

نقش موانع پیش روی توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در استان همدان و ارائه راهکارهای اجرایی

سیده فریده هادوی^۱

وحید ساعت چیان^۲

بهادر عزیزی^۳

محمد محمدی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۰/۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۳/۱۳

ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و سایر فعالیت های ورزشی، ایجاب می نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر بر مبنای روش تحقیق توصیفی-پیمایشی و جامعه آماری مدیران، ورزشکاران و کارآفرینان ورزشی و همچنین صاحبانظران حوزه گردشگری استان همدان انجام گرفت. برای جمع آوری داده ها، از پرسشنامه برگرفته شده از ادبیات پژوهش (رضایی، ۱۳۹۱ و صادقی، ۱۳۹۳) و منطبق با مدل سه شاخگی میرزائی اهرنجان (۱۳۷۶) استفاده گردید. بر اساس نتایج، مهمترین گویه های مربوط به هر یک از بسترهای توسعه کارآفرینی در حوزه تبلیغات، گویه "تبلیغات از طریق رسانه" با میانگین ۳/۸۸، در حوزه ساخت و تولید وسایل و تجهیزات ورزشی گویه "تاسیس باشگاه های رشته های مختلف ورزشی" با میانگین ۴/۰۹، در حوزه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی گویه "مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی" با میانگین ۴/۳، در حوزه امور آموزشی و پژوهشی گویه "آموزش رشته های مختلف ورزشی" با میانگین ۴/۱۲، در حوزه امور فرهنگی ورزشی گویه "اعطای وام به جوانان دارای طرح های اشتغال زایی ورزشی" با میانگین ۴/۳۳، در حوزه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای گویه "پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش های حرفه ای و قهرمانی" با میانگین ۴/۱۲، در حوزه خدمات ورزشی گویه "توریسم ورزشی و ایجاد اماکن توریستی ورزشی" با میانگین ۳/۹۸

^۱ استاد، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Saatchian_65@yahoo.com

^۳ کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

^۴ مربی، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه ملایر، ملایر، ایران

و در حوزه تکنولوژی اطلاعات (IT) گویه "تاسیس سایت های اینترنتی ورزشی" با میانگین ۳/۸۸ از جمله مهمترین موارد محسوب می شوند.

در نهایت به مدیران امر پیشنهاد می شود تا با ایجاد برنامه هایی توسط نهادهای حامی به منظور حمایت مالی از ورزشکاران کارآفرین و ارتقای امنیت اجتماعی در میان صاحبان کسب و کارهای ورزشی - نظیر پوشش بیمه، شکست کسب و کار و بیکاری - و با در نظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی در جهت مشارکت افراد ایده آفرین ورزشی در بخش خصوصی از طریق سازمان تأمین اجتماعی بتوان کمک مفیدی به این استان کرد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، موانع کارآفرینی، ورزش و استان همدان



در دنیای امروز، جوامع شاهد تغییرات و تحولات شگرف در زمینه های مختلف بوده اند؛ به طوری که رقابت شدید در محیط با تلاطم و غیرقابل اطمینان حاکی از این تغییرات را دارد. سازمان ها در جهت کسب موفقیت در میدان رقابت باید از نوعی برنامه ریزی آینده نگر و محیط گرا بهره گیرند؛ به طوری که ضمن شناسایی عوامل و تحولات محیطی در یک افق زمانی بلند مدت، تاثیر آن ها بر سازمان و نحوه تعامل سازمان با آن ها را مشخص کند (اکبری، ۱۳۹۲). ورزش نیز در کشور ایران در حال تحول و رو به توسعه است و بر حسب ماهیت خاص آن بویژه در حوزه اقتصادی، می تواند زمینه های مناسبی جهت فعالیت های کارآفرینانه^۱ را فراهم سازد. بنابراین از آنجایی که تربیت بدنی و ورزش به عنوان عرصه های گسترده در جامعه، توانایی ایجاد فرصت های شغلی بسیاری را دارد، در صورت وجود شرایط مناسب، زمینه های جدیدی را جهت فعالیت کارآفرینان نوآور و خلاق در سطح سازمان ارائه می نماید (فروغی پور، ۱۳۸۹).

در عصر حاضر از کارآفرینی به عنوان متغیری با نقش کلیدی در اقتصاد یاد می شود. تجربه های آموزش کارآفرینی در اکثر کشورها نشان می دهد با آموزش می توان کارآفرین تربیت کرد. توجه به این نکته ضروری است که به صرف گذراندن دوره های آموزش کارآفرینی، فرد کارآفرین نخواهد شد، بلکه باید نگرش مثبتی به کسب و کار نیز داشته باشد (سمیعی، آرین فر و خسروی زاده، ۱۳۹۶). از این رو، نقش دستگاه های فرهنگی در مرحله اول، شناخت شرایط و زیرساخت های لازم برای ورود ورزش به عرصه اشتغال زایی و کارآفرینی و سپس برنامه ریزی و هماهنگی با سایر بخش های جامعه برای فراهم آوردن این شرایط است. این امر نیازمند آن است تا کلیه چالش ها اعم از موانع، مشکلات و مزیت های راهبردی^۲ (نقاط قوت و فرصت های احتمالی) موجود در کارآفرینی و اشتغال در حوزه ورزش با رویکردی جامع مورد بررسی قرار گیرد تا بتواند در کلیه ابعاد از جمله ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تغییر جهت دهد و همسو با شرایط محیطی، فعالیت های نوینی را آغاز نماید. بنابراین می توان با انجام اثربخش تر و کارآمدتر فعالیت های مرتبط با کارآفرینی در حوزه ورزش، به نتایج ارزشمندی دست یافت. کارآفرینی نیز همانند سایر واژه های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین می باشد که بتوان تعریف یا تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه نمود. کوک^۳ معتقد است واژه کارآفرین در بردارنده معنای

1. Entrepreneurship Activities
2. Strategic
3. Cook

"موفقیت" است، ولی از همه مهمتر کارآفرین به افراد با اراده‌ای اطلاق می‌شود که اراده، خلاقیت، پایداری و موفقیت اجتناب‌ناپذیرشان، آنها را به رهبران و قهرمانان روز تبدیل می‌کند (زاللی و رضوی، ۱۳۸۷). کارآفرینی، فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی^۱ یا ایجاد تقاضای جدید می‌شود و می‌توان آن را فرآیند ایجاد ثروت دانست (شریفیان، ۱۳۸۷). کارآفرینی، شیوه برانگیختن و سپس بهره‌گیری از افراد در درون یک سازمان می‌باشد؛ شیوه‌ای که افراد فکر می‌کنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند. از طریق توسعه روحیه کارآفرینی در درون سازمان‌ها می‌توان بر موانع موجود بر سر راه انعطاف‌پذیری، رشد و نوآوری فائق آمد. لذا پرورش افراد کارآفرین در درون سازمان، مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب و ترویج روحیه کارآفرینی است (زارع، ۱۳۸۵). جارشلوم^۲ (۲۰۱۷) موضوع کارآفرینی اجتماعی را به عنوان جدیدترین نوآوری در خلق کارآفرینی معرفی می‌کند و از آن به عنوان یک شکل سازمانی جدید یاد می‌کند که به دنبال انعکاس زمان تغییر اجتماعی یک سازمان است.

امروزه بسیاری از رشته‌ها و حوزه‌ها به لزوم کارآفرینی پی برده‌اند. این تغییر گرایش در استراتژی حوزه‌ها در پاسخ به سه نیازی است که بر سازمان‌ها تحمیل گردیده است: (۱) افزایش سریع رقبای جدید؛ (۲) ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمان‌ها؛ (۳) خروج بهترین نیروهای کار از سازمان‌ها و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل (کردنائیچ، ۱۳۹۳). تامپسون^۳ (۲۰۰۰) کارآفرینی را فرآیندی می‌داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷).

