلیل اصلی این موضوع این است که تصمیم‌گیری به بهره‌برداری از فرصت مبتنی بر الهام کارآفرینانه هنوز جنبه‌های کشف‌نشده زیادی دارد که ناشی از ناشناخته بودن ابعاد فرایندهای ادراک، تفسیر، تمرکز، حفظ، به‌خاطرآوری و ... در انسان است. بنابراین آنچه تاکنون مطرح شده، بیشتر شامل ویژگی‌ها و مشخصات برداشت‌شده از شرایط و نتایج تصمیم‌های گرفته‌شده به روش شهودی و یا رفتار قابل مشاهده تصمیم‌گیران شهودی است. بنابراین جهت تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس الهام‌های ذهنی و شهودی در کارآفرینان ضروری به‌نظر می‌رسد که با توجه به خلأ تحقیقاتی موجود این پژوهش نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی را بررسی کرده است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر روش آمیخته^۳ از نظر هدف توسعه‌ای - کاربردی، از نظر افق زمانی تک‌مقطعی و از نظر راهبرد در بخش مروری فراتحلیل و در بخش کیفی دلفی و تحلیل تماتیک است. در این پژوهش به‌منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق از هر دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. علاوه بر بررسی متون مرتبط با بهره‌برداری از فرصت در کسب‌وکارهای ورزشی (روش گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای و فراتحلیل مطالعات قبلی^۴)، از مصاحبه نیمه‌ساختارمند با خبرگان و تحلیل به روش دلفی برای شناسایی ابعاد اثرگذاری الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت و تحلیل روایت رهبران کارآفرین در این رابطه و تحلیل به روش تماتیک استفاده شد.

گام اول: به‌منظور شناسایی عوامل، ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه انجام گرفت. میدان پژوهش برای تعیین شاخص‌ها شامل تمام مقالات و مستندات علمی مرتبط با الهام کارآفرینانه و بهره‌برداری از فرصت به‌عنوان ملاک بود که به‌وسیله ابزار مرور نظام‌مند مقالات از مراجع علمی چون *Elsevier*، *Google Scholar*، *ScienceDirect*، *SID*، *CiteSeer* و... در بازه سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ استفاده شد. در بخش کیفی از روش فراترکیب^۵ پیشینه به روش مرور نظام‌مند استفاده شد. به‌منظور ارزیابی صحت موارد انتخاب‌شده از روش لاوشه و با بهره‌گیری از نظرهای چند تن از استادان متخصص در رشته مدیریت راهبردی، بازاریابی و مدیریت ورزشی بهره گرفته شد. فراترکیب (متاستز)^۶ روشی کیفی مبتنی بر مرور سیستماتیک مطالعات کتابخانه‌ای برای شناختی ژرف پیرامون پدیده مورد بررسی است. با استفاده از برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی یا روش *CASP* با ۱۰ شرط کیفی هر مقاله به لحاظ کیفی ارزیابی شد. به هریک از مقالات بر اساس هریک از این شرایط، امتیازی بین ۱ تا ۵ تخصیص داده شد. مقالاتی که مجموع امتیازات آنها ۲۵ و بالاتر شود *T* به لحاظ کیفی تأیید و باقی مقالات حذف شدند. به‌منظور تعیین پایایی یا اعتبار آن از آزمون پی اسکات استفاده شد.

گام دوم: این پژوهش از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته بین خبرگان دانشگاهی (افراد دارای حداقل سه مقاله در زمینه فرصت‌های کارآفرینانه، مدرک دکتری و عضو هیأت علمی دانشگاه باشند) به‌منظور شناسایی عوامل، ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی برای استفاده شد و به شیوه تحلیل تم کدگذاری اولیه

1. Wartiovaara

2. Thrash

3. mixed method

4. Ultracombination

5. Meta-synthesis

صورت گرفت و برای تأیید عوامل از روش دلفی بهره گرفته شد. روش نمونه‌گیری در بخش اول کیفی بود که به‌وسیله ابزار مصاحبه به دو صورت هدفمند و تکنیک گلوله‌برفی و در حد اشباع نظری انجام شد و در نهایت در سطح ۹ نفر به اشباع دست یافتیم که در جهت افزایش اعتبار و همچنین پوشش تمامی مؤلفه‌های نهفته نمونه‌گیری تا ۱۱ نفر ادامه یافت. تکنیک دلفی^۱ یکی از روش‌های تصمیم‌گیری گروهی است که برای دستیابی به توافق پیرامون مسئله مورد بررسی از دیدگاه خبرگان استفاده می‌شود. دلفی رویکرد یا روشی سیستماتیک در تحقیق برای استخراج نظرها از یک گروه از متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سؤال است. هدف اصلی از انجام مطالعه دلفی کسب قابل‌اطمینان‌ترین میزان توافق بین نظرهای گروه متخصصان است (لودویگ و استار، ۲۰۰۵). به‌منظور تعیین ضریب توافق بین کدگذاران از آزمون ضریب توافق کندال استفاده شد. همچنین به‌منظور بررسی پایایی شاخص‌های بخش دلفی از آزمون آلفای کرونباخ و برای روایی از شاخص‌های CVI و CVR به روش لاوشه استفاده شد.

گام سوم: برای دستیابی به علل و مضامین اصلی نقش الهام در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی ورزشی تجربه زیسته شش نفر از رهبران کارآفرین ورزشی به روش روایت پژوهشی تحلیل شد. روش نمونه‌گیری در بخش دوم کیفی روش انتخاب نمونه‌ها در بین رهبران کارآفرین ورزشی ملاک رهبری کارآفرینانه (مالکیت حداقل سه کسب‌وکار ورزشی فعال و دارای مدرک دانشگاهی) بود که به روش هدفمند افراد انتخاب شدند و حجم نمونه‌ها در حد اشباع نظری انتخاب شد که در نهایت تجربه زیسته شش نفر بررسی شد. وقتی روایت و قصه را فرمی برای بازنمایی موضوع تحقیق، دیدگاه و رویکردی مناسب برای تحلیل محتوا، ساختار یا قالبی خاص برای تحقیق و امثال اینها در نظر می‌گیرند، در اصطلاح روایت‌پژوهی می‌گویند. آنچه این شاخه پژوهشی را متمایز می‌کند این است که از روایت برای درک معانی چندبعدی جامعه، فرهنگ، رفتار انسانی و زندگی مدد می‌گیرد (سپکتور مارشال، ۲۰۱۰). از چشم‌انداز روایت، شخصیت با زمینه‌ای اجتماعی- فرهنگی گره می‌خورد و با مؤلفه‌هایی چون هدفمندی، پیچیدگی، بافت‌گرایی و ذهنیت تعریف می‌شود (کلندین و کین، ۲۰۱۳). پایایی کدگذاری صورت‌گرفته به روش ضریب پایایی هولستی بررسی شد.

