

Explaining the Strategies for Development of Potential Sports Businesses in Public and Championship Sports of East Azarbaijan Province

Yousef Yavari¹, Javad Amanzadeh², Mahmmoud Reza Dakhteh³, Saba Dibaie Asl⁴

1. Department of sport mangement, Azarbaijan Shahid Madani University. E-mail: yavarif@gmail.com

2. Department of sport mangement, Tabriz University. E-mail: amanzadehjavad@yahoo.com

3. Department of sport mangement., Azarbaijan Shahid Madani University, E-mail: dakhtehmanagement@gmail.com

4. Department of sport mangement, Azarbaijan Shahid Madani University, E-mail: dibayi73@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Introduction: The aim of current study was explaining the strategies for identifying and development of potential sports businesses in the fields of public and championship sports in East Azarbaijan Province.
Article history: Received: 6 October 2023 Received in revised from: 26 February 2024 Accepted: 5 June 2024 Published online: 23 October 2025	Methods: The study was an applied research in terms of purpose and a mixed research in terms of method. The statistical population included sport management faculty members, experts and specialists in the field of public and championship sports, including experts from Sports and Youth officees, sports club's managers, experts and specialists in the field of entrepreneurship and business, as well as entrepreneurs and managers of businesses developed in the field of sports. Twenty-five persons were selected in the qualitative section by purposeful sampling method and in some cases by snowball method and in the quantitative section 188 person were selected based on purposeful method. In the qualitative part by using foundation theory with three-step coding method; seven main categories in the form of methods and ways of identification, development barriers, development and prosperity measures, methods and measures to attract capital and individuals, effective and efficient advertising, structure and methods of business development and development of new sports businesses were explained.
Keywords: <i>Development, Entrepreneurship, Business, Public sports, Championship sports</i>	Results: In the quantitative part of the research, exploratory factor analysis revealed that the components and data have adequate sufficiency, sufficient sample size and acceptable factor loading. Conclusion: Finally, the results of repeated measures analysis of variance test showed that the seven components and their items are effective and important in the development of potential public sports and championship businesses in the province.

Cite this article: Yavari, Y. Amanzadeh, J. Dakhteh, M.R. & Dibaie, S. (2025). Explaining the Strategies for Development of Potential Sports Businesses in Public and Championship Sports of East Azarbaijan Province. *Sport Management Journal*, 17 (3), 45- 65.

[DOI:http://doi.org/10.22059/JSM.2024.366106.3203](https://doi.org/10.22059/JSM.2024.366106.3203).



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

Extended Abstract

Introduction

Sports industry has rapidly become a global issue. Sports have provided the necessary basis for the development of entrepreneurship by creating demand for sports services and goods and creating attractiveness for communities. Identifying opportunities and solving problems is introduced as a way for entrepreneurship in sports. The issue of employment and entrepreneurship is one of the fundamental challenges of societies and organizations around the world, but despite the acceptable human and industrial resources in East Azerbaijan Province, sports businesses in the field of public sports and championships in the province are not well developed. Also, few studies have been conducted in the field of entrepreneurship and sports businesses. Therefore, it is necessary to conduct a study with the aim of appraising the process of business and entrepreneurship development by identifying, evaluating and examining the factors affecting potential market opportunities with a focus on sports entrepreneurship in the public and championship sectors.

Methods

The study was an applied research in terms of purpose and a sequential mixed research in terms of method. The statistical population included sport management faculty members, experts and specialists in the field of public and championship sports, experts from Sports and Youth offices, sports club's managers, experts and specialists in the field of entrepreneurship and business, as well as entrepreneurs and managers of businesses developed in the field of sports. In the qualitative part, the purposive sampling method and in some cases by snowball method were used. Theoretical saturation of the data was achieved by interviewing 25 person and 118 purposefully selected people completed the questionnaire. The questionnaire included seven dimensions. In order to analyze the data in the qualitative section, the foundation theory with three-step coding method was used. In the quantitative section, descriptive statistical methods and inferential statistics (Kolmogorov-Smirnov, exploratory factor analysis, analysis of variance with repeated measures) were used at a significance level of 0.05.