از طرفی با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با حوزه‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح کرد. دستاوردها و فرصت‌های شغلی در بخش عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد. به عبارت دیگر، افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است (رضازاده و همکاران، ۱۳۸۹). ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌نماید. پس برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش باید عوامل زمینه‌ای و ساختاری موثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف‌هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی

1. Satisfaction

2. Bjärsholm

3. Thompson

ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه های موثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه ریزی کرد (یدالهی فارسی، ۱۳۹۰). برخی نیز به توسعه گردشگری ورزشی به عنوان یکی از زیربناهای ایجاد کارآفرینی اشاره داشته اند (احمدی، رمضان نژاد و برومند؛ ۱۳۹۶). همچنین سمیعی، آریین فر و خسروی زاده (۱۳۹۶) در بررسی رتبه بندی مولفه های توسعه آموزش کارآفرینی و گرایش به کسب و کار الکترونیک در هنرجویان تربیت بدنی بیان داشتند که توسعه روش شناسی آموزش کارآفرینی، برنامه ریزی آموزش کارآفرینی، محتوای آموزش کارآفرینی، پژوهش درباره آموزش کارآفرینی، توسعه حرفه ای برای آموزش کارآفرینی، دست اندرکاران آموزش کارآفرینی، ترویج فرهنگ کارآفرینی و ظرفیت سازی و توسعه نهادی برای آموزش کارآفرینی و کسب و کار الکترونیک از عوامل تاثیر گزار بر گرایش به کسب و کار الکترونیک بود.

در این راستا نتایج تحقیقات انجام شده، توانسته کمک هرچند ناچیزی را در جهت شناسایی فرصت های توسعه و پیشرفت کارآفرینی فراهم کند؛ به طوری که هم و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در بررسی توسعه ورزش از طریق کار آفرینی به این نتیجه دست یافتند که بیان فرآیندهای کارآفرینی، آموزش های راهبری، تعاملات کنترل شده و جنبه های اجتماعی، از جمله عوامل موثر بر توسعه ورزش از طریق ایجاد کارآفرینی هستند. فریریا، راتن و دانا^۲ (۲۰۱۷) نیز در بررسی کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر دانش در حوزه ورزش بیان داشتند که درک سازمان ها از موضوع کارآفرینی تفاوت هایی دارد. از این رو، اگر بتوان به مفهومی راهبردی مبتنی بر دانش، اطلاعاتی را به افراد منتقل کرد می توان زمینه خلق کارآفرینی را ایجاد کرد. همچنین، مهري شندي (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "تبیین و تحلیل موانع موثر بر کار آفرینی در ورزش" به این نتیجه رسید که هفت مانع موثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش به ترتیب اولویت عبارت اند از: موانع خانوادگی، موانع شخصیتی، موانع پرورشی، موانع علمی - تخصصی، موانع مالی، موانع فرهنگی - اجتماعی و موانع قانونی. میزراسمیت و والز^۳ (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود با عنوان "گرایش کار آفرینانه و عملکرد شرکت های جوان: نقش مدیریت منابع انسانی" نشان دادند که ارتباط معناداری بین گرایش کار آفرینانه و پیشرفت عملکرد شرکت وجود ندارد. در همین زمینه، عزیززی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان "الگوی عوامل فردی و اجتماعی موثر بر تشخیص فرصت های کارآفرینانه" به این نتایج رسیدند که خلاقیت، خود

¹. Hem et al

² João J. Ferreira, Vanessa Ratten & Léo-Paul Dana

³. Missersmith & Valz

کارآمدی، پیوندهای ضعیف اجتماعی و هوشیاری کارآفرینانه تاثیر مثبتی بر تشخیص فرصت دارند، اما تاثیر عواملی مانند دانش پیشین، پیوندهای قوی و کمک مربیان بر تشخیص فرصت تایید نشد. راتن^۱ (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان "ورزش مبنی بر کارآفرینی: به سوی نظریه جدید کارآفرینی و مدیریت ورزشی" که با هدف گسترش و پیشرفت مفهوم تئوری کارآفرینی در مدیریت ورزشی انجام شد، به بررسی ارتباط بین کارآفرینی و ورزش پرداخت و استدلال کرد که نیاز به ادغام بیشتری بین دو رشته مطالعاتی و تئوری کارآفرینی سنتی است. در انتها نیز کارآفرینی ورزشی را به عنوان وسیله ای برای رشد و پیشرفت سازمان های ورزشی پیشنهاد کرد و به این نتیجه رسید که انواع مختلف کارآفرینی مانند کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی بین المللی بر ورزش اثر گذار هستند. همچنین، برگ و همکاران^۲ (۲۰۱۴) با بررسی نقش کارآفرینی ناگزیر و فرصت طلب بر پیشرفت اقتصادی، این گونه نتیجه گیری نمودند که کشورهای در حال توسعه نیاز به تقویت شرایط برای توسعه کیفیت محیط کارآفرینی برای شرکت های اصلی ایجاد شده، شامل قوانین و مقررات، انعطاف پذیری بازار کار، زیرساخت ها، کارآیی بازار مالی و مهارت های مدیریت، دارند. بیشتر این شرایط برای جذب سرمایه مستقیم خارجی که استخدام، انتقال تکنولوژی، صادرات و درآمدهای مالیاتی را فراهم می کنند، ضرورت دارد. کشورهای در حال توسعه نیز باید بر روی استحکام و پایداری بخش کارآفرینی متمرکز شوند که کاهش مسئولیت نظارت و وجود تعهد قوی به آموزش در دو سطح متوسطه و دانشگاهی در این کشورها نیز ضروری است. اقتصادهای کارآفرینانه هم نیاز به تقویت انتقال تکنولوژی، در دسترس قرار دادن بودجه اولیه، حمایت از فعالیت های کارآفرینانه در دولت، سطوح حقوقی و آموزشی مشترک به خصوص در دانشگاه دارند. در ادامه، به بیان یک چشم انداز کارآفرینی استراتژیک که در آن، ثروت و ارزش از طریق تلفیق اطلاعات این دو حوزه ایجاد می شود پرداخته می شود تا به نقش هرچه ملموس تر کارآفرینی متمرکز گردد.



شکل ۱: چشم انداز کارآفرینی استراتژیک (آنون^۳، ۲۰۰۶)

4. Rotten
2. Berg et all
3. Anon

با عنایت به توضیحات فوق، کارآفرینی در ورزش را می توان فرآیند استفاده از فرصت های موجود در ورزش دانست؛ فرصت هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند. لذا ایجاد شغل های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی و تبدیل کمبودها به فرصت هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی^۱ می توان به آنها پرداخت- هرچند ورزش پدیده ای شناخته شده است و در صورت شناسایی، می توان از آنها به عنوان راه هایی به منظور کارآفرینی در ورزش استفاده کرد (فروغی پور، ۱۳۸۹). با این اوصاف، شناخت زمینه های کارآفرینی در ورزش کشور می تواند فرصت های جدیدی را به کارآفرینان جامعه معرفی کند تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی- اجتماعی بهره گیرند. به عبارتی، کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش موثر در توسعه کسب و کار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می تواند نقش بسیار مهم و برجسته ای در توسعه کشور داشته باشد. با توجه به اهمیت موضوع، لزوم شناسایی موانع پیش روی توسعه کارآفرینی از طریق ورزش باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. آنچه که به واقعیت در ایران نزدیک می نماید این است که به دلیل دولت مداری ورزش، حرکت های اقتصادی در ورزش کشور وجود نداشته و یا تمایلی برای سرمایه گذاری در آن نیست و اگر حرکتی جدی شکل گرفته، بر اساس اجبار و از سوی فدراسیون های بین المللی بوده و فدراسیون های ورزشی ایران برای ادامه فعالیت به آن شرایط تن در داده اند.

