



Modeling to Identify Factors Affecting the Development of Sports Entrepreneurial Opportunities in the Field of Sports Education and Research

Taghi Ashouri^{1*}, Morteza Dosti², Saeed Tabesh²

1. PhD Student in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
2. Associate Professor of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

❖ **Corresponding Author Email:** t.ashouri86@yahoo.com

Receive: 2022/11/17
Accept: 2023/05/11
Published: 2023/06/17

Keywords:

Sports Entrepreneurial Opportunity, Sports Education, Sports research, Development of Entrepreneurial Opportunity

Article Cite:

Ashouri T, Dosti M, Tabesh S. (2023). Modeling to Identify Factors Affecting the Development of Sports Entrepreneurial Opportunities in the Field of Sports Education and Research, Iranian Society of Sociology of Education. 9(1): 255-264.

Purpose: Today, the discussion about development of entrepreneurial opportunities is emphasized in all fields, including sports. Therefore, the purpose of this study was modeling to identifying factors affecting the development of sports entrepreneurial opportunities in the field of sports education and research.

Methodology: The research method was exploratory-sequential concerning strategy and applied-developmental in terms of purpose. Using purposeful sampling, semi-structured interviews was used to reach theoretical saturation and consensus in the qualitative section with 40 academic experts, sports entrepreneurs and sport manager. Then, 164 people were selected from these people, using the random sampling method in the quantitative part. The instruments included semi-structured interviews and a researcher-made questionnaire based on a 5-point Likert scale to determine these categories and model fit. Data analysis was performed using the partial least squares method using variance-based statistical software Smart PLS 3.

Findings: The findings of the exploratory factor analysis showed that factors affecting the development of the sports entrepreneurial opportunities in the field of sports education and research had 52 items in 8 factors of entrepreneurial business environment, entrepreneurial awareness, entrepreneurial education, entrepreneurial research, entrepreneurial marketing, entrepreneurial educational and research infrastructure, individual factors and social networks, which factor loading, convergent validity by average variance extracted method and reliability for all of them was calculated above 0.70. Also, the model of identifying the factors affecting the development of sports entrepreneurial opportunities in the field of sports education and research had a good fit and the mentioned model had a positive and significant effect on each of the eight mentioned factors ($P < 0.001$).

Conclusion: The results indicated eight important and effective factors for developing sports entrepreneurial opportunities in the field of sports education and research. Therefore, to improve sports entrepreneurial opportunities in the field of sports education and research, can be provided conditions to improve and promote the entrepreneurial business environment, entrepreneurial awareness, entrepreneurial education, entrepreneurial research, entrepreneurial marketing, entrepreneurial educational and research infrastructure, individual factors and social networks.



<https://doi.org/10.22034/ijes.2021.541983.1184>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221445.1401.15.1.1.0>



Creative Commons: CC BY 4.0



انجمن جامعه شناسی آموزش و پرورش ایران

مدل‌سازی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی

تقی عاشوری^{۱*}، مرتضی دوستی^۲، سعید تابش^۳

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

✦ ایمیل نویسنده مسئول: t.ashouri86@yahoo.com

مقاله تحقیقاتی

چکیده

دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۲۶
پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۱
انتشار: ۱۴۰۲/۰۳/۲۷

هدف: امروزه بحث توسعه فرصت‌های کارآفرینانه در همه رشته‌ها از جمله ورزش مورد تاکید است. بنابراین، هدف این مطالعه مدل‌سازی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بود.

روش شناسایی: روش پژوهش از نظر راهبرد آمیخته با طرح اکتشافی- متوالی و هدف کاربردی- توسعه‌ایمی‌باشد. که بامصاحبه‌های نیمه ساختاریافته تا رسیدن به اشباع نظری و اجماع در بخش کیفی: ۴۰ نفر از خبرگان دانشگاهی، کارآفرینان و مدیران ورزشی با نمونه‌گیری پدیدمندی نظری مشارکت داشتند. در بخش کمی: با نمونه‌گیری تصادفی ۱۶۴ نفر از کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی، انتخاب شدند. ابزار پژوهشمصاحبه‌های نیمه ساختاریافته پرسشنامه‌ی محقق ساخته در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت جهت تعیین اهمیت مقوله‌ها و برازش مدلبود که روایی‌بازار توسط اعضای گروه دلفیو پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش حداقل مربعات جزئی با نرم افزار آماری واریانس محور «Smart PLS(3)» انجام شد.

واژگان کلیدی:

فرصت کارآفرینانه ورزشی، آموزش ورزشی، پژوهش ورزشی، توسعه فرصت کارآفرینانه.

یافته‌ها: یافته‌های تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی دارای ۵۲ گویه در ۸ عامل محیط کسب و کار کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه، آموزش کارآفرینانه، پژوهش کارآفرینانه، بازاریابی کارآفرینانه، زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه، عوامل فردی و شبکه‌های اجتماعی بود که بار عاملی، روایی همگرا با روش میانگین واریانس استخراج شده و پایایی برای همه آنها بالاتر از ۰/۷۰ محاسبه شد. همچنین، مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی برازش مناسبی داشت و مدل مذکور بر هر یک از هشت عامل مذکور اثر مثبت و معناداری داشت ($P < 0/001$).

استناد مقاله:

عاشوری ت، دوستی م، تابش س. (۱۴۰۲). مدل‌سازی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی، انجمن جامعه شناسی آموزش و پرورش ایران. ۹(۱): ۲۵۵-۲۶۴.

بحث و نتیجه‌گیری: نتایج حاکی از هشت عامل مهم و موثر برای توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بود. بنابراین، برای بهبود فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی می‌توان شرایط را برای بهبود و ارتقای محیط کسب و کار کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه، آموزش کارآفرینانه، پژوهش کارآفرینانه، بازاریابی کارآفرینانه، زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه، عوامل فردی و شبکه‌های اجتماعی فراهم آورد.