Results

In the qualitative section by analyzing the interviews, 50 initial concepts were extracted in the open coding stage. In the axial coding stage, 17 categories were identified

and based on selective coding, 7 main categories were explained as strategies to identify and develop potential public sports businesses and provincial championships in the form of methods and ways of businesses identification, obstacles to business development, efforts to develop and prosper businesses, methods to attract capital and individuals, effective and efficient advertising to promote sports, structure and methods of business development, development of new sports businesses. In the quantitative part, the findings of exploratory factor analysis showed that the values of the Kaiser-Mayer-Alkin (KMO) sampling adequacy test was 0.640 and the value of the Bartlett sphericity test was 4808.670, which was significant at the $p=0.001$ level so factor analysis was performed. In the Greenhouse-Geisser test, a significant value of 0.001 was obtained, which accepted the effectiveness of the extracted components in the development of potential businesses in public sports and provincial championships.

Conclusion

The findings showed that in order to develop potential businesses in the field of public and championships sports, actions should be focused on seven areas. The first step is the stage of identifying potential businesses, which is the most important stage of creating and developing businesses. The identified business developing obstacles included the lack of sports advertising in the provincial TV, the traditional approach of decision-making, the weak performance of sports managers, the inconsistency between sports officials in the province and lack of sports producers access to appropriate markets. For the development and prosperity of businesses, the following factors were identified: scientific orientation and specialization, expansion and promotion of businesses, expansion and improvement of interactions, support for works, business and marketing training, innovation and creativity, regular holding of provincial competitions and leagues. Encouraging sponsors to participate, encouraging donors to invest, attracting sponsors in sports, the need for the banking system to support sports businesses, attracting powerful sponsors in sports events, attracting regional investors were identified as solutions. Carrying out extensive and innovative advertising, as well as promoting and building a business culture, training and promoting businesses, business developing skills and structure, providing infrastructure and support, classification of businesses based on performance, precise and scientific design and planning, were identified as necessary efforts for effective development and prosperity. Also introducing and promoting new sports businesses was identified important and fundamental. Finally, the ranking of

solutions is considered in the order of developing new sports businesses, the structure and methods of developing businesses, methods of attracting capital and people, removing obstacles to business development, ways of identifying businesses, and efforts for developing and promoting potential businesses.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This article was prepared in full accordance with established ethical guidelines.

Funding: General directorate of sports and youth of East Azerbaijan Province provided financial support for this study.

Authors' contribution: All authors participated in preparing the final manuscript.

Conflict of interest: This article is derived from a research and is therefore original. All authors declare that there are no conflicts of interest.

Acknowledgments: The authors extend their sincere gratitude to the all persons who participated in this study for their assistance.





تبیین راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزشی در حوزه‌های ورزش همگانی و قهرمانی استان آذربایجان شرقی

یوسف یآوری^۱، جواد امانزاده^۲، محمودرضا داخته^۳، صبا دیبائی اصل^۴

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران. رایانامه: yavarif@gmail.com

۲. گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: amanzadehjavad@yahoo.com

۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران. رایانامه: dakhtehmanagement@gmail.com

۴. گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران. رایانامه: saba.dibayi73@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	مقدمه: هدف اصلی این پژوهش تبیین راهکارهای شناسایی و توسعه کسب و کارهای بالقوه حوزه ورزش همگانی و قهرمانی استان بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۴	روش پژوهش: پژوهش از نوع کاربردی بود و به روش آمیخته (کیفی و کمی) اجرا شد. جامعه آماری تحقیق شامل اعضای هیأت علمی، کارشناسان حوزه ورزش، مدیران باشگاه‌های ورزشی، کارشناسان حوزه کسب و کار و همچنین کارآفرینان کسب و کارها در حوزه ورزش بود. ۲۵ نفر در بخش کیفی با روش نمونه‌گیری هدفمند و در مواردی به روش گلوله‌برفی و در بخش کمی ۱۸۸ نفر به صورت هدفمند انتخاب شدند. در بخش کیفی با روش نظریه داده‌بنیاد با کدگذاری سه مرحله‌ای؛ در کدبندی باز ۵۰ مفهوم اولیه، در کدبندی محوری ۱۷ مقوله و در کدبندی گزینشی ۷ مقوله اصلی در قالب راه‌های شناسایی کسب و کارها، موانع توسعه، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارها، اقدامات جهت جذب سرمایه و افراد، تبلیغات مؤثر و کارآمد جهت ترویج ورزش‌ها، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها و توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی تبیین شدند. در بخش کمی از پرسشنامه حاصل از نتایج مصاحبه‌ها، شامل گویه‌هایی در هفت بعد استفاده شد.
کلیدواژه‌ها:	یافته‌ها: با اجرای روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر در بخش کمی مشخص شد که مؤلفه‌ها و داده‌ها دارای بسندگی مناسب، حجم نمونه کافی و بار عاملی قابل قبولی هستند.
توسعه، کسب و کار، کارآفرینی ورزشی، همگانی و قهرمانی.	نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که مؤلفه‌های هفت‌گانه و گویه‌های آنها در توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان تأثیرگذار و مهم‌اند.