پژوهش حاضر به دنبال آن است که این موانع را در استان همدان که روزی زادگاه مشاهیر و محل رشد ورزشکاران بنامی بوده و از حیث جایگاه ورزش هنوز نتوانسته علیرغم پتانسیل بالا در ورزش و توریسم ورزشی، موقعیت مناسبی را به دست آورد و از آنجا که دیدگاه مدیران و کارآفرینان ورزشی در تبیین موانع کارآفرینی ورزشی از اهمیت بالایی برخوردار می باشد، مورد شناسایی قرار گیرد. در این راستا ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و سایر فعالیت های ورزشی استان همدان، ایجاب می نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. بر مبنای چنین برنامه جامع و استراتژیک، ورزش استان خواهد توانست بدون تاثیرپذیری از شرایط محیطی حرکت توأم با موفقیت خود را استمرار بخشد. بر این اساس، در این تحقیق با مطالعات دقیق و با رویکردی جامع و مبتنی بر متدولوژی های علمی، محقق به دنبال بررسی نقش ورزش در توسعه کارآفرینی و اشتغال استان همدان است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از حیث گردآوری داده ها، توصیفی-پیمایشی از نوع مقطعی بوده که در آن به تدوین الگوی ساختاری توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان پرداخته شده است. این پژوهش بنا به مدل جامع کارآفرینی (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۷۶) تمام مفاهیم، رویدادها و پدیده‌های سازمانی و اجتماعی (مانند کارآفرینی) را در قالب نظریه سه شاخگی ساختار، رفتار و محیط، مورد بررسی، مطالعه تجزیه و تحلیل قرار داده‌است. "مدل سه شاخگی"، مدلی نظام‌مند و جامع است که کلیه عوامل موثر در شکل‌گیری یک پدیده را تبیین می‌کند- این مدل، مدل مفهومی تحقیق حاضر را تشکیل می‌دهد. با توجه به ماهیت اجرایی کار، جامعه آماری تحقیق را کلیه مدیران، ورزشکاران و کارآفرینان ورزشی و همچنین صاحب‌نظران حوزه گردشگری استان همدان تشکیل دادند. این افراد بنا به مراجعات حضوری (افرادى که به صورت فعال با حوزه های گردشگری، دانشگاهی و کسب و کار ورزشی در ارتباط هستند) برآورد تقریبی شدند و نمونه‌ها بر اساس تعیین حجم نمونه مورگان- که تعداد آنها ۹۹ نفر بود- به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای از تمامی حوزه‌های مذکور انتخاب شدند.

در این تحقیق، با توجه به جدید بودن و نبود پیشینه کافی در ارزیابی دیدگاه مدیران و کارآفرینان، از پرسشنامه برگرفته شده از منابع تحقیقات پیشین (رضایی، ۱۳۹۱ و صادقی ۱۳۹۳) بهره گرفته شد که محقق بر اساس رویکرد دلفای و مطابق با مدل سه شاخگی میرزایی اهرنجانی به تدوین سوالات تحقیق پرداخت. در ادامه ضمن بررسی روایی و پایایی پرسشنامه، تناقضات و اشکالات آن اصلاح شد و با استفاده از مطالعه مقدماتی در بین ۲۵ نمونه، پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/89$) به دست آمد. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از روش‌های زیر استفاده گردید:

۱. بررسی اسناد و مدارک موجود مربوط به سوابق و فعالیت‌های گذشته و جاری ورزش، قوانین و مصوبات بالا دستی و سایر اطلاعات مورد نیاز؛
۲. بررسی مطالعات و برنامه‌های تدوین شده سازمان‌های ورزشی که کل یا بخشی از برنامه‌های تدوین شده خود را بصورت کلی منتشر کرده بودند؛
۳. طرح یافته‌های استخراج شده از تحلیل محتوای اسناد و برنامه‌های کشور‌های منتخب در شورای نخبگان و گروه کانونی؛

۴. نظر سنجی از نمونه آماری در زمینه کارآفرینی ورزش استان با استفاده از پرسشنامه ها و فرم های شناسایی و تعیین موضوعات مندرج.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

در نهایت به منظور توصیف اطلاعات، از آمار توصیفی و به منظور اکتشاف عوامل مورد بررسی (موانع) از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و برای آزمون فرضیه هایی که توزیع آنها نرمال بوده است، طبق نتایج آزمون کالموگروف اسمیرنوف از آزمون پارامتریک تی مستقل و برای آزمون فرضیه هایی که منحنی توزیع آنها نرمال نبوده است، از آزمون غیرپارامتریک فریدمن جهت اولویت بندی مولفه ها استفاده شد. کفایت تعداد نمونه ها نیز بر حسب آزمون KMO₁ مشخص گردید.

یافته های پژوهش

بررسی مشخصات جمعیت شناختی آزمودنی های تحقیق، در جدول ۱ به تفکیک موارد مورد بررسی ارائه شده است.

جدول ۱: مشخصات جمعیت شناختی نمونه های پژوهش

متغیر	وضعیت	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	٪۶۹
	زن	٪۳۱
سن	کمتر از ۳۰ سال	٪۱۵
	۳۱ تا ۴۰ سال	٪۲۷
	۴۱ تا ۵۰ سال	٪۳۳
	۵۱ تا ۶۰ سال	٪۲۰
	۶۰ سال به بالا	٪۴
تحصیلات	دیپلم و فوق دیپلم	٪۱۶
	کارشناسی	٪۴۷
	کارشناسی ارشد	٪۳۲
	دکتری	٪۴
سابقه فعالیت ورزشی	زیر ۱۰ سال	٪۳۴
	۱۰ الی ۲۰ سال	٪۳۹

و اجرایی	۳۰ سال به بالا	٪ ۲۶
گروه	مدیران	٪ ۴۴/۵
	کارآفرینان	٪ ۵۵/۵

به منظور بررسی نگرش آزمودنی ها نسبت به متغیرهای موانع توسعه کارآفرینی در ورزش متغیرهای اصلی در این بخش، در سه محور عمده و اصلی موانع محیطی توسعه کارآفرینی در ورزش، موانع رفتاری و موانع ساختاری متمرکز گردیده است.

همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق، در توصیف هر یک از متغیرهای فوق از دیدگاه آزمودنی ها، شاخص های آماری میانگین و انحراف استاندارد موانع محیطی توسعه کارآفرینی در ورزش نشان داد که از میان سوالات مربوط به خرده مقیاس موانع محیطی توسعه کارآفرینی در ورزش، سوال فعال نبودن شورای شهر و شهرداری ها در زمینه کارآفرینی و ایجاد کسب و کار ورزشی بیشترین (۴/۳۱) و سوال امنیت سرمایه گذاری بخش خصوصی کمترین (۳/۳۶) مقدار میانگین را دارا هستند. در عامل دوم، موانع ساختاری توسعه کارآفرینی در ورزش، سوال عدم مشوق های لازم برای کارآفرینی دارای بیشترین (۴/۱۳) و سوال نبود قوانین کافی در ورزش کشور برای مدیریت بخش خصوصی کمترین (۳/۰۸) مقدار میانگین را دارا بودند. در عامل موانع رفتاری توسعه کارآفرینی در ورزش، سوال تمایل افراد به دریافت حقوق ثابت و مستمر (یا کسب سودهای بزرگ و کوتاه) به جای ورود به فعالیت های تجاری (یا رشد سودهای کوچک مستمر) بیشترین (۴/۱۷) و سوال مسئولیت پذیر نبودن و انجام کار واگذار شده بصورت غیر شخصی (گروهی) کمترین (۳/ ۵۱) مقدار میانگین را دارا بودند.

با توجه به یافته های تحقیق، به منظور اولویت بندی جایگاه هر کدام از عوامل کارآفرینی، نتایج آزمون فریدمن ارایه می شود (جدول ۲).