ملاحظات اخلاقی در اجرای پژوهش نیز مدنظر قرار گرفت که در واقع، نشان‌دهنده میزان و چگونگی احترام پژوهشگر به مشارکت‌کنندگان است (جرارد و تیور، ۲۰۰۴). در همین خصوص، به‌همراه سؤالات مصاحبه، نامه‌ای با امضای پژوهشگر مبنی بر تعهد اخلاقی در نگهداری مفاد مصاحبه و مشخصات مشارکت‌کنندگان و انتشار نکردن آن ارسال شد. همچنین با اطلاع مشارکت‌کنندگان تمام مصاحبه‌ها ضبط و برای استخراج نکات کلیدی بررسی شد. پس از اعلام موافقت، مصاحبه با محوریت تلقی، برداشت و شاخص‌های موردنظر برگزار شد. در مصاحبه‌های انجام‌شده پاسخگویان به سؤال مورد نظر در مورد ارائه مؤلفه یا شاخص جدید و یا تأیید مؤلفه‌ها و شاخص‌های گردآوری‌شده ابراز نظر کردند. برای افزایش اطمینان‌پذیری و تأیید اعتبار ابزار در این پژوهش به‌منظور پایا بودن مصاحبه‌ها تلاش شد قوانین و چارچوب انجام یک مصاحبه خوب به این شرح رعایت شد که انجام مصاحبه در محیط آرام و مناسب، محقق در ابتدا هدف تحقیق خود را بیان کرد و سپس اطمینان حاصل کرد که افراد علاقه‌مند در مصاحبه شرکت کنند، اطمینان از قابل فهم بودن سؤالات مصاحبه برای شرکت‌کنندگان، تایپ کردن متن مصاحبه‌ها در اولین فرصت و ارائه به مصاحبه‌شوندگان جهت تأیید صحت و تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری آنها در اولین فرصت. به‌طور خلاصه برای حصول اطمینان از قابلیت اطمینان داده‌های پژوهش از روش مطالعه مکرر، مقایسه داده‌ها، خلاصه‌سازی و دسته‌بندی اطلاعات بدون اینکه در داده‌ها تغییری ایجاد شود، استفاده شد. طوری که پس از انجام مصاحبه، یادداشت‌ها با دقت بیشتر روی کاغذ پیاده شده و در اختیار مصاحبه‌شونده قرار گرفت تا اگر احیاناً مغایرتی با گفته‌های وی داشته باشد، مشخص و اصلاح شود. همچنین در این پژوهش برای دستیابی به اعتبار داده‌های مصاحبه از نظرهای استادان

1. Delphi

2. Spector-Mersel

3. Clandinin & Caine

4. Gorard & Taylor

تراز اول دانشکده کارآفرینی و علوم ورزشی دانشگاه تهران استفاده شد. در نهایت برای بررسی تناسب و اعتبار مدل ارائه شده از آزمون t و معیارهای چهارگانه گلیسر و اشترواس^۱ (۱۹۶۷) تطبیق، قابلیت فهم، قابلیت تعمیم، میزان کنترل استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

الف) گام اول: فراتحلیل پیشینه پژوهش

در این پژوهش ابتدا برای عوامل، ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه از روش فراترکیب تمامی مقالات مرتبط در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ در پایگاه داده مقالات علمی داخلی و خارجی بررسی شد. روابی فراترکیب تمام پژوهش‌های منتخب به کمک ۱۰ معیار *CASP* ارزشیابی و مشاهده شد که در مجموع ۶۹۰ مقاله یافت شد که پس از غربالگری بر اساس عنوان و چکیده مقالات، ۴۳۰ مقاله به علت عدم ارتباط با موضوع و اهداف تحقیق کنار گذاشته شد. در مرحله بعد از ۲۶۰ مقاله باقیمانده، ۱۱۵ مقاله به علت دوپلیکیشن و عدم تطابق جامعۀ تحقیق از فهرست مقالات یافت شده خارج شد و در نهایت پس از بررسی متن کامل ۱۱۴ مقاله باقیمانده، ۱۱۹ مقاله به علت عدم احراز معیارهای ورود کنار گذاشته شد و در گام آخر، ۲۶ کارآزمایی باقی ماند که شرایط ورود به تحقیق را داشتند و ارزش بالاتر از ۳۱ داشتند. همچنین شیوه کدگذاری و طبقه‌بندی اطلاعات چند بار بررسی شد. همه این فعالیت‌ها برای تضمین کیفیت یافته‌های پژوهش انجام شده است. در گام بعدی، اطلاعات مقاله‌ها بر اساس مرجع مربوط به هر مقاله شامل نام نویسنده، به همراه سال انتشار مقاله و اجزای هماهنگی بیان شده در هر مقاله طبقه‌بندی شدند و عوامل موردنظر استخراج شده از مطالعه مقاله‌ها به عنوان کد در نظر گرفته شدند. نتایج این فرایند و برخی از منابع در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. کدها و منابع مطالعاتی

ردیف	مفهوم	مقوله	منبع
۱	تصمیم‌گیری کارآفرینانه	قضاوت شهودی، شهود حل مسئله، بینش شهودی، شفاف‌سازی، افزایش قدرت تصمیم‌گیری، کاهش ترس از شکست، تصمیم‌گیری در عدم قطعیت، تصمیم‌گیری نوآورانه	آزما و همکاران (۱۴۰۱)، محمدی و همکاران (۱۴۰۰)، پولاک و همکاران (۲۰۲۱)، وارثیوارنا و همکاران (۲۰۱۹)، کرزنر (۲۰۱۹)، تراش و همکاران (۲۰۱۰)، تد مرادیان (۲۰۱۶)
۲	قصد کارآفرینی	قصد کارآفرینی، شهود تجربی، بهبود نیت بهره‌برداری، بهبود نیت رفتاری تجربه‌گرایانه، محرک عاطفی، بهبود رفتار کارآفرینانه	آزما و همکاران (۱۴۰۱)، نویسکی و هوداد (۲۰۱۹)، استیل و کیونگ (۲۰۰۶)، چن و همکاران (۱۹۹۸)، کروگر (۲۰۱۷)، بانسال و تیلور (۲۰۰۲)، فیتزسیمونز و داگلاس (۲۰۱۱)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۶)، استراتمن و همکاران (۲۰۱۸)، سو، سان و بل (۲۰۲۱)، وارثیوارنا و همکاران (۲۰۱۹)، کرزنر (۲۰۱۹)
۳	نگرش کارآفرینانه	بینش شهودی، بهبود خلاقیت، تفکر شهودی، نگرش‌های مثبت نسبت به کارآفرینی، بهبود هنجارهای کارآفرینی، بهبود احساسات مثبت، خوش‌بینی‌گرایی پذیر، ایجاد انگیزه، لذت بردن از فرصت	آزما و همکاران (۱۴۰۱)، محمدی و همکاران (۱۴۰۰)، نویسکی و هوداد (۲۰۱۹)، کروگر و کیکول (۲۰۰۶)، سو، سان و بل (۲۰۲۱)، بارون (۲۰۰۶)، شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)، وارثیوارنا و همکاران (۲۰۱۹)، همیسکی و بارون (۲۰۰۸)، تراش و همکاران (۲۰۱۰)، فریر و ریان (۲۰۱۰)
۴	ایجاد کسب‌وکار	شناختی شهودی، تخصص شهودی، اندازه‌گیری تکوینی، نگرش مثبت به ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، تأثیر مثبت بر بهره‌برداری	محمدی و همکاران (۱۴۰۰)، نویسکی و هوداد (۲۰۱۹)، استراتمن و همکاران (۲۰۱۸)، یوم و پاتل (۲۰۰۴)، احمد و همکاران (۲۰۱۰)، ورتینورا و ویکند (۲۰۱۹)
۵	تقویت شخصیت کارآفرین	بهبود خودکارآمدی، حمایت اجتماعی، بهبود کنترل ادراک شده، تمایل به ریسک، تحمل ابهام، بهبود عزت‌نفس	محمدی و همکاران (۱۴۰۰)، نویسکی و هوداد (۲۰۱۹)، کانر و مک میلان (۱۹۹۹)، کرسنت، ساپرینا و دل وال (۲۰۲۱)، احمد و همکاران (۲۰۱۰)، بارون (۲۰۰۶)، شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)، وارثیوارنا و همکاران (۲۰۱۹)، همیسکی و بارون (۲۰۰۸)، محمدی و همکاران (۱۴۰۰)، پولاک و همکاران (۲۰۲۱)، نویسکی و هوداد (۲۰۱۹)، کرسنت، ساپرینا و دل وال (۲۰۲۱)
۶	تشخیص فرصت	تشخیص فرصت، تکرارپذیری فرصت، جست‌وجوی فرصت، خلق ارزش، هوشیاری نسبت به فرصت، کشف	