<https://doi.org/10.22034/ijes.2021.541983.1184><https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221445.1401.15.1.1.0>

Creative Commons: CC BY 4.0

محیط امروز سازمان‌ها، محیطی پیچیده و پیش‌بینی‌ناپذیر است و سازمان‌ها با توجه به رشد و تحول فناوری، جهانی‌شدن و افزایش رقابت جهانی پیوسته با چالش‌های مرتبط با تغییر و تحول مواجه هستند (Gonzalez-Serrano, Sanz and Gonzalez-Garcia, 2020). فرصت به شرایط و موقعیت‌هایی اشاره دارد که منجر به پیشرفت و توسعه از طریق امکان معرفی محصول، خدمت، فرآیند، روش سازماندهی امور و ایجاد بازاری جدید برای آنها می‌شود و کارآفرینی به معنای شناسایی فرصت‌هایی است که نقشی اساسی و اجتناب‌ناپذیر در فعالیت‌های کارآفرینانه است (Ribeiro, Branco and Ribeiro, 2019). کارآفرینی موتور محرک تحول اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است و کارآفرینان باید فرصت‌های ارزشمند را برای کارآفرینی جستجو و از آنها استفاده کنند، آنان باید در شرایط سخت، مبهم و غیرمطمئن و در محیط‌های پرتنش و پرفشار به سرعت تصمیم بگیرند، نسبت به کارکنان بیشتر و سخت‌تر کار کنند و دارای دانش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های مختلفی باشند (Hayduk and Walker, 2018). کارآفرینی به معنای فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است که در آن فرد کارآفرین با ارائه ایده‌های نو و شناسایی فرصت‌های جدید به معرفی محصول یا خدمت جدید و بهبود ساختار تولید که توأم با پذیرش مخاطره‌های مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی، رضایتمندی شخصی و استقلال است، مبادرت می‌ورزد (Juhanis, Hasmyati and Badaru, 2020).

فرصت‌های کارآفرینانه مجموعه‌ای از ایده‌ها، باورها و فعالیت‌هایی هستند که خلق و آفرینش کالاها و خدمات آینده را که الان برای آنها بازاری وجود ندارد را ممکن می‌سازد که این امر یعنی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه تا حدود زیادی به اطلاعات بستگی دارد (Jones, Jones, Williams-Burnett and Ratten, 2017). فرصت‌های کارآفرینانه به موقعیت‌هایی اشاره دارند که فرد در آنها به این باور می‌رسد که با ترکیبی نوع از منابع می‌تواند به سود و رشد اقتصادی دست یابد (Miragaia, Ferreira and Ratthen, 2017). شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارای سه مرحله شناسایی نیازهای مبهم بازار یا منابع تخصیصی ناکارآمد، تشخیص یا کشف تناسب بین نیازهای مشخص بازار و منابع ویژه و خلق تناسب جدید بین نیازها و منابع به ظاهر غیرمرتبط است (Rizvandi and Tojari, 2019). یکی از حوزه‌هایی که بحث فرصت‌های کارآفرینانه در آن مطرح است، بحث ورزش می‌باشد (Escamilla-Fajardo, Nunez-Pomar and Prado-Gasco, 2021) که یکی از زمینه‌های مساعد برای رسیدن به تغییرها و تحول‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مطلوب و باثبات می‌باشد و با اینکه ریشه در بازی دارد، اما همواره به‌عنوان یک صنعت مطرح بوده است (Porter and Vamplew, 2018). ورزش پتانسیل‌های اقتصادی، اشتغال‌زایی و اثرگذاری بر افراد جهت گرایش آنان به سمت کارآفرینی را برای هر کشوری فراهم می‌آورد و به‌عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش شهرت و برندسازی، افزایش اشتغال، درآمد و توسعه زیرساخت‌های خود از آن بهره می‌برد (Hammerschmidt, Eggers, Kraus, Jones and Filser, 2020). امروزه چگونگی گذراندن اوقات فراغت با توجه به ورزش در حال توسعه و گسترش است و این روند می‌تواند در جهت ایجاد مشاغل جدید ورزشی موثر واقع شود. بنابراین، ورزش می‌تواند زمینه مهمی در تولید و اشتغال داشته باشد (Nunez-Pomar, Escamilla-Fajardo and Prado-Gasco, 2020). کارآفرینی جزء جدایی‌ناپذیر هر صنعت و حرفه‌ای است و کارآفرینان باید به‌صورت نوآورانه وارد حوزه ورزش شوند. در واقع، کارآفرینی و ورزش با هم ارتباط نزدیک و مستقیم دارند، آنها یکدیگر را پیش می‌برند و باعث توسعه یکدیگر می‌شوند (Ratten and Jones, 2020).

کارآفرینان ورزشی شاکله‌ای را برای فعالیت‌های نو و ابتکاری فراهم و از طریق ورزش ایده‌ها نو رشد می‌یابند و زمینه‌های بروز کارآفرینی فراهم می‌شوند. بنابراین، کارآفرینی ورزشی فعالیت پویا و هدمفند است که به زمینه‌های متعددی چون استراتژی کسب‌وکار، مدیریت بحران، توسعه ورزش‌های جدید، مدیریت عملکرد، نوآوری در تولید، موضوع‌های اجتماعی و توسعه فناوری اثر می‌گذارد (Ratten, Braga and Marques, 2021). کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش موثر در توسعه کسب‌وکار، اشتغال، رفاه و سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای داشته باشد و ابزاری برای رشد فردی و حل مسائل و مشکلات اجتماعی باشد (Nite, McLeod, Beldon and Nauright, 2020). ورزش ششمین صنعت درآمدزای کشورهای توسعه‌یافته است و بر همین اساس توجه بسیاری از مدیران را به خود معطوف کرده و یکی از راه‌هایی که موجب می‌شود مدیران و بازاریابان ورزشی در عرصه رقابتی باقی بمانند این است که کارآفرین باشند. نیروی انسانی بسیاری در ورزش وجود دارد که تمایل بالقوه‌ای برای کارآفرینی در زمینه‌های ورزشی دارند (Pellegrini, Rialti, Marzi and Caputo, 2020). بنابراین، ورزش به‌عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار بر حیطه‌های اجتماعی، اقتصادی و حتی بین‌المللی در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و می‌تواند باعث اشتغال و کارآفرینی شود؛ به‌شرطی که بسترها و زمینه‌های آن در جامعه شناسایی و موانع آن برطرف گردد تا بتواند به‌عنوان ابزاری قوی جهت رسیدن به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موثر واقع شود (Arikatla and Gregorich, 2021). ورزش صنعتی رشدیافته و رو به توسعه در جهان است که افزایش فرصت‌ها و فرآیندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدید شده است کارآفرینی جزء جدایی‌ناپذیر هر صنعت و حرفه‌ای است و کارآفرینان باید (Sanchez-Oliver, Galvez-Ruiz,)