جدول ۲: نتایج آزمون فریدمن در زمینه اولویت بندی عوامل کارآفرینی

ردیف	عوامل	میانگین رتبه	تعداد	خی - دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱	محیطی	۱/۹۷	۹۹	۷/۰۵۱	۲	۰/۰۰۱
۲	ساختاری	۲/۲				
۳	رفتاری	۱/۸۳				

$P < 0/05$

همان طور که در جدول فوق مشاهده می شود، اولویت بندی مولفه های مورد بررسی در سطح $P < 0/05$ معنادار است و بنا به اولویت بندی عوامل، پایین ترین میانگین رتبه به ترتیب مربوط به عامل رفتاری

(۱/۸۳) و عامل محیطی (۱/۹۷) و بیشترین میانگین رتبه مربوط به عامل ساختاری (۲/۲) می باشد. در ادامه اولویت بندی شاخص های ارزیابی بسترهای توسعه کارآفرینی از دیدگاه آزمودنی ها ارائه می گردد.

جدول ۳: اولویت بندی گویه های بسترهای توسعه کارآفرینی

میانگین و انحراف معیار	گویه	ردیف	بسترهای مورد بررسی
۳/۸۸ ± ۰/۹۸	تبلیغات از طریق رسانه (صدا و سیما، روزنامه و مجلات عمومی یا ورزشی)	۱	حوزه تبلیغات
۳/۵۶ ± ۱/۰۱	استفاده از نام و مشخصات ورزشکاران معروف برای تبلیغ کالاها	۲	
۳/۶۷ ± ۱/۱۷	تبلیغات از طریق بیلبوردها در سالن های ورزشی یا استادیوم های فوتبال	۳	
۳/۸ ± ۱/۳	ساخت استخر مخصوص کودکان با نقاشی و منطقه شن بازی	۴	حوزه ساخت و تولید وسایل و تجهیزات ورزشی
۳/۶ ± ۱/۴۶	تاسیس زمین های بازی کوچک در محله ها برای فعالیت	۵	
۴/۰۹ ± ۰/۷۸	تاسیس باشگاه های رشته های مختلف ورزشی	۶	
۳/۹۵ ± ۰/۹	ساخت کف پوش های جدید برای سالن های ورزشی و پیست های دو میدانی و چمن مصنوعی برای استادیوم های فوتبال	۷	
۳/۵۶ ± ۱/۲۷	ساخت وسایل مخصوص رشته های ورزشی مثل اسکیت، سوارکاری و کوهنوردی	۸	
۳/۱۷ ± ۱/۰۹	ساخت انواع توپ و تور و دروازه	۹	
۳/۲ ± ۱/۱	ساخت وزنه، دمبل، هالتر، بازوبند و کمربند شن و انواع ماشین بدن سازی و دوچرخه ورزشی	۱۰	
۳/۳۲ ± ۱/۱۷	تاسیس باشگاه کاردرمانی، کلینیک های حرکات اصلاحی و پایگاه سنجش استعداد ورزشی	۱۱	
۳/۸۸ ± ۱/۱	احداث سالن های ورزشی (چند منظوره - چادری)	۱۲	
۴/۳ ± ۰/۷	مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی	۱۳	
۳/۲۹ ± ۱/۰۷	برنامه ریزی برای فعالیت های ورزشی خوابگاه های دانشجویی و دانشجویان	۱۴	
۲/۹ ± ۱/۰۹	مشاوره درباره ساخت تاسیسات و اماکن ورزشی	۱۵	
۳/۵۶ ± ۱/۲۷	مدیریت باشگاه های ورزشی (خصوصی - دولتی و تربیت بدنی)	۱۶	
۳/۰۶ ± ۱/۴	اداره اردوهای ورزشی	۱۷	
۳/۴۱ ± ۱/۱۴	فعالیت های اقتصادی جنبی در کنار اماکن	۱۸	
۴/۱۲ ± ۰/۸۷	آموزش رشته های مختلف ورزشی	۱۹	آموزشی و پژوهشی
۳/۷۸ ± ۱/۰۶	چاپ کتب، نشریات و مقالات علمی - ورزشی	۲۰	
۳/۷۳ ± ۱/۰۹	اجرای طرح های پژوهشی ورزشی	۲۱	
۳/۶۵ ± ۱/۲۱	تاسیس رشته مهندسی اماکن ورزشی	۲۲	
۳/۵۶ ± ۱/۳۲	برگزاری سمینارها و همایش های ورزشی	۲۳	
۳/۴۹ ± ۱/۱۵	تهیه و فروش فیلم های رشته های ورزشی مختلف	۲۴	

۳/۴۴ ± ۱/۲۷	تاسیس آموزشگاه آزاد علمی برای آماده سازی داوطلبان شرکت در آزمون های دوره های کارشناسی ارشد و دکتری و دوره های مقطعی آموزشی در ورزش	۲۵	حوزه امور فرهنگی ورزشی
۳/۳ ± ۱/۱۸	آموزش داوری در رشته های پر مخاطب	۲۶	
۳/۹۸ ± ۱/۰۱	تدوین برنامه های تغذیه ورزشی و فروش مواد غذایی و مکمل های مجاز برای متقاضیان	۲۷	
۳/۷۷ ± ۱/۱۳	برگزاری جلسات فرهنگی ورزشی و چاپ بولتن های فرهنگی ورزشی	۲۸	
۳/۷۴ ± ۱/۳۱	معرفی پیشکسوتان ورزش با تاریخچه زندگی آنها و معرفی قهرمانان ملی ورزشی به صورت کتابچه	۲۹	
۳/۵۹ ± ۱/۴۴	چاپ پوسترهای ورزشی	۳۰	
۴/۳۳ ± ۰/۷۶	اعطای وام به جوانان دارای طرح های اشتغالزایی ورزشی	۳۱	
۳/۴۷ ± ۱/۰۹	آموزش ویژه افراد خاص (معلولان)	۳۲	
۳/۸۹ ± ۱/۰۱	عکاسی ورزشی و روزنامه نگاری ورزشی	۳۳	حوزه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای
۳/۶۷ ± ۱/۱۶	دریافت نگرش و نقطه نظرات مردم نسبت به ورزش و محصولات ورزشی	۳۴	
۳/۸۷ ± ۱/۱۸	تاسیس ایستگاه های متنوع برای ورزش های همگانی و جاده های تندرستی	۳۵	
۴/۰۱ ± ۱/۱۲	برگزاری مسابقات ورزشی قهرمانی	۳۶	
۴/۱۴ ± ۱/۰۱	پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش های حرفه ای و قهرمانی	۳۷	
۳/۵۶ ± ۱/۲۷	پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش های همگانی	۳۸	
۳/۹۵ ± ۱/۰۱	تربیت مربی بدن سازی، تمرین دهنده و روانشناس تیم	۳۹	
۳/۷۷ ± ۱/۲۷	تهیه پوشاک ورزشی برای ورزشکاران رشته های مختلف ورزشی	۴۰	
۳/۲۶ ± ۱/۰۶	ارائه خدمات از طریق آزمایشگاه های فیزیولوژی ورزشی، بیومکانیک ورزشی و یادگیری حرکتی	۴۱	حوزه خدمات ورزشی
۳/۷۹ ± ۱/۱۲	ایجاد بیمه های ورزشی	۴۲	
۳/۲۴ ± ۱/۳۲	ایجاد واحدهای خدماتی و انجمن های علمی-خدماتی	۴۳	
۳/۸۹ ± ۰/۹۸	ورود بخش خصوصی در ورزش	۴۴	
۳/۹۸ ± ۱/۰۳	توریسم ورزشی و ایجاد اماکن توریستی ورزشی	۴۵	
۳/۵۶ ± ۱/۲۷	تاسیس نمایندگی فروش تجهیزات و شبکه توزیع محصولات ورزشی	۴۶	
۳/۶۵ ± ۱/۱۲	شرکت در کلاس های آموزشی نرم افزارهای Office (مانند Word، Excel و ...)، یا آشنایی با چگونگی تدوین فیلم ها، لوح ها و کلیپ های آموزشی و آلبوم های عکس های ورزشی به وسیله نرم افزارهایی مثل Ulead، Premier، MMB و ...	۴۷	ادربخش
۳/۵۴ ± ۱/۱۴	فراگیری مهارت های پایه کار با رایانه (نگهداری، نحوه راه اندازی و مهارت های کاربردی دیگر)	۴۸	