¹. Glaser & Strauss

فرصت‌های کاملاً ناشناخته، شناخت فرصت بارون (۲۰۰۶)، شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)، کرزنر (۲۰۱۹)، ورتینورا و ویکند (۲۰۱۹)

با توجه به اطلاعات جدول ۱، بر اساس تحلیل‌های صورت‌گرفته، با کمک روش تحلیل محتوا روی ۲۶ مقاله نهایی انتخاب‌شده، در مجموع ۶ مفهوم کلی در قالب ۴۲ مقوله به‌عنوان ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در این پژوهش کشف و برچسب‌گذاری شدند. به‌منظور بررسی روایی محتوایی، بسته آموزشی توسط دو نفر از متخصصان در این زمینه بازبینی شد. پایایی به روش ضریب پی اسکات بررسی شد. معیار پی اسکات *Scott's pi* توسط ویلیام اسکات (۱۹۵۵) برای سنجش پایایی داده‌های اسمی طراحی شد. در این روش باید دو کدگذار (ارزیاب) داده‌ها را ارائه کنند و بر اساس همبستگی داده‌های این دو ارزیاب پایایی تعیین شد.

$$Pi = (OA - EA) / (I - EA)$$

$$Pi = (0/864 - 0/50) / (1 - 0/50) = 0/728$$

با توجه به اینکه ضریب اسکات بالاتر از ۰/۷ به‌دست آمده، از این رو پایایی روش و ارزیابی مورد تأیید است.

ب) گام دوم: بررسی نظرهای خبرگان

به‌منظور بررسی نظرهای خبرگان ابتدا یک مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۱ نفر از خبرگان انجام گرفت که در این زمینه ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی شناسایی و برای تأیید شاخص‌ها از روش دلفی بهره گرفته شد.

جدول ۲. کدگذاری مقولات مستخرج از مصاحبه اولیه با خبرگان

مضمون اصلی	مقوله اصلی	خرده‌مقولات	کد مصاحبه‌شونده
	تصمیم‌گیری	بهبود تصمیم‌گیری در مواقع ناشناخته، افزایش سرعت در تصمیم‌گیری، کاهش ترس در تصمیم‌گیری، تفکر قبل از اقدام، اقدام فوری	E102, E106, E107
بهره‌برداری از فرصت	فرصت‌شناسی	افزایش ادراک محیطی، کشف فرصت‌های جدید، افزایش خلاقیت، خلق فرصت، تفکر در زمان، حمایت مدیریت،	E101, E102, E104, E108, E109, E111
	قصد کارآفرینی	استقبال از کارآفرینی، افزایش قصد، تحریک به کارآفرینی، افزایش اثربخشی فرصت	E101, E103, E105, E108
آمادگی برای بهره‌برداری	نگرش کارآفرینانه	افزایش امید و انگیزه، ایجاد خوش‌بینی مثبت، تقویت روحیه، بهبود نگرش مثبت	E103, E108, E109
	بهبود شخصیت کارآفرین	تقویت اعتمادبه‌نفس، ایجاد روحیه استقلال‌طلبی، بهبود ریسک‌پذیری، کمال‌گرایی، افزایش روحیه کارآفرینی،	E106, E109, E111
ترس از بهره‌برداری از فرصت	عدم اطمینان	افزایش خطا و ریسک، کاهش تصمیم‌گیری منطقی، احساسی عمل کردن، عدم اطمینان محیطی، تصمیم هیجانی	E104, E107

با توجه به نتایج جدول ۲، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته تعداد ۲۹ مؤلفه در قالب شش عامل به‌عنوان ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی استخراج شد که جهت ارزیابی پایایی پروتکل

مصاحبه، از روش درصد توافق بین دو کدگذار استفاده شده است. محقق به همراه همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده بودند که به صورت اتفاقی انتخاب و درصد توافق بین کدگذاری‌های انجام‌شده را به روش کرسول و میلر^۱ (۲۰۰۰) محاسبه کردند.



¹. Creswell & Miller

جدول ۳. ارزیابی اعتبار مصاحبه به روش ضریب توافق بین دو کدگذار

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کدها	کدهای مورد توافق	پایایی
۱	مصاحبه سوم	۱۵	۱۳	۰/۸۶
۲	مصاحبه ششم	۱۶	۱۲	۰/۷۵
۳	مصاحبه دهم	۹	۸	۰/۸۸
	کل	۴۰	۳	۰/۸۲

بر اساس این بررسی، ضریب پایایی برای پروتکل مصاحبه در این تحقیق، برابر با ۰/۸۲ درصد است که این مقدار از بیش از ۰/۶ به دست آمده، از این رو مقدار مطلوبی است (موس^۱ و همکاران، ۱۹۹۸). در مرحله بعد شاخص‌های شناسایی شده در چهار راند در اختیار همه ۱۱ نفر خبره مصاحبه‌شونده به روش دلفی قرار گرفت.

جدول ۴. خلاصه نتایج چهار راند آزمون دلفی

ردیف	شاخص	سطح معناداری آزمون t				روایی	نتیجه نهایی
		راند ۱	راند ۲	راند ۳	راند ۴		
۱	بهبود تصمیم‌گیری در مواقع ناشناخته	۱۴/۹۰۷	۱۴/۹۰۷	۱۲/۱۶۴	۵/۲۲۱	۰/۹۲۴	تأیید
۲	افزایش سرعت در تصمیم‌گیری	۷/۰۱۶	۲۱	۷/۰۱۶	۵/۲۲۱	۰/۹۶۴	تأیید
۳	کاهش ترس در تصمیم‌گیری	۸/۹۶۴	۲۱	۱۲/۲۶۴	۳/۷۵۰	۰/۹۶۵	تأیید
۴	اقدام فوری	۳/۷۰۸	۲۱	۲۱	۳/۵۴۵	۰/۹۲۴	تأیید
۵	افزایش ادراک محیطی	۹/۸۱۵	۱۰/۷۵۷	۵/۴۸۴	۳/۳۵۷	۰/۸۸۶	تأیید
۶	کشف فرصت‌های جدید	۱۲/۲۶۴	۷/۴۵۵	۵/۱۶۴	۳/۷۵۰	۰/۷۹۸	تأیید
۷	افزایش خلاقیت	۲۱	۷/۴۵۵	۳/۳۷۱	۵/۵۹۰	۰/۸۶۶	تأیید
۸	خلق فرصت	۶/۷۰۸	۱۰/۷۵۷	۲/۷۶۴	۶/۳۴۹	۰/۸۶۵	تأیید
۹	تفکر در زمان	۸/۹۶۴	۱۴/۹۰۷	۳/۱۹۴	۴/۳۵۳	۰/۸۶۹	تأیید
۱۰	حمایت مدیریت	۶/۷۰۸	۱۴/۹۰۷	۴/۳۵۳	۵/۵۹۰	۰/۸۱۱	تأیید
۱۱	استقبال از کارآفرینی	۹/۸۱۵	۱۴/۹۰۷	۴/۴۸۵	۵/۳۶۹	۰/۸۰۲	تأیید
۱۲	افزایش قصد	۱۴/۹۰۷	۱۴/۹۰۷	۵/۳۶۹	۵/۸۸۲	۰/۸۰۲	تأیید
۱۳	تحریک به کارآفرینی	۱۴/۹۰۷	۱۴/۹۰۷	۹/۸۱۵	۵/۳۶۹	۰/۸۷۵	تأیید
۱۴	افزایش اثربخشی فرصت	۸/۵۸۹	۱۴/۹۰۷	۱۲/۲۶۴	۵/۳۶۹	۰/۹۰۱	تأیید
۱۵	افزایش امید و انگیزه	۷/۰۱۶	۱۴/۹۰۷	۷/۴۵۵	۵/۵۹۰	۰/۹۲۶	تأیید