مرتبط با ورزش زمینه‌های رونق اقتصادی، تغییر در شیوه زندگی و ایجاد فرصت‌های شغلی مبتنی بر گسترش را برای همه گروه‌های جامعه فراهم آورد (Hammerschmidt, Kraus and Jones, 2022).

پژوهش‌های بسیار اندکی درباره شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی انجام شده و پژوهشی در این زمینه در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی یافت نشد. برای مثال نتایج پژوهش Gorzin, Saeidi, Hoseini and Fallak (2022) درباره طراحی الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی نشان داد که عوامل فرهنگی، اجتماعی و بازاریابی در سطح اول و عوامل اقتصادی، ساختار ورزش، مدیریت و اجرایی و فرصت‌های کارآفرینانه در سطح دوم الگوی مذکور قرار داشتند. Ashouri, Dosti, Razavi and Hosseini (2022) ضمن پژوهشی درباره راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سطح کلان به این نتیجه رسیدند که راهکارها شامل پنج مقوله اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، سیاسی و فرهنگی بودند و مدل آن برازش مناسب داشت و اثر توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی بر هر پنج مقوله مثبت و معنادار بود. در پژوهشی دیگر EbrahimiDinani, MokhtariDinani, and RezaeiPandari (2021) درباره شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی ورزشی گزارش کردند که عوامل موثر بر آن شامل تخصص‌گرا بودن سازمان، دیدگاه مدیریت ارشد نسبت به کارآفرینی، نظام ارزیابی عملکرد مناسب، تعهد سازمان نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه، نظام تحقیق و توسعه کارآمد، وجود برنامه راهبردی برای سازمان، پیشروبودن سازمان در زمینه‌های مرتبط با ورزش، تعامل با فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی، هدف‌گرایی فرد، شایسته‌سالاری، نیروی انسانی مستعد و فنی، دسترسی کارکنان به اطلاعات، تقبل مسئولیت فعالیت‌های کارآفرینانه، توانایی فرد در شناسایی فرصت، قدرت تصمیم‌گیری، داشتن آزادی عمل در سازمان و شیوه‌های تشویق و ارائه پاداش به رفتارهای ابتکاری و خلاق بودند. نتایج پژوهش AzimiDelarestaghi, Razavi and Boroumand (2019) نشان داد که عوامل زمینه‌ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی شامل شش مولفه اصلی سیاست‌های حمایتی دولت، عوامل قانونی و حقوقی، سیاست‌های تجاری، عوامل حاکمیتی، نظام آموزشی و عوامل فرهنگی بودند. Bowers and Todd (2017) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که عوامل موثر برای توسعه ورزش از طریق کارآفرینی شامل فرآیندهای کارآفرینی، آموزش‌های راهبردی، تعاملات کنترل‌شده و جنبه‌های اجتماعی بودند. در پژوهشی دیگر Mondalizadeh and Honari (2010) گزارش کردند که مهم‌ترین فرصت‌های اثرگذار بر کارآفرینی ورزشی شامل وجود متخصصان ورزشی در سازمان تربیت‌بدنی، وجود فدراسیون‌های ورزشی، وجود هیئت‌های ورزشی، وجود سازمان تربیت‌بدنی، وجود سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور، برگزاری سمینارها و همایش‌های ملی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، وجود دفتر کارآفرینی و اشتغال در سازمان تربیت‌بدنی، وجود نیروهای تحصیل‌کرده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، افزایش سطح علمی و فناوری ورزش در کشور، پوشش رسانه‌ای و ماهواره‌ای رویدادهای ورزشی داخلی و برون‌مرزی و غیره و مهم‌ترین موانع اثرگذار بر کارآفرینی ورزشی شامل کارآمد نبودن و تغییر مکرر مدیریت ورزش کشور در دوره‌های زمانی کوتاه، فقدان سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد برای کارآفرینان ورزشی، فقدان نظام شایسته‌سالاری در تعیین مدیران ورزشی کشور، عدم انطباق شغل و مهارت در ساختار سازمان تربیت‌بدنی و ورزش کشور، ضعف در جذب حامیان مالی ورزشی، تعداد سیاست‌ها و تعارض بین آنها در مدیریت ورزش کشور، شکاف میان سیاست‌ها و عملکرد برنامه‌ریزی در سازمان‌های دولتی و خصوصی در ورزش، فقدان برنامه راهبردی کارآفرینی در ورزش کشور، فقدان بهره‌گیری از نتایج تحقیقات و طرح‌های علمی پژوهشی ورزشی، ناکارآمدی روش‌های سنتی مدیریتی در ورزش کشور و غیره بودند.