۳/۴۶ ± ۱/۲۷	آموزش نحوه کار با نرم افزارهای آماری همانند Spss، یا نرم افزارهای گرافیکی همانند Photoshop برای تهیه و تنظیم عکس رشته ها و رویدادهای مختلف ورزشی و طراحی پوسترهای ورزشی	۴۹
۳/۴ ± ۱/۴۷	شرکت در کارگاه های Search و آشنایی با پایگاه ها و سایت های علمی معتبر ورزشی	۵۰
۳/۸۸ ± ۱/۰۱	تاسیس سایت های اینترنتی ورزشی	۵۱
۳/۷۹ ± ۰/۹۲	تاسیس پایگاه اطلاعاتی جامع در ورزش استان	۵۲

در جدول ۳، مهمترین گویه های مربوط به هر یک از بسترهای توسعه کارآفرینی ارائه شده است. در حوزه تبلیغات گویه تبلیغات از طریق رسانه (صدا و سیما، روزنامه و مجلات عمومی یا ورزشی) با میانگین ۳/۸۸، در حوزه ساخت و تولید وسایل و تجهیزات ورزشی گویه "تاسیس باشگاه های رشته های مختلف ورزشی" با میانگین ۴/۰۹، در حوزه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی گویه "مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی" با میانگین ۴/۳، در حوزه امور آموزشی و پژوهشی گویه "آموزش رشته های مختلف ورزشی" با میانگین ۴/۱۲، در حوزه امور فرهنگی ورزشی گویه "اعطای وام به جوانان دارای طرح های اشتغال زایی ورزشی" با میانگین ۴/۳۳، در حوزه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای گویه "پرورش و تربیت مربیان ورزشی برای ورزش های حرفه ای و قهرمانی" با میانگین ۴/۱۴، در حوزه خدمات ورزشی گویه "توریسم ورزشی و ایجاد اماکن توریستی ورزشی" با میانگین ۳/۹۸ و در حوزه تکنولوژی اطلاعات (IT) گویه "تاسیس سایت های اینترنتی ورزشی" با میانگین ۳/۸۸ از جمله مهمترین موارد محسوب می شوند.

همچنین، در بررسی وضعیت مفهوم موانع توسعه کارآفرینی در ورزش، به تعیین اهمیت عامل با توجه به شاخص فرضی پرداخته می شود.

جدول ۴: وضعیت عوامل سه گانه مدل سه شاخگی کارآفرینی

ردیف	مفهوم	میانگین فرضی	میانگین و انحراف استاندارد مشاهده شده	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	عامل محیطی	۳	۳/۸۶ ± ۰/۴۳	۱۹/۸۴	۹۸	۰/۰۰۱
۲	عامل ساختاری	۳	۳/۹۴ ± ۰/۴۴	۲۰/۷۹	۹۸	۰/۰۰۱
۳	عامل رفتاری	۳	۳/۸ ± ۰/۴۷	۱۶/۹۳	۹۸	۰/۰۰۱

P<0/005

با توجه به نتایج جدول ۴، مشخص گردید که تفاوت معنی داری بین میانگین های فرضی و مشاهده شده در عوامل سه گانه ($P < 0/05$) وجود دارد. از این رو، با توجه به میانگین به دست آمده برای هر یک از موانع می توان بیان داشت که عوامل مورد بررسی از اهمیت نسبتاً قابل قبولی برخوردار می باشند. در این راستا نتایج آزمون تی تک نمونه ای با توجه به موانع مورد بررسی حکایت از وضعیت ضعیف موانع دارد.

بحث و نتیجه گیری

ورود ورزش به عرصه کارآفرینی و اشتغال و سایر فعالیت های ورزشی استان همدان، ایجاب می نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. بر مبنای چنین برنامه جامع و استراتژیک، ورزش استان خواهد توانست بدون تاثیرپذیری از شرایط محیطی، حرکت توأم با موفقیت خود را استمرار بخشد. در این تحقیق سعی شد تا دیدگاه خبرگان حاضر در بخش کارآفرین و ورزش استان همدان در زمینه موانع توسعه کارآفرینی از طریق ورزش بررسی گردد و با مقایسه آن با نتایج سایر تحقیقات و اصول نظری کارآفرینی به راهکارهای اساسی و عملی دست یافت. همچنین، با شناسایی موانعی که بیشترین تاثیرات را بر فرآیند کارآفرینی دارند، نسبت به رفع آنان اقدام نمود تا با بررسی و تشخیص بسترهای توسعه کارآفرینی و نیز مطابق اولویت آنها، کارآفرینی و کسب و کار ورزشی را در استان رونق داد. در تاکید این موضوع، مندعلی زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود بیان داشت که ارزش های حاکم بر جامعه نسبت به ورزش، قوانین و مقررات و عوامل شناختی نتوانسته است توسعه کسب و کارهای ورزشی را تحت تاثیر قرار می دهد. این ممکن است به دلیل وجود خلاء قانونی، عدم حمایت قانون از کسب و کارهای ورزشی مورد انتظار کارآفرینان ورزشی، ارزش های مادی حاکم بر جامعه و کارآمد نبودن عوامل شناختی باشد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که معرفی زمینه مدیریت اماکن و برنامه ریزی ورزشی به عنوان یکی از بسترهای توسعه کارآفرینی به عنوان اولویت نخست از سوی دست اندرکاران ورزش استان نشان از اهمیت بالایی آن دارد. سال ها مدیریت تربیت بدنی و ورزش کشور توسط افراد غیر متخصص اداره و رهبری شده است. در سال های اخیر، به تدریج حضور برخی متخصصان در این عرصه، امیدهایی را ایجاد کرده، اما تا رسیدن به حد مطلوب راه زیادی در پیش است. طبق نتایج به دست آمده از تحقیق، این حوزه قابلیت این را دارد که جایگاه رفیعی در توسعه استان داشته باشد و به لحاظ کارآفرینی و اشتغال زایی در ورزش نقش مهمی ایفا کند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹) و هم و همکاران (۲۰۱۷) و تحقیقات زیر مطابقت دارد. آلدریچ و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی به بررسی کارآفرینی در زمینه رویدادهای

بزرگ ورزشی پرداختند و دریافتند که ورزش به طور ذاتی کارآفرین است. غلامی (۱۳۸۷) در زمینه نحوه عملکرد مدیریت و اشتغال زایی پژوهشی انجام داد. او بیان کرد که سازمان های تولید و فروش در بنگاه اقتصادی عامل کارآفرینی و ایجاد اشتغال هستند که در زمره هدف های مدیران قرار دارند. یافته های تحقیق، رابطه ای خطی را بین این دو عامل نشان داد؛ بدین معنی که هرچه دانش مدیریت و متخصصان در آن بنگاه اقتصادی بیشتر بکار گرفته شوند، کارآفرینی و اشتغال زایی نیروی انسانی افزایش می یابد.