^۱. Moss

تأیید	۰/۹۳۷	۰/۸۰۲	۵/۳۶۹	۸/۹۶۴	۹/۸۱۵	۹/۸۱۵	ایجاد خوش بینی مثبت	۱۶
تأیید	۰/۹۶۵	۰/۸۵۶	۴/۳۵۳	۱۲/۲۶۴	۱۴/۹۰۷	۸/۹۶۴	بهبود نگرش مثبت	۱۷
تأیید	۰/۹۶۵	۰/۸۶۵	۵/۳۶۹	۳/۱۸۱	۲۱	۱۰/۷۵۷	تقویت اعتماد به نفس	۱۸
تأیید	۰/۹۶۵	۰/۹۲۸	۵/۸۸۲	۲/۸۸	۱۴/۹۰۷	۷/۴۵۵	افزایش روحیه کارآفرینی	۱۹
تأیید	۰/۸۵۵	۰/۹۳۶	۵/۳۶۹	۳/۵۴۵	۲۱	۸/۹۶۴	افزایش خطا و ریسک	۲۰
تأیید	۰/۸۶۴	۰/۸۶۹	۷/۴۵۵	۵/۳۵۷	۸/۰۵	۶/۵۲۸	عدم اطمینان محیطی	۲۱
تأیید	۰/۸۶۴	۰/۸۸۹	۵/۳۶۹	۵/۵۹۰	۱۴/۹۰۷	۱۲/۲۶۴	تصمیم هیجانی	۲۲
تأیید	۰/۸۲۴	۰/۹۴۲	۵/۵۹۰	۳/۷۰۳	۸/۰۵۰	۱۲/۲۶۴	بهبود ریسک پذیری	۲۳
رد	۰/۴۶۸	۰/۵۶۹	-	-	-۳/۱۹۴	۱۲/۲۶۴	ایجاد روحیه استقلال طلبی	۲۴
رد	۰/۴۲۹	۰/۴۱۹	-	-	-۳/۶۲۷	۱۲/۲۶۴	تفکر قبل از اقدام	۲۵
رد	۰/۳۶۱	۰/۳۰۲	-	-	-	-۱/۴۹۱	کاهش تصمیم گیری منطقی	۲۶
رد	۰/۲۳۹	۰/۲۱۹	-	-	-	-۲/۰۵۵	کمال گرایی	۲۷
رد	۰/۳۰۵	۰/۲۰۹	-	-	-	-۲/۰۵۵	تقویت روحیه	۲۸
رد	۰/۳۱۷	۰/۲۱۴	-	-	-	-۰/۸۲۰	احساسی عمل کردن	۲۹

با توجه به یافته‌های روش دلفی، خبرگان ۲۳ شاخص را به عنوان شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی تأیید کردند.

جدول ۵. جدول آزمون کندال و آلفای کرونباخ در مورد میزان توافق خبرگان و شاخص‌ها

راند	ضریب کندال	ضریب کای اسکوار	آزمون معناداری	آلفای کرونباخ
اول	۰/۴۷۶	۱۴۶/۶۸۷	۰/۰۰۱	۰/۹۷۸
دم	۰/۴۹۴	۱۳۰/۲۸۸	۰/۰۰۱	۰/۸۸۵
سوم	۰/۲۳۰	۵۵/۶۲۰	۰/۰۰۱	۰/۹۴۴
چهارم	۰/۵۶۱	۱۴/۸۹۶	۰/۰۰۱	۰/۹۸۲

همان‌طور که اشاره شد ضریب هم‌هنگی کندال معیاری از اجماع است که سطح اجماع بین اعضای دلفی را نشان می‌دهد. یافته‌ها بیانگر آن است که مقدار ضریب کندال بیشتر از ۰/۵ یا بسیار نزدیک به آن است که بر اجماع قوی دلالت خبرگان دارد. سطح معناداری برای ضریب هم‌هنگی کندال در همه عوامل نیز به معنای وجود توافق معنادار بین خبرگان است ($sig < 0/05$). همچنین مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای هر چهار راند دلفی بیش از ۰/۷ محاسبه شده است که نشان از پایایی درونی بالای شاخص‌ها دارد (کرونباخ؛ ۱۹۵۱). بنابراین می‌توان گفت که بین خبرگان اجماع کلی برقرار شده است.

¹. Cronbach

ج) گام سوم: تحلیل روایت رهبران کارآفرین ورزشی

با توجه به اینکه نظرهای خبرگان و پیشینه بدون رجوع به تجربه و عمل در دنیای واقعی نمی‌تواند نشان‌دهنده جزئیات یک پدیده باشد در گام سوم تجربه زیسته برخی از رهبران کارآفرین ورزشی در ارتباط با موضوع پژوهش بررسی شد.

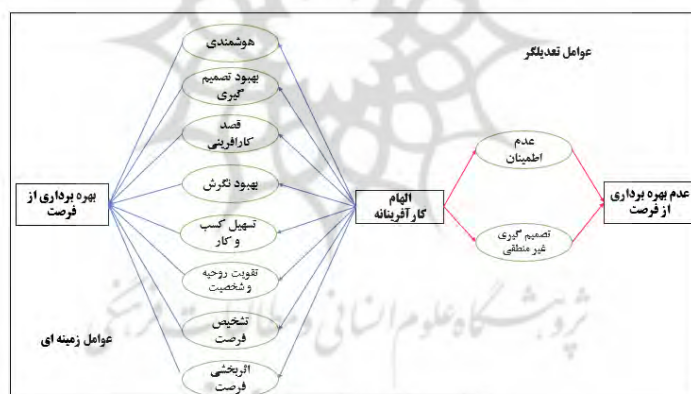
جدول ۶. کدگذاری مقولات مستخرج از مصاحبه اولیه