امروزه ثابت شده که ورزش یکی از صنایع بزرگ در میان صنایع موجود است و به همین خاطر کارآفرینان تمایل زیادی به سرمایه‌گذاری در این زمینه دارند. بنابراین، کارآفرینان ابتدا باید بعد از شناخت فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی با عوامل موثر بر آن آشنا باشند و پژوهش حاضر نیز بر همین اساس طراحی و اجرا شده است. نتایج این پژوهش می‌تواند به کارآفرینان و متخصصان و برنامه‌ریزان کارآفرینی در شناخت وضعیت موجود و طراحی و اجرای برنامه‌هایی برای بهبود کارآفرینی ورزشی کمک نماید. با اینکه پژوهش‌هایی درباره کارآفرینی ورزشی انجام شده، اما پژوهشی در زمینه توسعه کارآفرینی ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی یافت نشد. بنابراین، یکی از خلأهای موجود عدم یافتن پژوهشی درباره شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی است که پژوهش در این حوزه می‌تواند نقش موثری در شناخت وضعیت موجود و طراحی و اجرای برنامه‌هایی در زمینه کارآفرینی ورزشی داشته باشد. در نتیجه، امروزه بحث توسعه فرصت‌های کارآفرینانه در همه رشته‌ها از جمله ورزش مورد تاکید است. بنابراین، هدف این مطالعه مدل‌سازی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بود.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی- توسعه‌ای و از نظر شیوه اجرا اکتشافی- کمی بود. جامعه پژوهش دانشجویان تحصیلات تکمیلی، اساتید، کارآفرینان و مدیران ورزشی بودند که تعداد ۱۶۴ نفر از آنها بر اساس فرمول کوکران و با روش نمونه‌گیری تصادفی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این روش نمونه‌گیری ابتدا لیست همه کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی تهیه و به هر یک از آنها یک کد اختصاص داده شد. در مرحله کمی با کمک جدول اعداد تصادفی تعداد ۱۶۴ نفر از آنها به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و در این روش نمونه‌گیری همه افراد شانس برابری برای انتخاب شدن به‌عنوان جزئی از نمونه پژوهش را داشتند. ملاک‌های انتخاب این افراد برای کارآفرینان ورزشی شامل سابقه فعالیت کارآفرینی، مدیران و کارشناسان ورزش و جوانان که در زمینه آموزش ورزشی تجربه دارند و برای اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی سوابق پژوهش‌مربط با کارآفرینی و همچنین تعلیم و تربیت و برای هر سه گروه شامل تمایل جهت شرکت در پژوهش و امضای فرم مربوطه، عدم اعتیاد و مصرف داروهای ضد اضطراب و ضدافسردگی، عدم دریافت خدمات روانشناختی در شش ماه گذشته و عدم وقوع رخداد‌های تنش‌زا مانند طلاق و مرگ نزدیکان در شش ماه گذشته بودند. در مقابل، ملاک‌های خروج این افراد از نمونه شامل عدم پاسخگویی به بیش از ۱۵ درصد سوال‌ها و پشیمان‌شدن از ادامه همکاری و اعلام آن بود.

ابزار پژوهش حاضر شامل فرم اطلاعات جمعیت‌شناختی شامل جنسیت و سن و پرسشنامه محقق‌ساخته شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بود. پرسشنامه مذکور دارای ۵۷ گویه بود که برای پاسخگویی به هر کدام از مقیاس ۵ ارزشی لیکرت از یک تا پنج استفاده شد؛ به طوری که به گزینه‌های کاملاً مخالفم نمره یک، مخالفم نمره دو، نظری ندارم نمره سه، موافقم نمره چهار و کاملاً موافقم نمره پنج اختصاص یافت. این ابزار را پژوهشگران مطالعه حاضر بر اساس مبانی نظری و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته حضوری و غیرحضوری با ۴۰ تن از اساتید دانشگاهی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت‌بدنی، علوم ورزشی، مدیریت کارآفرینی، مدیران سازمانی متولی اشتغال و کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان طراحی کردند. روایی ابزار ساخته‌شده یعنی پرسشنامه محقق‌ساخته شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی توسط ۸ نفر از صاحب‌نظران و اساتید منتخب مدیریت ورزشی در طی ۵ دور مصاحبه دلفی به تأیید رسید و برای آن هشت مقوله محیط کسب‌وکار کارآفرینانه (۸ گویه)، هوشیاری کارآفرینانه (۷ گویه)، آموزش کارآفرینانه (۱۱ گویه)، پژوهش کارآفرینانه (۸ گویه)، بازاریابی کارآفرینانه (۷ گویه)، زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه (۶ گویه)، عوامل فردی (۶) و شبکه‌های اجتماعی (۴ گویه) شناسایی شد. روایی صوری پرسشنامه محقق‌ساخته شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی با نظر خبرگان تأیید و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۶ محاسبه شد.

روند اجرای پژوهش به این صورت بود که بعد از تصویب پروپوزال، مبانی نظری مطالعه و خبرگان جهت انجام مصاحبه شناسایی و از بین آنها نمونه‌گیری و با آنها مصاحبه صورت پذیرفت. بر اساس مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان یک پرسشنامه محقق‌ساخته تحت عنوان شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی طراحی شد. در مرحله بعد اقدام به شناسایی نمونه بخش کمی یعنی کارآفرینان ورزشی، مدیران سازمان‌های ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی شد و از بین آنها نمونه‌گیری به عمل آمد. برای نمونه‌ها اهمیت و ضرورت پژوهش بیان و از آنها خواسته شد تا به پرسشنامه پژوهش حاضر به‌صورت کامل پاسخ دهند؛ ضمن آنکه پژوهشگر متعهد به رعایت ملاحظات اخلاقی شد و برای انجام آن تعهد داد. پرسشنامه محقق‌ساخته شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی توسط کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی تکمیل و پژوهشگر از آنان به دلیل شرکت در پژوهش تقدیر کرد. در نهایت، داده‌ها با روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار SmartPLS-3 تحلیل شدند.