همچنین احمدی، رضانی نژاد و برومند (۱۳۹۶) بیان داشتند که توجه به گردشگری می تواند به عنوان یکی از مولفه های تاثیر گذار بر توسعه کاترآفرینی مورد توجه قرار گیرد. صادقی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی اعلام کردند که انتخاب صحیح مدیران و بهبود پرورش مدیریت های کارآفرین می تواند با خلق راه های جدید و ابتکار عمل اقدام به کارآفرینی کند و بر مشکلات اقتصادی و فرهنگی جامعه فائق آید. او اظهار داشت کارآفرینان می توانند فرصت های محیطی را شناسایی، منابع مورد نیاز را تعیین و کار را رهبری کنند. ورزش و سازمان های ورزشی نیاز روز افزونی به ارتقای سطح مدیریت و اجرای طرح های مدیریتی دارند. اعلام این اولویت برای کارآفرینان در ورزش نشان از آن دارد که به کارگیری طرح های مدیریتی در ارتقای سطح مدیریت سازمان ها و موسسات ورزشی کشور موثر است و همزمان سبب کارآفرینی و اشتغال زایی بیشتری در این عرصه می شود. یکی از مهم ترین موانع در زمینه مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی، کمبود استفاده مناسب و درست از افراد متخصص در این زمینه بوده که با توجه به ایجاد رشته مدیریت اماکن ورزشی در دانشگاه های کشور و در صورت آموزش مناسب این افراد چه در زمینه نظری و چه به لحاظ عملی و کاربردی می توان امیدوار بود که در آینده ای نزدیک کمتر شاهد وجود مشکلات در زمینه مدیریت اماکن ورزشی باشیم و این افراد بتوانند گام موثری در مسیر رفع مسائل و مشکلات موجود بردارند.

همچنین، نتایج این تحقیق نشان داد که مدیران و کارآفرینان بیان نمودند که در حوزه تبلیغات، بسترهایی برای توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان وجود ندارد. امروزه تبلیغات در محیط های ورزشی، بویژه تبلیغات بر روی پیراهن ورزشکاران و اطراف ورزشگاه های فوتبال به عنوان راهکارهایی مناسب برای درآمدزایی فرا روی باشگاه ها و ورزشکاران قرار دارد. این موضوع در پژوهش های بیلی (۲۰۱۲)، جین چن و همکاران (۲۰۰۹) و فروغی پور (۱۳۸۹) مورد تایید قرار گرفته است، اما با نتایج این تحقیق در مورد اولویت زمینه های تبلیغاتی برای کارآفرینی در ورزش مطابقت ندارد. شاید این به دلیل عدم وجود اسپانسرهای قدرتمند در ورزش استان باشد که البته در مصاحبه ای که با چند تن از کارآفرینان ورزشی استان انجام شد، آنها وجود موانع بسیار بر سر راه تبلیغات و تشریفات اداری زیاد را عامل انصراف علاقه مندان به

تبلیغات بیان نموده اند. همچنین، با توجه به این که یکی از مهم ترین دلایل عدم توجه حامیان مالی به ورزش، عدم اطمینان آنها به بازگشت سرمایه می باشد، مسئولان و متولیان امر ورزش در این استان می توانند با بکارگیری راهبردهای مناسب در زمینه حمایت مالی و جلب اعتماد سرمایه گذاران در مورد بازگشت سرمایه و سودآوری، موجب جذب این افراد به ورزش استان شوند. همچنین، استفاده از افراد جوان و فارغ التحصیلان دانشگاهی که با هزینه های پایین تری نسبت به افراد و آژانس های حرفه ای در زمینه طراحی و تبلیغات، حاضر به همکاری هستند می توان فرصت مناسبی را در اختیار آنان قرار داد تا بتوانند کسب درآمد نمایند و در کنار آن به تجارب ارزشمندی نیز دست یابند.

به علاوه، نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بسترهایی برای توسعه کارآفرینی در ورزش در این حوزه وجود دارد که ایجاد شبکه های IT حوزه اطلاع رسانی و فیلم مستند را زمینه مناسبی برای کارآفرینی می داند که با نتایج تحقیقات مندعلیزاده و هنری (۱۳۹۰) و کرد نائیج (۱۳۹۳) مطابقت دارد. طاهری و همکاران (۱۳۹۲) فراهم کردن تسهیلات را در بهره گیری زنان کارآفرین از خدمات اینترنتی و تجارت الکترونیک پیشنهاد کرده اند. مرصعی و تجاری (۱۳۸۵) بر نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشتغال زایی و کارآفرینی تاکید نموده اند که با نتایج این تحقیق در مورد تاسیس پایگاه های اینترنتی تخصصی همخوانی دارد.

با توجه به یافته های تحقیق مبنی بر وجود بسترهای توسعه کارآفرینی در بخش امور آموزشی و پژوهشی، نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات تجاری و خدایاری (۱۳۸۵)، ارتقای کارآفرینی با آموزش، صمد آقایی (۱۳۸۳) آموزش ضمن خدمت، رضازاده و همکاران (۱۳۸۹) افزایش دانش و مهارت، فراهانی (۱۳۸۵) آموزش تخصصی و برگزاری کارگاه ها، شریفیان (۱۳۸۷) و دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۶) آموزش افراد، حیدری نژاد (۱۳۸۷) مربیگری و داوری، کرد نائیج و زالی (۱۳۹۳) آموزش و تربیت مربی، حمایت مشاوره ای آموزشی و برگزاری جشنواره، گلانتون (۲۰۰۱) و چاپ مقالات و انتشار مجلات علمی، خبری و ورزشی، راتن (۲۰۱۵) که حوزه آموزش رشته های مختلف ورزشی را زمینه ای برای توسعه و رشد کارآفرینی دانسته اند، همخوانی دارد.

در زمینه ساخت و تولید تجهیزات ورزشی، نتایج گویای اهمیت بستر ساخت و تولید تجهیزات ورزشی در سال های اخیر بود. گرانی دستگاه ها و لوازم بدنسازی یا وسایل آزمایشگاهی ورزشی خارجی، به انگیزه ای برای تولیدکنندگان داخلی جهت تولید دستگاه ها و وسایل ورزشی بدل شده است. شرایط فعلی، وضعیت مناسبی برای اقدام به کارآفرینی در این حوزه است که نظر آزمودنی های این تحقیق نیز آن را نشان داده است. نتایج برخاسته از این تحقیق با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹) در زمینه ساخت دستگاه های

آزمایشگاهی و لوکاس و کلاین (۲۰۱۳) در بخش ساخت چمن مصنوعی که آن را زمینه ای برای توسعه کارآفرینی در ورزش دانسته اند، مطابقت دارد. یکی از نهادهایی که می تواند در این زمینه تاثیرگذار باشد و با ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی و قرار دادن آنها در پارک ها و سایر اماکن ورزشی، افراد مختلف بویژه قشر ضعیف اجتماع (به لحاظ مالی) را به ورزش کردن علاقه مند سازد، سازمان شهرداری است. همچنین با توجه به پتانسیل بالای برخی از دانشجویان و فارغ التحصیلان رشته علوم ورزشی در طراحی و ساخت ابزار و تجهیزات ورزشی، دادن بودجه مالی مناسب و فرصت کافی به این افراد می تواند موجب کارآفرینی و ایجاد اشتغال برای جوانان این استان گردد.