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	ردیف	مضامین استخراجی	خلاصه روایت
مرد، کارشناسی ارشد تربیت بدنی، ۴۶ ساله و سابقه ۱۸ سال	R1	درک از بازار، ایجاد فرصت‌های نو، کانونی شدن توجه، در فضای کسب‌وکار، تحلیل‌های ذهنی، افزایش ابتکار عمل، تصمیم‌گیری سریع، ارتباط با کائانات، تصمیمات دستوری	همون اوایل شروع به کسب‌وکار هر روز هزاران ایده می‌اومد تو ذهنم، اما از همون راهی که اومده بود خارج می‌شد، چون اصلاً من درکی از محیط بازار و کسب‌وکار نداشتم، به همین دلیل ایده‌ها همه توخالی بود. کم‌کم وقتی سوار بر بازار شدم این بار ایده‌ها به جور دیگه بود. فرصت‌هایی بودند که خدا برام وحی کرده بود. در ورود بارها فکر می‌کردم، بهشون توجه می‌کردم و کانون همه حواسم میشدن. با اینکه در فضای واقعی نمونه‌شون رو ندیده بودم، اما به‌خوبی تو ذهنم تحلیل، نتیجه‌گیری و اجرا می‌کردم. راستش رو بخواین همیشه این فرصت‌های یهویی خیلی بیشتر از پیشنهادهایی که هزاران برنامه و دانش پشتش داره، برام موفقیت و ثروت آورده.
مرد، کارشناسی ارشد مدیریت، ۵۹ ساله و سابقه ۲۶ سال	R2	ریسک‌پذیری، بهبود عزت‌نفس، افزایش خلاقیت، افزایش نوآوری، اعتمادبه‌نفس، پذیرش فرصت‌های بدیع، عدم ترس از شکست، قصد کارآفرینی	همیشه اون ایده‌ای که به دفع به ذهنت می‌رسه، کارسازه. با اینکه ریسک داره، اما چون بدیع و خلاقانه است، می‌تونه کسب‌وکار رو رونق بده، البته داشتن پتانسیل کارآفرینی و تجربه می‌تونه در اثربخشی الهام مؤثر باشه. هرچی فرد تجربه و دانش بیشتری داشته باشه، الهام‌ها بیشتر می‌شه و باز با افزایش تجربه و اعتمادبه‌نفس فرد از این فرصت بهره‌برداری می‌کنه.
مرد، کارشناسی MBA، ۴۷ ساله و سابقه ۱۱ سال	R3	بهبود نگرش، افزایش خلاقیت، بدعت در کسب‌وکار، تصمیم‌گیری، فرصت‌شناسی، هوشمندی، چشم‌انداز روشن، سرعت عمل در کار، نگرش جامع	خیلی‌ها فکر می‌کنند من آدم خوش‌شانسی هستم چون هی ایده‌های خلاق و جدید میاد تو ذهنم و خیلی‌هاشونم بعد از عملیاتی شدن موفق اند، البته بگم اون چیزی که به آدم القا می‌شه، همین جور نیست، یعنی اصلاً یهویی اتفاق نمی‌افته. شاید زاده سال‌ها تفکر و تجربه است، بعضی وقت‌ها هم وقتی مشکلی برام پیش میاد این الهام‌ها کمک می‌کنند. در کل القاهای ذهنی و الهام‌هایی که بهم می‌شه، باعث میشن که تو تصمیم‌هام مصمم‌تر بشم و همچنین انگیزم برای شروع به کار افزایش پیدا می‌کنه.
مرد، کارشناسی شیمی، ۵۴ ساله و سابقه ۲۲ سال	R4	تصمیم‌گیری آنی، اعتماد به خود، خودکارآمدی، نوآوری، باورپذیری، تمایل به اقدام فوری، اطمینان بیش‌ازحد، اثربخشی نتیجه	در اوایل زیاد به الهام‌های درونی خودم توجه نداشتم و همیشه با کلی حساب و کتاب تصمیم‌گیری می‌کردم، اما الان همه چی فرق کرده و وقتی به چیزی بهم القا می‌شه، بهش اعتماد می‌کنم و سریع تصمیم می‌گیرم و دنبالش می‌رم می‌دونم وقتی به در مورد یک فرصت خیلی حساب کتاب کنی رشته کار از دستت خارج میشه و ذهن (الهام) به نظر من از همه چی بهتره برای تصمیم‌گیری چون ادم رو گمراه نمی‌کنه و باعث ایجاد نوآوری میشه.
مرد، کارشناسی ارشد تربیت بدنی، ۳۶ ساله و سابقه ۹ سال	R5	ندای قلبی، نیت کارآفرینی، افزایش امید و انگیزه، بهبود بهره‌وری، افزایش انعطاف‌پذیری، افزایش هیجان، حس برتری‌طلبی، شجاعت	...از همون اول دوست داشتم از این شاخه به اون شاخه بیرم می‌دونین چرا؟ چون خدا به چیزای رو تو دلت میزازه، میگه برو دنبالش، آره این همون چیزیه که شما میگین الهام کارآفرینی، چون تا وقتی چیزی تو دلم نباشه، من کاری روش شروع نمی‌کنم، من از درونم فرمان می‌گیرم، چون فکر می‌کنم قسمت و بخت من تو اینه، البته اوایل زیاد خوش‌شانس نبودم و زیاد شکست می‌خورم، اما الان که سال‌ها تجربه دارم و پخته‌تر شدم، دیگه ذهنم بهم دروغ نمی‌گه و همه چی رو به راهه
مرد، دکتری تربیت بدنی، ۴۴ ساله و سابقه ۹ سال	R6	تصمیم‌گیری در عدم اطمینان، تصمیم‌گیری شهودی، درک نسبت به فرصت، کشف فرصت، ریسک‌پذیری، تحلیل محیطی، آزادی عمل، اهداف بلندمدت	...همیشه اون ندای قلبی سر به زنگاه میاد و منو نجات میده. شاید باورکردنی نباشه، اما این فکرکردنه و مکاشفت درونی معجزه می‌کنه در کم رو نسبت به فرصت، محیط، توانایی‌های درونیم و منابعی که دارم افزایش میده و ریسک رو قبول می‌کنم و با توکل به خدا شروع می‌کنم. راستش اون وقتایی که نمی‌شه رو هیچی حساب کرد و به قولی عدم اطمینان کامل وجود داره، این الهام‌های ذهنی هستن که میاد و منو نجات میده...

با توجه به نتایج جدول ۶، از روایت‌های انجام‌گرفته ۴۰ مؤلفه به‌عنوان شاخص‌های مؤثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی استخراج شد که پس از انجام تجارب زیسته، پژوهشگر داستان‌های مشارکت‌کنندگان را طی توالی زمانی و بر اساس اصول روایت‌پژوهی کالدینین و کانلی (۲۰۰۴) مبتنی بر تمرکز روایت بر سه عنصر زمان، مکان و تعاملات، باز داستان‌سرایی کرد. سپس روایت کاملاً به مشارکت‌کننده بازگردانده شد تا در مورد آن نظر دهد و اگر سوءتفاهم و اشتباهی انجام شده است، بازنگری لازم در آن صورت گیرد. به این ترتیب روایی پژوهش با استفاده از راهبرد بازبینی پژوهش توسط مشارکت‌کننده تأمین شد. همچنین یافته‌ها و مراحل و انجام کار توسط دو صاحب‌نظر و خبره در ضریب هولستی^۱ زمینه این پژوهش بررسی شد. برای بررسی پایایی پژوهش از ضریب توافق کدگذاران (به روش هولستی^۲؛ ۱۹۶۹) استفاده شد و میزان توافق کدگذاران این تحقیق برابر ۰/۸۹ به‌دست آمد.

د) گام چهارم: ارائه مدل و ترکیب مراحل سه‌گانه

در این مرحله نتایج حاصل از سه گام قبلی ۴۲ مؤلفه از بخش فراترکیب پیشینه، ۲۳ مؤلفه از روش دلفی بر اساس نظر خبرگان و ۴۰ مؤلفه از تحلیل روایت کارآفرینان برتر به‌دست آمد و سپس ترکیب و ادغام شده و ابعاد و شاخص‌های نهایی در قالب یک الگوی کلی رسم شد. بر اساس مدل قیاسی-اکتشافی این پژوهش ۶۳ شاخص در قالب ۱۰ بُعد مثبت و منفی بیانگر نقش و اثر الهام کارآفرینانه بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در کسب‌وکارهای ورزشی‌اند.



شکل ۱. مدل مفهومی قیاسی-اکتشافی (برگرفته از نتایج پژوهش)

ه) گام پنجم: بررسی تناسب مدل

برای بررسی تناسب کلی مدل، از این‌رو چک‌لیستی با ۶۳ شاخص و در ۱۰ بُعد در طیف لیکرت پنج‌گانه برای بررسی مرتبط بودن و اعتبارسنجی شاخص‌های نهایی تهیه و در بین نمونه ۱۷ نفری از خبرگان (گام دوم) و کارآفرینان ورزشی (گام سوم) توزیع شد. با توجه به اینکه هدف بررسی میزان توافق بین ارزیاب‌هاست، از این‌رو در اعتبارسنجی شاخص‌ها با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای بهره‌گرفته شد که نتایج در جدول ۷ قابل مشاهده است.

^۱ تعداد موارد اشتراک *۳ بر تعداد کل کدگذاری اولیه + تعداد کل کدگذاری دوم است. حداقل میزان مورد قبول شاخص هولستی بالای ۰.۸ در نظر گرفته شده است.