یافته‌ها

نمونه‌های پژوهش حاضر ۱۶۴ نفر از کارآفرینان ورزشی، مدیران سازمان‌های ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی بودند که فراوانی مطلق و درصد فراوانی مطلق و تراکمی آنها در جدول ۱ ارائه شد.

جدول ۱. فراوانی مطلق و درصد فراوانی مطلق و تراکمی کارآفرینان ورزشی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی

متغیر	سطح	فراوانی مطلق	درصد فراوانی مطلق	درصد فراوانی تراکمی
جنسیت	مرد	۹۵	۵۷/۹۳٪	۵۷/۹۳٪
	زن	۶۹	۴۲/۰۷٪	۱۰۰٪

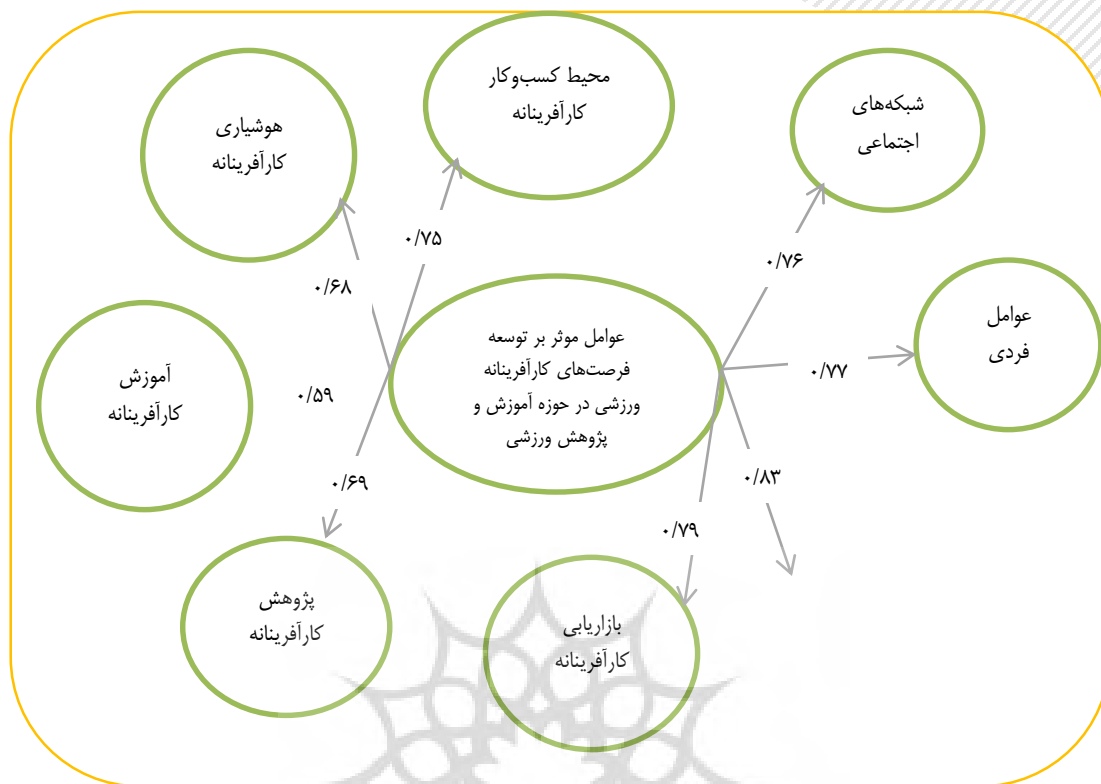
۳۱/۱۰٪	۳۱/۱۰٪	۵۱	۲۱-۳۰	سن (سال)
۶۸/۲۹٪	۳۷/۱۹٪	۶۱	۳۱-۴۰	
۹۳/۹۰٪	۲۵/۶۱٪	۴۲	۴۱-۵۰	
۹۸/۱۷٪	۴/۲۷٪	۷	۵۱-۶۰	
۱۰۰٪	۱/۸۳٪	۳	بالتر از ۶۰	

بر اساس نتایج جدول فوق، بیشتر نمونه‌ها مرد (۵۷/۹۳ درصد) و دارای سن ۳۱-۴۰ سال (۳۷/۱۹ درصد) بودند. بررسی پیش فرض‌های تحلیل عاملی اکتشافی حاکی از آن بود که شرایط برای تحلیل با این شیوه وجود داشت. چون که آماره KMO با مقدار ۰/۸۱ و آماره کرویت بارتلت با مقدار ۸۶۶/۱۵ در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۰۱ معنادار بود که این یافته‌ها حاکی از همبستگی کافی و کفایت نمونه‌ها بودند. تحلیل عاملی اکتشافی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی در جدول ۲ ارائه شد.

جدول ۲. تحلیل عاملی اکتشافی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی

عامل	تعداد گویه	بار عاملی	روایی همگرا (میانگین واریانس استخراج شده)	پایایی کرونباخ	پایایی ترکیبی	نتیجه
محیط کسب و کار کارآفرینانه	۷	۰/۷۹	۰/۷۳	۰/۸۲	۰/۸۷	مناسب
هوشیاری کارآفرینانه	۷	۰/۸۲	۰/۷۵	۰/۸۵	۰/۸۷	مناسب
آموزش کارآفرینانه	۱۰	۰/۸۱	۰/۷۷	۰/۸۹	۰/۹۰	مناسب
پژوهش کارآفرینانه	۸	۰/۷۵	۰/۷۲	۰/۹۱	۰/۹۳	مناسب
بازاریابی کارآفرینانه	۶	۰/۷۳	۰/۷۱	۰/۸۸	۰/۹۰	مناسب
زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه	۵	۰/۸۲	۰/۷۸	۰/۹۳	۰/۹۴	مناسب
عوامل فردی	۶	۰/۷۷	۰/۷۶	۰/۸۷	۰/۸۹	مناسب
شبکه‌های اجتماعی	۳	۰/۸۰	۰/۷۳	۰/۷۶	۰/۷۹	