مطابق نتایج تحقیق حاضر در بخش امور فرهنگی ورزش، بسترهایی برای توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان وجود دارد که با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹)، رضایی (۱۳۹۱) و جارشلوم (۲۰۱۷) که در ادامه به آن اشاره می شود، مطابقت دارد. جارشلوم (۲۰۱۷) کارآفرینی فرهنگی را نمادی از تعاملات بین مصرف کنندگان ورزش و مدیران سازمان های ورزشی معرفی می کند و معتقد است در صورت توجه به موضوعات فرهنگی ورزشی می توان زمینه های جدید از کارآفرینی را ایجاد کرد. راتن (۲۰۱۴) به بررسی زمینه های موجود در گستره امور فرهنگی ورزش پرداخت و پوشش ماهواره ای فعالیت های ورزشی را بررسی کرد. او اظهار داشت که این کار موجب رد و بدل شدن مقادیر زیادی پول می شود و موقعیت های زیادی را نیز برای کارآفرینی ایجاد می کند. گلاتنون (۲۰۱۱) ضمن بررسی انتشار مجلات علمی، خبری ورزشی، این کار را اولویتی برای کارآفرینی برشمرد. پیت کولونیا (۲۰۰۸) عکس برداری و روزنامه نگاری ورزشی را که کاری فرهنگی است، به عنوان اولویتی برای کارآفرینی در ورزش معرفی کرد. یکی از مهم ترین موانع فرهنگی پیش روی توسعه کارآفرینی در ورزش استان همدان، نبود عادت و تمایل مردم برای صرف هزینه در ورزش می باشد که این عدم تمایل موجب از رونق افتادن و کاهش رغبت افراد برای کارآفرینی در ورزش و ایجاد کسب و کار ورزشی است. از آنجا که یکی از نهادهای متولی و تاثیرگذار در فرهنگ سازی در هر جامعه ای، صدا و سیماست که با استفاده از تبلیغ یا دیگر ترفندهای رسانه ای در قالب فیلم، مستند و... می تواند چیزی را به ارزش و یا ضد ارزش مبدل سازد، پیشنهاد می گردد که این سازمان با طرح ریزی و اجرای برنامه های مناسب گروه ها و قشرهای مختلف جامعه با اهداف متفاوت، آنها را به ورزش علاقه مند سازد و برای انجام فعالیت های بدنی و یا کارآفرینی در ورزش به سمت اماکن ورزشی سوق دهد.

همچنین، طبق نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر بسترهای توسعه کارآفرینی در بخش امور مربوط به ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای، در ورزش وجود دارد که با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹) و کرد نائیج (۱۳۹۳) که برگزاری مسابقات و راب سیچ و ترجنسن (۲۰۰۸) در بخش میزبانی جام جهانی که آن را زمینه ای برای توسعه کارآفرینی در ورزش می دانند و ترجنسن (۲۰۰۸) که به اوج رسیدن گسترش در کره را اعلام نمود، مطابقت دارد. با توجه به اهمیت این موضوع می توان اشاره داشت که تعداد افرادی که با هدف حفظ سلامت و نشاط روزمره و رفع کسالت های روحی و جسمی فعالیت های ورزش همگانی را بر می گزینند، هر روز در حال افزایش است. این موضوع در سطح جهان و کشور ما رواج داشته و در این استان نیز در حال یافتن جایگاه خود است. از این رو، این قابلیت را دارد که موقعیت هایی را برای پرداختن به ورزش های همگانی و تاسیس مکان هایی برای عرضه محصولات مورد نیاز ورزشکاران- ضمن رفع نیازهای افراد- و امکان کارآفرینی مهیا کند.

در نهایت، نتایج تحقیق حاضر که مبتنی بر وجود بسترهای کارآفرینی در ورزش در بخش خدمات ورزشی می باشد، با نتایج تحقیقات فروغی پور (۱۳۸۹)، رضایی (۱۳۹۱) و هرینسون و استون (۲۰۰۸) با محوریت تجارت ورزشی، بختیاری و پاسبان (۱۳۸۳) با محوریت فراهم ساختن فرصت های سرمایه گذاری، فراهانی (۱۳۸۵) با موضوع ارائه تسهیلات و امکانات، دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۶) با موضوع دادن یارانه و کرد نائیج (۱۳۹۳) که حمایت مالی را جزو زمینه و بسترهایی برای توسعه کارآفرینی به حساب آورده اند و همچنین هم و همکاران (۲۰۱۷) با رویکرد جامع در مطالعات کارآفرینی ورزشی مطابقت دارد. لذا برخی از زمینه های زیرمجموعه این حوزه عبارت اند از: ارائه خدمات از طریق آزمایشگاه های ورزشی، تدوین برنامه های تغذیه ای و ... باید گفت که به تازگی جوانان به فعالیت های ورزشی آمادگی جسمانی و بدنسازی علاقه مندتر شده اند و برخی افراد سودجو بدون در نظر گرفتن سلامت جوانان، اقدام به تجویز برخی مواد مکمل با تاثیرهای نامعلوم و گاهی مضر می کنند. تحقیق حاضر نشان می دهد که تدوین برنامه های تغذیه ورزشی و فروش مواد مکمل و مجاز از نظر دست اندرکاران ورزش، هم ایجاد اشتغال می کند و هم پاسخگوی نیاز جوانان به گونه ای درست است. در آزمایشگاه های ورزشی می توان امکانات خدماتی متنوعی ارائه کرد. انجام آزمایش ورزشی، تعیین تناسب قد و وزن، تعیین سطح عملکرد قلب و عروق و سطح آمادگی جسمانی افراد از آن جمله است که می تواند موجبات کارآفرینی را در این زمینه فراهم آورد.

پیشنهادها

تعریف چشم انداز کارآفرینی، تصویر آینده نگرانه ای از کسب و کارهای جدید است که کارآفرینان و تمام ذی نفعان را در جهت رسیدن به آینده مطلوب و ممکن به حرکت وادار می‌دارد. بعضی از محققان بیان کرده اند که کارآفرینی نیازی به چشم انداز ندارد یا اگر چشم اندازی وجود داشته باشد، رسمی نیست یا به طور شفاف بیان نشده؛ در حالی که در بیشتر ادبیات مربوط به کارآفرینی، به وجود و اهمیت چشم انداز در زمینه فعالیت مربوط به کارآفرینی تأکید گردیده است. با این حال، بر اساس نتایج تحقیق حاضر که برخاسته از نظرات متخصصان کارآفرینی استان همدان بود و مطابقت آن با نتایج تحقیقات گذشته، نتیجه گیری کلی در قالب ارایه پیشنهادهای کاربردی ارایه می‌شود.



عوامل زمینه ساز اجرای کارآفرینی (هال و سویل، ۲۰۰۶)

برای توسعه کارآفرینی ورزشی در استان همدان پیشنهاد می‌گردد:

۱. ایجاد برنامه‌هایی توسط نهادهای حامی به منظور حمایت مالی از ورزشکاران کارآفرین؛

۲. سازماندهی برنامه های آموزشی در دانشکده های تربیت بدنی برای دانشجویان جهت تشویق آنان به کارآفرینی؛
۳. ارائه دوره های آموزشی به منظور کمک به توسعه فرهنگ و نگرش جامعه نسبت به فعالیت کارآفرینانه ورزشی از طریق دولت در نظام تعلیم و تربیت (آموزش و پرورش، آموزش عالی)؛
۴. حمایت رسانه های گروهی از ورزشکاران کارآفرین و تشویق آنان به فعالیت و مشارکت در ورزش؛
۵. تشویق حامیان مالی به سرمایه گذاری در ورزش استان همدان از طریق دولت با ایجاد مشوق هایی برای حامیان مالی از سوی سازمان ورزش؛
۶. ارتقای امنیت اجتماعی در میان صاحبان کسب و کارهای ورزشی (پوشش بیمه، شکست کسب و کار و بیکاری) با در نظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی به منظور مشارکت افراد ایده آفرین ورزشی در بخش خصوصی از طریق سازمان تأمین اجتماعی؛
۷. ایجاد صنف یا اتحادیه ورزشکاران کارآفرین در راستای حمایت از کسب و کار آنان و ایجاد ارتباط بین آنان با دیگر اصناف و نهادهای قانونی و دولتی با حمایت سازمان های دولتی و نیز غیرانتفاعی استان همدان؛
۸. ایجاد بستر و زمینه هایی برای حضور و مشارکت افراد کارآفرین در ورزش از طریق رایزنی با مراجع دینی و نهادهای مذهبی در راستای کاهش محدودیت های فرهنگی و اجتماعی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- احمدی، فاطمه؛ رضائی نژاد، رحیم و برومند، محمدرضا. (۱۳۹۶). "صنعت EST و نوآوری در کارآفرینی ورزشی". خلاصه مقالات دهمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: نشر پردیس
- اکبری، کرامت‌الله. (۱۳۹۲). توسعه کارآفرینی، رویکرد آموزشی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). "مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه‌گیری کارآفرینی در ورزش «ERI»". فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی. شماره دهم. صفحه ۷۳-۸۸.
- رضایی، فهیمه. (۱۳۹۱). "بررسی موانع ساختاری توسعه کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و کارآفرینان ورزشی استان مازندران". اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور. تهران، دانشگاه تهران.
- رضازاده، حسین؛ ملازاده، ابراهیم و عیوضلو، رضا. (۱۳۸۹). "کارآفرینی سازمانی، مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادات". چالش. سال سوم، شماره ششم.
- زارع، قاسم. (۱۳۸۵). "ارتباط بین عوامل روانشناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور". پایان نامه، تهران، دانشگاه تهران.
- زالی، محمد رضا و رضوی، سیدمصطفی. (۱۳۸۷). "پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران". تهران، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران.
- سمیعی، فرشته؛ آرین فر، حمیدرضا و خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۹۶). "رتبه بندی مولفه های توسعه آموزش کارآفرینی و گرایش به کسب و کار الکترونیک در هنرجویان تربیت بدنی هنرستان های فنی و حرفه ای با استفاده از Topsis فازی". خلاصه مقالات دهمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.
- شریفیان، اسماعیل. (۱۳۸۷). "طراحی الگوی فرایندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی". رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران.