^۲ Holsti

جدول ۷. نتایج اعتبارسنجی ابعاد و شاخص‌های شناسایی شده

ردیف	ابعاد	میانگین	آماره t	معناداری	وضعیت
۱	هوشمندی	۴/۳۶۳	۹/۳۵۹	۰/۰۰۱	معتبر
۲	بهبود تصمیم‌گیری	۴/۴۳۱	۱۲/۲۲۳	۰/۰۰۱	معتبر
۳	قصد کارآفرینی	۴/۴۳۱	۱۰/۵۵۸	۰/۰۰۱	معتبر
۴	بهبود نگرش کارآفرینانه	۴/۳۶۳	۱۰/۱۴۵	۰/۰۰۱	معتبر
۵	تسهیل کسب و کار	۴/۵۴۵	۱۴/۷۰۱	۰/۰۰۱	معتبر
۶	تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین	۴/۴۳۱	۱۰/۸۷۵	۰/۰۰۱	معتبر
۷	تشخیص فرصت	۴/۴۷۷	۱۱/۹۳۷	۰/۰۰۱	معتبر
۸	اثربخشی فرصت	۴/۴۳۱	۱۲/۰۳۱	۰/۰۰۱	معتبر
۹	عدم اطمینان	۴/۴۷۷	۱۲/۵۹۵	۰/۰۰۱	معتبر
۱۰	تصمیم‌گیری غیرمنطقی	۴/۳۸۶	۱۲/۲۰۰	۰/۰۰۱	معتبر

* با توجه به تعداد زیاد شاخص‌ها، فقط نتایج مرتبط با ابعاد در مقاله گزارش شده است.

نتایج جدول ۷، نتایج نشان می‌دهد دو شاخص به‌علت عدم کسب امتیازات و شرط لازم (مد و میانه پایین‌تر از ۳، میانگین پایین‌تر از ۳، انحراف معیار بزرگ‌تر از ۱، ضریب تغییرات بزرگ‌تر از ۰/۳ و همچنین نبود اجماع نظر بین کارشناسان، رهبران کارآفرین و نخبگان ($sig < 0/05$) نامناسب تشخیص داده شدند، از این رو تعداد مدل نهایی با ۱۰ بُعد و ۶۱ شاخص انتخاب شد. همچنین برای بررسی اعتبار شاخص‌ها و مدل از معیارهای چهارگانه گلیسر و اشتراوس (۱۹۶۷) بهره گرفته شد.

جدول ۸. نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای تعیین درجه اعتبار مدل پیشنهادی

آیتم	سؤالات	میانگین	t	df	Sig.
تطبیق	آیا مدل و شاخص‌ها از داده‌های بررسی شده تولید شده است؟	۴/۳۶۳	۱۱/۱۷۳	۱۶	۰/۰۰۰۱
قابلیت فهم	آیا شاخص‌ها شکل کلی نظام‌مند به هم مرتبط شده‌اند؟	۴/۴۰۹	۱۲/۳۴۸	۱۶	۰/۰۰۰۱
قابلیت تعمیم	آیا مدل چنان تبیین شده که تغییر شرایط متفاوت را در نظر بگیرد؟	۴/۵۹۰	۱۳/۹۴۲	۱۶	۰/۰۰۰۱
کنترل	آیا یافته‌های نظری برای طراحی مدل بااهمیت به نظر می‌رسند؟	۴/۴۵۴	۱۲/۱۹۷	۱۶	۰/۰۰۰۱

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد در سازه‌های تطبیق، قابل فهم بودن، قابل تعمیم بودن و کنترل، مقدار آماره t محاسبه شده در سطح ۰/۰۱ معنادار است و مقایسه میانگین مشاهده شده با میانگین مورد انتظار نشان می‌دهد که مدل نهایی از دیدگاه متخصصان با اطمینان ۹۹ درصد دارای اعتبار است.

بحث و نتیجه‌گیری

تصمیم‌گیری در کسب و کارهای ورزشی به فراخور نوع فعالیت خدماتی آنها که با تغییرات سریع محیط و علم و فناوری همراه است و بازار رقابتی بسیار فشرده و سنگینی که دارند، چالش عظیمی پیش روی مدیران و تصمیم‌سازان آنها به وجود آورده است و بنابراین برای عبور

از این چالش باید به دنبال یک رویکرد شالوده شکن در تصمیم گیری و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی بود. در محیط با شرایط عدم قطعیت عمیق، بررسی وضعیت های آینده موضوع تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه و همچنین تفکیک مرزهای موجود بین موضوع های گوناگون و یافتن جایگزین های مناسب، بسیار مشکل و در عین حال پراهمیت است. در این وضعیت راه حل های شهودی می تواند گزینه مناسبی باشند. وقتی مدیران از دریافت های شهودی خود استفاده می کنند، خیلی زود می توانند مشکلات را شناسایی و به نوعی راه حل مسئله را پیدا کنند، از این رو این پژوهش شیوه ها و نقش های الهام کارآفرینانه مؤثر در تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی را شناسایی کرد. بر اساس یافته ها الهام کارآفرینانه با ایجاد هشت نقش و قابلیت کلی هوشمندی، بهبود تصمیم گیری، قصد کارآفرینی، بهبود نگرش کارآفرینانه، تسهیل کسب و کار، تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین، تشخیص فرصت و اثربخشی فرصت در تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینی نقش مثبت و با کانونی کردن ابعاد عدم اطمینان و تصمیم گیری غیرمنطقی در تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینی نقش منفی دارد.

ابعاد و شاخص های شناسایی شده در این پژوهش با برخی از ابعاد شناسایی شده در پژوهش های آزما و همکاران (۲۰۲۲)، محمدی و همکاران (۲۰۲۱)، پولاک و همکاران (۲۰۲۱)، کرسنت و همکاران (۲۰۲۱)، سو و همکاران (۲۰۲۱)، وارثیووارنا و همکاران (۲۰۱۹)، کرزنر (۲۰۱۹)، نویتسکی و هوداد (۲۰۱۹)، استراتمن و همکاران (۲۰۱۸)، کروگر (۲۰۱۷)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۶)، تد مرادیان (۲۰۱۶)، فیتزسیمونز و داگلاس (۲۰۱۱)، احمد و همکاران (۲۰۱۰)، تراش و همکاران (۲۰۱۰)، فریر و ریان (۲۰۱۰)، همیلسکی و بارون (۲۰۰۸)، استیل و کیونگ (۲۰۰۶)، کروگر و کیکول (۲۰۰۶)، بارون (۲۰۰۶)، یوم و پاتل (۲۰۰۴)، بانسال و تیلور (۲۰۰۲)، شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)، کانر و مک میلان (۱۹۹۹) و چن و همکاران (۱۹۹۸) همراستاست. پیشینه پژوهش تأیید می کند الگوهای نقش الهام بخش شهود تنها زمانی اهداف کارآفرینی را پیش بینی می کنند که با نگرش های مثبت نسبت به بهره برداری از فرصت کارآفرینی ترکیب شوند. چنین یافته هایی با دیدگاهی که در مورد پیچیدگی در پیش بینی مقاصد کارآفرینی استدلال می کند، همسو هستند (کروگر و کیکول، ۲۰۰۶). همچنین تحقیقات گذشته اثر الهام بر بهبود نیت رفتاری را تأیید می کنند (بانسال و تیلور، ۲۰۰۲؛ فیتزسیمونز و داگلاس، ۲۰۱۱؛ جیانگ و همکاران، ۲۰۱۶؛ استیل و کونینگ، ۲۰۰۶؛ استراتمن و همکاران، ۲۰۱۸). سازمان ها در شکل دهی مقاصد کارآفرینی، توانایی های خود را برای انجام عمل مورد نظر همراه با ارزش بازگشتی مورد انتظار از الهام های شهودی بهره می گیرند (استیل و کونینگ، ۲۰۰۶). در کارآفرینی، داشتن توانایی های کارآفرینی لزوماً منجر به ایجاد سرمایه گذاری جدید نمی شود مگر اینکه نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی ایجاد شود. به همین ترتیب، الهام کارآفرینانه با بهبود نگرش، مقاصد رفتاری کارآفرینان را افزایش دهد (استراتمن و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوم و پاتل، ۲۰۰۴). الهام کارآفرینانه چهار ویژگی شناختی کارآفرینان چون تمایل به ریسک، تحمل ابهام، خوش بینی گرایش پذیر و هوشیاری نسبت به فرصت ها را تقویت می کند (بارون، ۲۰۰۶؛ شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰). این در حالی است که محققان برجسته ای از جمله بارون و وارد (۲۰۰۷) و میشل و همکاران (۲۰۰۹) نیز در تحقیقات خود به نقش شهود، شناخت و ادراکات ذهنی در فرایند تصمیم گیری کارآفرینان اشاره و عنوان کرده اند که به کارگیری مهارت های ادراکی - شناختی، جهت گیری های ذهنی و شهودی و قضاوت های مبتنی بر تجربه در تصمیم گیری کارآفرینان اهمیت بسزایی دارد. اولینک و همکاران (۲۰۱۴) مبنی بر الهام به عنوان یک حالت انگیزشی است که افراد را مجبور می کند تا ایده ها را تحقق بخشند.