بر اساس نتایج جدول فوق، از پرسشنامه محقق ساخته شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی تعداد ۵ گویه حذف و در نهایت، عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی دارای ۵۲ گویه (تعداد ۵ گویه به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۴۰ از پرسشنامه حذف شدند) در ۸ عامل محیط کسب و کار کارآفرینانه (۷ گویه)، هوشیاری کارآفرینانه (۷ گویه)، آموزش کارآفرینانه (۱۰ گویه)، پژوهش کارآفرینانه (۸ گویه)، بازاریابی کارآفرینانه (۶ گویه)، زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه (۵ گویه)، عوامل فردی (۶) و شبکه‌های اجتماعی (۳ گویه) بود که بار عاملی، روایی همگرا با روش میانگین واریانس استخراج شده و پایایی با روش آلفای کرونباخ برای همه آنها بالاتر از ۰/۷۰ محاسبه شد. بررسی شاخص‌های برازش مدل حاکی از آن بود که مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی برازش مناسبی داشت. چون که شاخص میانگین پایایی اشتراکی برابر با ۰/۷۵، شاخص ضریب تعیین برابر با ۰/۸۲ و شاخص نیکویی برازش GOF برابر با ۰/۸۰ بود. مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی در شکل ۱ و اثرهای مدل مذکور در جدول ۳ ارائه شد.



شکل ۱. مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی به همراه ضریب مسیر

جدول ۳. اثرهای مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی

عامل	ضریب تعیین	ضریب مسیر	مقدار t	معناداری	نتیجه
محیط کسب‌وکار کارآفرینانه	۰/۷۷	۰/۷۵	۱۶/۳۴	۰/۰۰۱	تأیید
هوشیاری کارآفرینانه	۰/۷۲	۰/۶۸	۱۲/۱۶	۰/۰۰۱	تأیید
آموزش کارآفرینانه	۰/۶۸	۰/۵۹	۷/۸۶	۰/۰۰۱	تأیید
پژوهش کارآفرینانه	۰/۷۳	۰/۶۹	۱۲/۸۷	۰/۰۰۱	تأیید
بازاریابی کارآفرینانه	۰/۸۰	۰/۷۹	۱۸/۰۲	۰/۰۰۱	تأیید
زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه	۰/۸۱	۰/۸۳	۲۲/۸۰	۰/۰۰۱	تأیید
عوامل فردی	۰/۷۵	۰/۷۷	۱۷/۸۵	۰/۰۰۱	تأیید
شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۹	۰/۷۶	۱۷/۱۳	۰/۰۰۱	تأیید

بر اساس نتایج شکل و جدول فوق، مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بر هر یک از هشت عامل مذکور اثر مثبت و معناداری داشت ($P < ۰/۰۰۱$).

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه بحث توسعه فرصت‌های کارآفرینانه در همه رشته‌ها از جمله ورزش مورد تاکید است. بنابراین، هدف این مطالعه مدل‌سازی شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بود. یافته‌های این مطالعه بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی دارای هشت عامل محیط کسب‌وکار کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه، آموزش کارآفرینانه، پژوهش کارآفرینانه، بازاریابی کارآفرینانه، زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه، عوامل فردی و شبکه‌های اجتماعی

بود که بار عاملی، روایی همگرا با روش میانگین واریانس استخراج‌شده و پایایی برای همه آنها بالاتر از ۰/۷۰ محاسبه شد. همچنین، دیگر یافته‌های این مطالعه بر اساس نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد که مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بر ارزش مناسبی داشت و مدل مذکور بر هر یک از هشت عامل مذکور اثر مثبت و معناداری داشت. این یافته‌ها همسو با یافته‌های پژوهش‌های گذشته شامل Gorzin et al (2022)، Ashouri et al (2022)، EbrahimiDinani et al (2021)، AzimiDelarestaghi et al (2019)، Hemme et al (2017) و Mondalizadeh and Honari (2010) بودند.

در تشریح هشت عامل برای شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی دارای هشتعامل می‌توان به موارد زیر اشاره کرد. عامل محیط کسبوکار کارآفرینانه در توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی قرار دارد و فرصت‌های کارآفرینی ایده‌هایی هستند که بر اساس نیاز بازار شناسایی می‌شوند. شرکت‌ها و سازمان‌های خصوصی، غیرانتفاعی و غیره در صورتی که بتوانند خود را با محیط تطبیق دهند موفق به بهره‌برداری از این فرصت‌ها می‌شوند. کارآفرینان جهت دستیابی به موفقیت جهت برزرسانی و سازگاری ایده خود با تغییرات محیطی کسبوکار کارآفرینانه باید قادر به درک و اعمال حساسیت نسبت به تغییر در محیط‌های مختلف بوده و توانایی تحلیل محیط خود را افزایش دهند. همچنین، فرد کارآفرین باید بداند ایده کسبوکار او هیچگاه بی‌نقص نیست و از این رو باید ایده خود را همگام با تغییرات محیط کسبوکار کارآفرینانه ارزیابی نموده و آگاهی خود را نسبت به موضوع کسبوکار افزایش دهد. هوشیاری کارآفرینانه عامل موثر دیگر در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی است که سبب می‌شود تا افراد گزینه‌هایی را به‌صورت نوآورانه تشخیص دهند و بدین ترتیب امکان معرفی محصول، خدمت، فرآیند، روش سازماندهی امور و بازاری جدید را برای خود و سازمان فراهم می‌آورند و از این طریق به منافع زیادی دست می‌یابند. بنابراین، هوشیاری کارآفرینانه می‌تواند راهی مهم و مطمئن برای حل مشکلات اقتصادی و حتی اجتماعی و فرهنگی امروز محسوب شود و ترویج کارآفرینی و پرورش هوشیاری کارآفرینانه نیاز مبرم سازمان‌های امروزی می‌باشد.