- صادقی، حسین؛ هنری، حبیب و مندعلیزاده، زینب. (۱۳۹۳). "بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور". مدیریت ورزشی. دوره ۶، شماره ۴.
- صمد آقایی، جلیل. (۱۳۸۳). سازمان‌های کارآفرینی. تهران: نشر مرکز آموزش مدیریت دولتی
- طاهری، عصمت السادات؛ یحیی تبار، فاطمه و احمدپور، محسن. (۱۳۹۲). "الگوی از فرصت‌های کارآفرینانه ورزش در استان مازندران". همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور) بابلسر، دانشگاه مازندران.
- عزیززی، شهرام و مومنی، احمد. (۱۳۹۲). "الگوی عوامل فردی و اجتماعی اثرگذار بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی". نشریه توسعه کارآفرینی. دانشگاه تهران، شماره ۲، صص ۲۰۳-۲۰۷.
- غلامی، ناصر. (۱۳۸۷). "مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- فروغی پور، حمید. (۱۳۸۹). "زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راهکار". رساله دکتری، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و پژوهش‌ها.
- کردنائیچ، اسدالله. (۱۳۹۳). "بررسی موانع کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه شرکت صنعت چوب شمال". فصلنامه مدرس علوم انسانی. ویژه نامه مدیریت، دوره سوم، شماره ۴، صفحات ۳۷-۴۵.
- مندعلیزاده، زینب و هنری، حبیب. (۱۳۹۰). "بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش به عنوان حوزه ای میان رشته ای". فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی. دوره دوم، شماره ۲.
- مندعلیزاده، زینب. (۱۳۹۶). "نقش عوامل نهادی در توسعه کسب و کارهای ورزشی". خلاصه مقالات دهمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.
- مرصعی، مهدیار و تجاری، فرشاد. (۱۳۸۵). "بررسی شیوه‌های افزایش کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی". خلاصه مقالات چهارمین همایش علمی دانشجویی تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های سراسر کشور. صفحه ۱۷۱.
- مهری شندی، سعید. (۱۳۹۳). "تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز تهران جنوب.

- یدالهی فارسی، جهانگیر؛ غلامی، ناصر؛ حمیدی، مهرزاد و کنعانی، علی. (۱۳۹۰). "مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور". فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی. شماره ۱۲، صفحات ۱۳-۲۵.
- Aldrich, H., Jones, T., McEvoy, D. (2011). **Ethnic Advantage and Minority Business Development**. in Ward, R. (Eds), *Ethnic Business*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Bailey, R. (2012). **The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism**. Higher Education Academy Network for Hospitality, Leisure, Sport and Tourism.
- Bjärsholm, D. (2017). "Sport and social entrepreneurship: A review of a concept in progress". *Journal of Sport Management*, 31(2), 191-206.
- Berg, S. A., Chyung, S. Y. (2014). "Factors that influence informal learning in the workplace". *Journal of Workplace Learning*, 20 (4), 229 – 244.
- Hemme, F., Morais, D, G., Bowers, M, T., Todd, J, S. (2017). "Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry". *Sport Management Review*, pp 1-13.
- Ferreira, J. J., Ratten, V., & Dana, L. P. (2017). "Knowledge spillover-based strategic entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 161-167.
- Jin Chen , Zhaohui Zhu and Wang Anquan. (2009). "A system model for corporate Entrepreneurship". *International Journal of Manpower*, Vol. 26. N. 6.
- Lucas, C., T. Kline (2013). "Understanding the Influence of Organization Culture and Group Dynamics on Organizational Change and Learning". *The Learning Organization*, VOL, 15, NO.3, pp.277-287.
- Messersmith, J., Wales, G., William, J. (2014). "Entrepreneurial orientation and performance in young firms: the role of human resource management". *International Small Business Journal*, 31 (2), 36-115.
- Rotten, V. (2015). "Social e-entrepreneurship and technological innovations: The role of online communities, mobile communication and

- social networks"**. International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, 2(5): 476-483.
- Rotten, V. (2014). "**Collaborative entrepreneurship and the fostering of entrepreneurialism in developing countries**". International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, 3(2): 137-149.



Role of Obstacles to the Development of Entrepreneurship through Sport in Hamedan Province and Executive Solutions

Seyyede Farideh Hadavi

Ph.D., Full Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Islamshahr Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Vahid Saatchian

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education and Sport Sciences Department, Imam Reza University, Mashad, Iran

Bahador Azizi

Master Degree in Sport Management, Imam Reza University, Mashad, Iran

Mohammad Mohammadi

Lecturer in Physical Education and Sport Sciences, Malayer University, Malayer, Iran

Received: 28 Dec. 2016

Accepted: 3 Jun. 2017

The Entrance of sport into the area of entrepreneurship and employment and other sports activities, make it necessary to systematic, strategic and compiled it to govern. Therefore, the research method is descriptive– survey and the statistical samples were consisted of managers, athletes and sports entrepreneurs as well as tourism experts in the province. In order to collect data, a questionnaire from the literature of research (Rezaei, 1391 and Sadeghi, 1393) and in accordance with three branches model of Mirzaee Ahrandani (1997) was used. Based on the results, the most important items related to each of the substrates for the development of entrepreneurship in the field of advertising items (advertising through the media (radio and television, newspapers and general or sports magazines) with an average of 3.88, in the field of manufacturing equipment and sports equipment (Established clubs in different sports) with an average of 4.09, in the field of Facilities management and planning in the field of sports items (facilities management and sporting equipment) with an average of 4.3, in the field of educational and research activities (education, different sports) with an average of 4.12, in the field of cultural affairs and sports items (lending to youth sports job creation schemes) with an average of 4.33, in the field of sport and professional title items (education and training for professional sports and championship sports coaches) with an average of 4.14, in the field of Sports items (sports tourism and create tourist sites and sports) with an average of 3.98, and in the field of

information technology or IT items (established internet sites and sports) with an average of 3.88, are considered among the most important cases.

Finally, it is proposed to managers to make plans through sponsor organizations to support entrepreneurship athletes and develop the social security among managers of sport business, insurance coverage, the failure in the business and jobless, considering financial benefits and tax stability to involving the creative people in private section through social security organization. It can be helpful to develop the entrepreneurship in this province in a good way.

Key words: Entrepreneurship, Entrepreneurship's Barriers, Sport and Hamedan Province