تأثیرات تحول آمیز الهام و سایر تغییرات ذهنی و روان شناختی درون کارآفرین نباید هنگام تحقیق در مورد فرایند بهره برداری از فرصت کارآفرینی مورد غفلت واقع شوند. علاوه بر این عدم قطعیت در تصمیم گیری کارآفرینان در ایران به دلیل ریشه های اقتصادی و بی ثباتی ارز و تحریم های اقتصادی مشخص می کند مدیران کارآفرین با عدم قطعیت های زیادی مواجه اند که سرچشمه عمده آن مربوط به اطلاعات و زمان است. این دو عامل در کنار هم سبب ایجاد حس ابهام و عدم قطعیت می شود و تصمیم گیران را به سمت تصمیم گیری شهودی سوق می دهد. در حقیقت ترکیبی از اطلاعات نامعتبر و تغییرات اطلاعات موجود در طول زمان سبب می شود که

1. Umeh & Patel

2. Oleynick

تصمیم‌گیران عملاً مبانی تصمیم‌گیری محکمی نداشته باشند و مجبور شوند به شهود اتکا کنند. بنابراین در نبود اطلاعات معتبر تصمیم‌گیران در تلاش در خصوص تصمیم‌گیری بهره‌برداری از فرصت‌ها، رهبران کارآفرین در عدم قطعیت با توجه به اینکه افراد اغلب دارای تجربه مرتبط با موضوع هستند، الهام‌های ذهنی بیشتری در این افراد دیده می‌شود که سبب تصمیم‌گیری‌های خاص در کمترین اطلاعات ممکن می‌شود. این استدلال دلالت بر این دارد که قضاوت‌های شهودی جهت‌گیری‌ها و فرایندهای ذهنی به‌منزله راهکارهایی هستند که کارآفرینان به‌عنوان یک میانبر در رفع ابهام موجود در محیط مسئله به‌کار می‌برند. آنها به‌منظور ساده‌سازی، فرایند تصمیم‌گیری شهود و ادراکات ذهنی خود را به‌کار می‌گیرند و بدین‌واسطه تصمیمات خود را در رابطه با بهره‌برداری از فرصت ارزیابی می‌کنند. در واقع ادراک، شهود و شناخت شخصی کارآفرین حربه‌هایی هستند که کارآفرینان از آنها به‌منظور رویارویی با عدم اطمینان و عدم قطعیت محیطی بهره می‌برند.

این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بود؛ از جمله محدودیت‌های ناشی از موضوع، چندوجهی بودن تصمیم‌گیری و تأثیر متغیرهایی اجتماعی، فرهنگی، روان‌شناختی، محیطی، ویژگی‌های خاص فرصت، اشتیاق کارآفرین، احساسات و ...، لازم است در پژوهش‌های بعدی امکان شناخت متغیرهای مرتبط با موضوع فراهم شود که قدرت تبیین بیشتری داشته باشد. همچنین بر اساس نتایج از آنجا که تصمیمات کارآفرینانه در محیط‌های پویای کارآفرینی که امکان ارزیابی همه اطلاعات وجود ندارد، اتخاذ می‌شوند، به کارآفرینان توصیه می‌شود به‌منظور رویارویی با عدم اطمینان محیطی به همه جوانب مسئله پیش رو به‌صورت منسجم توجه کنند و از این طریق سطح درک خود از ریسک نهفته در ماهیت تصمیم‌گیری را افزایش دهند و بتوانند موقعیتی را که در مقایسه با سایرین مخاطرات کمتری دارد، انتخاب کنند. همچنین بر اساس نتایج الهام کارآفرینانه به اعتقادات خوش‌بینانه و یک امر مثبت منجر می‌شود که می‌تواند در فرصت سبب افزایش اعتمادبه‌نفس کارآفرین شود و شانس موفقیت او را افزایش دهد. بنابراین با توجه به اینکه کارآفرینان اغلب به حوزه گسترده اطلاعاتی دسترسی ندارند، پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت قابلیت‌های ذهنی و شناختی خود تلاش کنند؛ چراکه این کار به آنها کمک می‌کند تا به‌جای تجزیه و تحلیل‌های منطقی و حساب‌های سرانگشتی از راهکارهای ابتکاری مبتنی بر پردازش ذهنی اطلاعات استفاده کنند و با متمایزسازی راهکارهای جایگزین و ترکیب مجدد آنها با یکدیگر به راهکار تصمیم‌گیری همه‌جانبه و رضایت‌بخش دست یابند.

تقدیر و تشکر

از آنجایی که این مقاله مستخرج از رساله دکتری اینجانب است، از استادان محترم که اینجانب را در نگارش رساله و مقاله استخراجی از آن کمک و راهنمایی کردند، تشکر و قدردانی می‌شود.

References

- [Abdzadeh, Farhad, Kashif, Mirmohammed, Broumand, Mohammadreza, & Fatahpour Marandi, Morteza. \(1400\). Profile of entrepreneurship of sports science faculties in Iran and presentation of employment and entrepreneurship model. Sports Management Journal, 13\(4\), 1127-1155. \(In persian\)](#)
- [Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. \(2020\). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. The International Journal of Management Education, 18\(1\), 100327.](#)
- [Alvarez SA, Parker S. 2009. Emerging ifrms and the allocationofcontrolrights: □ Bayesian approach. Academy of Management Review. 34\(2\): 209–227.](#)
- [Andries P, Debackere K, Van Looy B. 2013. Simultaneous experimentation as a learning strategy: business model development under uncertainty. Strategic Entrepreneurship Journal 7\(4\): 288–310.](#)