همچنین، عامل آموزش کارآفرینانه نقش مهمی در توسعه فرصت‌های کارآفرینی دارد و احتمال شکست کارآفرینانی که تنها تجربه دارند و آموزش لازم را ندیدند بسیار زیاد است و برعکس کارآفرینانی که هم تجربه دارند و هم آموزش دیدند کاملاً موفق هستند و یا اینکه احتمال موفقیت در آنها زیاد می‌باشد. هدف دوره‌های آموزشی آموزش کارآفرینانه همان موقعیت یا اهدافی است که قرار است فراگیران پس از پایان آموزش به آن برسند. در حقیقت علت وجود هر دوره آموزش تحقق‌بخشیدن به اهداف آن دوره می‌باشد و بر اساس اهداف آموزشی است که برنامه‌ریزی آموزشی و درسی در نظام‌های آموزشی شکل می‌گیرد. هدف اصلی دوره‌های آموزش کارآفرینانه در حقیقت باید تربیت افراد مستقل و آگاه به فرصت‌ها باشد. افرادی که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسبوکار مستقل دارند و فارغ‌التحصیلان این دوره باید توانایی مقابله با ریسک‌ها و مخاطره‌های ناشی از آنها را در دنیای واقعی کسب نمایند. پژوهش کارآفرینانه نقش مهمی در توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی دارد و نتایج پژوهش‌های کارآفرینانه هم بر جامعه تاثیر می‌گذارد و هم باعث بهبود فرآیند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر سازمان و جامعه می‌شود. پژوهش کارآفرینانه به کارآفرینان و مدیران و متخصصان ورزشی کمک می‌کند تا عوامل موثر بر فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی را بشناسند و از آنها برای بهبود کارآفرینی ورزشی استفاده نمایند. بازاریابی کارآفرینانه عامل موثر دیگر است و این عامل هم برای راه‌اندازی کسبوکارهای جدید و هم برای سازمان‌ها اهمیت زیاد و فزاینده‌ای دارد. چون که ارتباط این عوامل با موفقیت سازمانی رابطه مستقیمی دارد و سرمایه‌گذاری در ایجاد محصولات ورزشی و خدمات ورزشی هم باعث ایجاد اشتغال می‌شود و هم بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید که این امر به‌طور مستقیم موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می‌گردد.

علاوه بر آن، عامل زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه ورزش دارند و بدین ترتیب است که با پیشرفت تکنولوژی روش‌های توزیع اطلاعات و خلق بازارهای بین‌المللی جدید تقویت می‌شود. اهمیت بعد فیزیکی برای کارآفرینی با افزایش و گسترش اقتصاد دیجیتال کاهش یافته است و با وجود این ادعا که اینترنت روش اجرای کارآفرینی را تغییر داده، اما هنوز هم مکان فیزیکی در ایجاد کارآفرینی ورزشی مهم است. زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه حاکی از آن است که کارآفرینی ورزشی به نوآوری‌های تکنولوژی ارتباط دارد و آن را پیشران کارآفرینی در حوزه ورزشی تلقی می‌کنند. فناوری اطلاعات و ارتباطات از سه طریق بر اشتغال و بازار کار تاثیر می‌گذارد. نخست تولید محصولات فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند نیروی کار زیادی را شاغل کند. ظرفیت دوم اشتغال‌زایی فناوری اطلاعات و ارتباطات تاثیر می‌گذارد که به صورت نهاده در تولیدات صنایع دیگر قرار دارد. فناوری اطلاعات و ارتباطات با تسهیل تولید، توزیع، فروش و خدمات پس از فروش و غیره می‌تواند نقش قابل توجهی در جذب نیروی کار ماهر بر عهده گیرد. سومین ظرفیت اشتغال‌زایی این فناوری که از اهمیت ویژه‌ای در اقتصاد جدید برخوردار است که به دلیل تنوع‌پذیری بسیار بالای محصولات بازارهای جدید ایجاد فرصت‌های شغلی از این طریق بسیار زیاد و قابل توجه می‌باشد. عوامل فردی بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی موثر واقع می‌شوند و تبیین نحوه تاثیرگذاری عوامل فردی موثر در فرآیند مذکور به شناسایی و توسعه فرصت‌ها کمک می‌کند و سبب می‌شود که محققان، مدیران و سیاست‌گذاران فهم بهتری از نحوه تاثیرگذاری عوامل فردی بر شناسایی فرصت‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین گام‌ها در فرآیند توسعه

کارآفرینی داشته باشند. بنابراین، این عوامل سبب تصمیم‌های کارآمدتر و اثربخش‌تری برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی و توسعه کارآفرینی می‌شود. شبکه‌های اجتماعی عامل مهم دیگر در توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی است و صنعت ورزش باید با استفاده از شبکه‌های اجتماعی وارد محیط کسب‌وکار نوین شود و با شناسایی فرصت‌های نوآورانه و کسب مزیت رقابتی از این فرصت‌ها جهت تضمین بقای سازمانی خود استفاده کند و سبب ایجاد سود و ارزش برای سازمان و جامعه گردد. بنابراین، شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه فعالیت‌های ورزشی را می‌توان در بافت اجتماعی و فرهنگی که فعالیت‌های ورزشی در آن روی می‌دهند جستجو کرد.

هر پژوهشی با محدودیت‌هایی مواجه است و از محدودیت‌های این مطالعه می‌توان به محدود شدن جامعه پژوهش دانشجویان تحصیلات تکمیلی، اساتید، کارآفرینان و مدیران ورزشی، استفاده از ابزارهای خودگزارش‌دهی و عدم یافتن ابزاری برای این منظور و تلاش برای ساخت پرسشنامه محقق‌ساخته شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی اشاره کرد. بنابراین، انجام پژوهش‌های بیشتر درباره شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی بر روی سایر حوزه‌ها مانند گردشگری ورزشی و ... پیشنهاد می‌شود. پیشنهاد دیگر ساخت ابزارهای دیگر برای بررسی وضعیت موجود فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی است و تلاش شود که بر اساس ابزار پژوهش حاضر و حتی سایر ابزارها وضعیت موجود توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی مورد ارزیابی قرار گیرد و طبق نتایج پژوهش‌ها راهکارهایی برای بهبود و توسعه آن طراحی و اجرا شود. با توجه به عامل‌های شناسایی شده برای مدل شناسایی عوامل موثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی و اثر مدل بر هر یک از عامل‌ها جهت بهبود فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه آموزش و پژوهش ورزشی می‌توان شرایط را برای بهبود هر یک از عامل‌ها فراهم کرد. برای این منظور کاربست عامل‌های محیط کسب‌وکار کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه، آموزش کارآفرینانه، پژوهش کارآفرینانه، بازاریابی کارآفرینانه، زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه، عوامل فردی و شبکه‌های اجتماعی جهت رشد و توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی ضروری می‌باشد.

تشکر و قدردانی

در پایان از دانشجویان تحصیلات تکمیلی، اساتید، کارآفرینان و مدیران ورزشی سایر افرادی که در این مطالعه همکاری داشتند تشکر می‌شود.

References

- Arikatla V, Gregorich G. (2021). The effect of sports experience and competitive orientation on entrepreneurial priorities, attitudes, and decision making. *Journal of Student Research*, 10(3): 1-10.
- Ashouri T, Dosti M, Razavi SMH, Hosseini A. (2022). Strategies for developing sports entrepreneurship opportunities at the macro level. *Iranian Journal of Public Policy in Management*, 12(44): 125-142. (In Persian)
- AzimiDelarestaghi A, Razavi SMH, Boroumand MR. (2019). Identifying the effective context conditions of strategic entrepreneurship deployment in sports business. *Quarterly Journal of Sport Development and Management*, 7(4): 69-88. (In Persian)
- Hemme F, Morais DG, Bowers MT, Todd JS. (2017). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport Management Review*, 20(1), 92-104.
- Mondalizadeh Z, Honari H. (2010). An investigation of the factors affecting entrepreneurship in sport: As an interdisciplinary area. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 2(2), 113-136. (In Persian)
- EbrahimiDinani E, MokhtariDinani M, RezaeiPandari A. (2021). Identifying and rating of effective factors in sport entrepreneurship in the municipality of Tehran with the DEMATEL approach. *Sport Physiology & Management Investigations*, 13(3): 55-70. (In Persian)
- Escamilla-Fajardo P, Nunez-Pomar JM, Prado-Gasco V. (2021). Economic performance in Spanish sports clubs: entrepreneurial orientation of professional and non-professional teams analysed through fsQCA. *European Journal of International Management*, 15(2-3): 214-230.
- Gonzalez-Serrano MH, Sanz VA, Gonzalez-Garcia RJ. (2020). Sustainable sport entrepreneurship and innovation: A bibliometric analysis of this emerging field of research. *Sustainability*, 12(5209): 1-26.
- Gorzin MM, Saeidi P, Hoseini SMR, Fallak Z. (2022). Designing a model of entrepreneurship sports - Recreation tourism with interpretive structural approach. *Journal of Management and Organizational Behavior in Sports*, 11(5): 43-67. (In Persian)
- Hammerschmidt J, Eggers F, Kraus S, Jones P, Filser M. (2020). Entrepreneurial orientation in sports entrepreneurship - A mixed methods analysis of professional soccer clubs in the German-speaking countries. *Entrepreneurship and Management Journal*, 16: 961.
- Hammerschmidt J, Kraus S, Jones P. (2022). Sport entrepreneurship: Definition and conceptualization. *Journal of Small Business Strategy*, 32(2): 1-10.
- Hayduk T, Walker M. (2018). Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14: 705-724.
- Hemme F, Morais DG, Bowers MT, Todd JS. (2017). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport Management Review*, 20(1): 92-104.
- Jones P, Jones A, Williams-Burnett N, Ratten V. (2017). Let's get physical: Stories of entrepreneurial activity from sports coaches/instructors. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18(4): 219-230.
- Juhanis J, Hasmyati H, Badaru B. (2020). Students motivation in taking sport entrepreneurship: A case study in an Indonesian university. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(2): 1-10.
- Miragaia DAM, Ferreira J, Ratthen V. (2017). Corporate social responsibility and social entrepreneurship: drivers of sports sponsorship policy. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9: 613-623.
- Nite C, McLeod CM, Beldon Z, Nauright J. (2020). Establishing a professional Rugby Union Football League in the USA: Managing institutional pluralism in sport entrepreneurship. *Sport Management Review*, 23(5): 883-897.
- Nunez-Pomar JM, Escamilla-Fajardo P, Prado-Gasco V. (2020). Relationship between entrepreneurial orientation and social performance in Spanish sports clubs. The effect of the type of funding and the level of competition. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16: 981-999.
- Pellegrini MM, Rialti R, Marzi G, Caputo A. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3): 795-826.
- Porter D, Vamplew W. (2018). Entrepreneurship, sport, and history: An overview. *The International Journal of the History of Sport*, 35(7-8): 626-640.
- Ratten V, Braga VLD, Marques CSD. (2021). Sport entrepreneurship and value co-creation in times of crisis: The covid-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 133: 265-274.
- Ratten V, Jones P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3): 961-980.
- Ribeiro J, Branco MC, Ribeiro JA. (2019). The corporatisation of football and CSR reporting by professional football clubs in Europe. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2): 242-257.
- Rizvandi A, Tojari F. (2019). Entrepreneurial marketing effects on sport club manager performance (Conceptual model). *Journal of Human Sport and Exercise*, 14(5): 2318-2329.
- Sanchez-Oliver AJ, Galvez-Ruiz P, Grimaldi-Puyana M, Fernandez-Gavira J, Garcia-Fernandez J. (2019). New ways of sports entrepreneurship in the university. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1): 5-21.