- [Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. \(2008\). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34\(3\), 325–374.](#)
- [Ashuri, Taghi, Dosti, Morteza, Razavi, Seyyed Mohammad Hossein, & Hosseini, Abolhassan. \(1400\). Strategies for developing sports entrepreneurship opportunities on a macro level. *Public Policy in Management*, 12\(4\), 125-142. \(In persian\)](#)
- [Auerswald, P., & Dani, L. \(2022\). Entrepreneurial opportunity and related specialization in economic ecosystems. *Research Policy*, 51\(9\), 104445.](#)
- [Azma, Fereydoun, Kargarzar, Betoul, & Saidi, Parviz. \(1401\). An analysis of entrepreneurial intuition in small and medium businesses under economic uncertainty. *Studies of entrepreneurship and sustainable development of agriculture*, \(\), -. \(In persian\)](#)
- [Bansal, H. S., & Taylor, S. F. \(2002\). Investigating interactive effects in the theory of planned behavior in a service-provider switching context. *Psychology & Marketing*, 19\(5\), 407-425.](#)
- [Baron, R. A. \(2006\). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of management perspectives*, 20\(1\), 104-119.](#)
- [Baron, R. A., & Ward, T. B. \(2007\). Behavioral & cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship*. 28\(2\), 553-574.](#)
- [Brinckmann J, Grichnik D, Kapsa D. 2010. Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning-performance relationship in small firms. *Journal of Business Venturing*. 25\(1\): 24–40.](#)
- [Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. \(1998\). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13\(4\), 295-316.](#)
- [Chwolka A, Raith MG. 2012. The value of business planning before start-up: a decision-theoretical perspective. *Journal of Business Venturing* 27\(3\): 385–399.](#)
- [Clandinin, D. J., & Caine, V. \(2013\). Narrative inquiry. In *Reviewing qualitative research in the social sciences* \(pp. 166-179\). Routledge.](#)
- [Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. \(2004\). *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. John Wiley & Sons](#)
- [Conner, M., & McMillan, B. \(1999\). Interaction effects in the theory of planned behaviour: Studying cannabis use. *British journal of social psychology*, 38\(2\), 195-222.](#)
- [Crecente, F., Sarabia, M., & del Val, M. T. \(2021\). Climate change policy and entrepreneurial opportunities. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120446.](#)
- [Creswell, J.W., and Miller, D.L. \(2000\). Determining validity in qualitative inquiry, *Theory into Practice*, 39 \(3\), 124-130.](#)
- [Crick, J. M., Crick, D., & Chaudhry, S. \(2020\). Entrepreneurial marketing decision-making in rapidly internationalising and de-internationalising start-up firms. *Journal of Business Research*, 113, 158-167.](#)
- [Cronbach, L. J. \(1951\). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16\(3\), 297-334.](#)
- [Cui, J., Sun, J., & Bell, R. \(2021\). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19\(1\), 100296.](#)
- [Delmar F, Shane S. 2003. Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic*](#)

Management Journal, 24(12): 1165–1185

Fayolle, A. and Gailly, B. (2008), “‘From craft to science’: teaching models and learning processes in entrepreneurship education”, *Journal of European Industrial Training*, Vol.32No.7, pp.569-593.

Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 26(4), 431-440.

Glaser, B., Strauss, A., 1967. *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine Publishing Company, Hawthorne, NY

Gorard, S., & Taylor, C. (2004). *Combining methods in educational and social research*. New York: Open University Press.

Gruber M. 2007. Uncovering the value of planning in new venture creation: a process and contingency perspective. *Journal of Business Venturing*, 22(6): 782–807.

Gustafsson, V. (2009). Entrepreneurial decision-making: thinking under uncertainty. *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*, 285-304.

Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). Regulatory focus and new venture performance: A study of entrepreneurial opportunity exploitation under conditions of risk versus uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 285-299.

Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley (content analysis).

Jabeur, S. B., Ballouk, H., Mefteh-Wali, S., & Omri, A. (2022). Forecasting the macrolevel determinants of entrepreneurial opportunities using artificial intelligence models. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121353.

Jiang, T. H., Chen, S. L., & Chen, J. K. (2016). Examining the role of behavioral intention on multimedia teaching materials using FSQCA. *Journal of Business Research*, 69(6), 2252-2258.

Kirzner, I. M. (2019). Entrepreneurial inspiration. *The Review of Austrian Economics*, 32(2), 101-105.

Krueger, N. F. (2017). *Is Research on Entrepreneurial Intentions Growing? Or... Just Getting Bigger? Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expanded edition*, 35-40.

Krueger, N. F., & Kickul, J. (2006, January). So, you thought the intentions model was simple? Navigating the complexities and interactions of cognitive style, culture, gender, social norms, and intensity on the pathways to entrepreneurship. In USASBE conference, Tuscon, AZ (pp. 12-15).

Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4), 563-575.

McMullen, J. S. (2015). Entrepreneurial judgment as empathic accuracy: A sequential decision-making approach to entrepreneurial action. *Journal of Institutional Economics*, 11(3), 651-681.

Michl, T., Welpe, I. M., Spörrle, M., & Picot, A. (2009). The role of emotions and cognitions in entrepreneurial decision-making. *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*, 167-190.

Mohammadi, Mohammad, Azma, Fereydoun, Bayani, Ali Asghar, & Shujaei, Samere. (1400). Presenting the intuitive model of organizational entrepreneurship in the Melli Bank of Iran from the point of view of sociology of organizations. *Sociological Studies*, 14(53), 25-45. (In persian)

Mooradian, T., Matzler, K., Uzelac, B., & Bauer, F. (2016). Perspiration and inspiration: Grit and innovativeness as antecedents of entrepreneurial success. *Journal of Economic Psychology*, 56, 232-243.

- [Moss, S., Prosser, H., Costello, H., Simpson, N., Patel, P., Rowe, S., ... & Hatton, C. \(1998\). Reliability and validity of the PAS-ADD Checklist for detecting psychiatric disorders in adults with intellectual disability. *Journal of intellectual disability research*, 42\(2\), 173-183.](#)
- [Namjoo, Fatima; Mehrabi, Javad and Sakti, Parviz \(1401\). Designing a pattern of exploitation of opportunities in line with the development of entrepreneurship in Iran's waste industry. *Journal of Development and Capital*, 7\(2\), 252-272. \(In persian\)](#)
- [Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. \(2019\). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183-193.](#)
- [Oleynick, V. C., Thrash, T. M., LeFew, M. C., Moldovan, E. G., & Kieffaber, P. D. \(2014\). The scientific study of inspiration in the creative process: Challenges and opportunities. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8, 436.](#)
- [Pollack, J. M., Maula, M., Allison, T. H., Renko, M., & Günther, C. C. \(2021\). Making a contribution to entrepreneurship research by studying crowd-funded entrepreneurial opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45\(2\), 247-262.](#)
- [Sabrine Dhahri, Anis Omri \(2018\). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development* 106 \(2018\) 64–77.](#)
- [Said, S., Bouloiz, H., & Gallab, M. \(2023\). New model for making resilient decisions in an uncertain context: The rational resilience-based decision-making model \(R2DM\). *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 6\(1\), 34-56.](#)
- [Scott, W. A. \(1955\). Reliability of content analysis: The case of nominal scale coding. *Public opinion quarterly*, 321-325.](#)
- [Shane, S., & Venkataraman, S. \(2000\). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25\(1\), 217-226.](#)
- [Sharfizadeh, Daud. Abbasi, Ebrahim, and Mehrabi, Javad. \(1401\). Designing a strategic decision-making model for venture capitalists in selecting start-up businesses in Iran with an emphasis on the embargo era. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 15\(2\), 263-280. \(In persian\)](#)
- [Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. \(2007\). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22\(4\), 566-591.](#)
- [Spector-Mersel, G. \(2010\). Narrative research: Time for a paradigm. *Narrative inquiry*, 20\(1\), 204-224.](#)
- [Steel, P., & König, C. J. \(2006\). Integrating theories of motivation. *Academy of management review*, 31\(4\), 889-913.](#)
- [Straatmann, T., Rothenhöfer, L. M., Meier, A., & Mueller, K. \(2018\). A configurational perspective on the theory of planned behaviour to understand employees' change-supportive intentions. *Applied Psychology*, 67\(1\), 91-135.](#)
- [Tepe Rashi, Gitti, Esmaili, Mohammadreza, & Amirtash, Abdolreza. \(2016\). Examining the relationship between entrepreneurial characteristics of managers and performance in sports clubs. *Journal of Sports Management*, 9\(4\), 777-792. \(In persian\)](#)
- [Thrash, T. M., Elliot, A. J., Maruskin, L. A., & Cassidy, S. E. \(2010\). Inspiration and the promotion of well-being: tests of causality and mediation. *Journal of personality and social psychology*, 98\(3\), 488.](#)

[Umeh, K., & Patel, R. \(2004\). Theory of planned behaviour and ecstasy use: An analysis of moderator-interactions. *British journal of health psychology*, 9\(1\), 25-38.](#)

[Wartiovaara, M., Lahti, T., & Wincent, J. \(2019\). The role of inspiration in entrepreneurship: Theory and the future research agenda. *Journal of Business Research*, 101, 548-554.](#)