استناد: یآوری، یوسف؛ امانزاده، جواد؛ داخته، محمودرضا؛ و دیبائی اصل، صبا (۱۴۰۴). تبیین راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزشی در حوزه‌های ورزش همگانی و قهرمانی استان آذربایجان شرقی. نشریه مدیریت ورزشی، (۳)، ۴۵-۶۵.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2024.366106.3203>

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



ناشر: انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

مقدمه

امروزه صنعت ورزش به سرعت یک موضوع جهانی شده، قلمرو آن همه جا را تسخیر کرده و در سراسر دنیا گسترش یافته است و میلیاردها انسان از آن بهره‌مند شده‌اند (سلیمی و همکاران، ۲۰۱۵). افزایش تقاضای شرکت در فعالیت‌های جسمانی و ورزشی سبب رشد و گسترش این فعالیت‌ها در سطح جهانی شده، به نحوی که برای پاسخگویی به این تقاضا و نیاز، جنبش‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مختلفی به وجود آمده است (رضایی صوفی و همکاران، ۲۰۱۲). ورزش و اقتصاد در تعامل با یکدیگرند؛ ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی را فراهم کرده و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب‌وکار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند (امیدی و همکاران، ۲۰۱۶).

در پژوهش‌های جدید، کارآفرینی از منظر ایجاد کسب‌وکارهای جدید و مالکیت ارزیابی شده و به صورت ظرفیت و تمایل به توسعه مدنظر قرار گرفته است (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۴). کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از راهکارهای بسیار اساسی برای توسعه همه‌جانبه یک کشور محسوب می‌شوند (شیبانی اصل و همکاران، ۲۰۲۱). گستردگی و تنوع کار ورزشی می‌تواند به جنبه اقتصادی ورزش، کارآفرینی و اشتغال‌زایی ورزشی کمک کند (عظیم‌زاده و همکاران، ۲۰۱۴) صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی نیاز دارند با جذب دانش جدید، ایده‌ها و ابداعات جدیدتری در خدمات و محصولات خود ارائه دهند و از این طریق از منظر برندسازی و اقتصادی به نفع شرکت عمل کنند (حسین‌پور و وحدانی، ۲۰۲۳). همچنین در این راه ذی‌نفعان و فعالان حوزه کسب‌وکارهای ورزشی می‌توانند از طریق تشکیل پدیده نوظهور استارت‌آپ‌های ورزشی، زمینه توسعه کسب‌وکارها در حوزه ورزش را فراهم کنند (پرواز و عیدی، ۲۰۲۳). در تحلیل عوامل زمینه‌ای موفقیت کسب‌وکارهای ورزشی عوامل بازاریابی، طرح کسب‌وکار، حمایت دولت، شبکه‌سازی، آمادگی کارآفرینی، فناوری، دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه و قانونمندی از عوامل زمینه‌ای مؤثر در موفقیت کسب‌وکارهای ورزشی در ایران عنوان شده‌اند (نوبخت و همکاران، ۲۰۱۵؛ قزلسفلو و چورلی، ۲۰۱۹). همچنین سرلاب و همکاران (۲۰۲۳) افزایش نشاط، افزایش سلامتی، توسعه اقتصادی و توسعه اجتماعی را به عنوان پیامدهای ایجاد کسب‌وکار شناسایی کردند.

شناخت فرصت‌ها و برطرف کردن مشکلات کارآفرینی به عنوان راهی برای کارآفرینی در ورزش معرفی می‌شود که در این صورت افراد بیشتری به سوی تأسیس کسب‌وکار و ایجاد اشتغال تشویق می‌شوند (مرادی و همکاران، ۲۰۲۰). ایجاد کسب‌وکارهای جدید، فرصت تولید ثروت بیشتر را فراهم می‌کند (سرلاب و همکاران، ۲۰۲۳). فعالیت‌های ورزشی یکی از بخش‌ها و زمینه‌های مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید اقتصادی است. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش، می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی بهره گیرند. ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی جدید، رشد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی موجود، نوآوری در عرضه انواع خدمات ورزشی، نوآوری در فنون و فرایندهای ورزشی، نوآوری در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی، نوآوری در سازماندهی امور ورزشی و غیره را می‌توان در حوزه فعالیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه ورزشی تعریف کرد (مندعلی‌زاده و هنری، ۲۰۱۰).

عوامل فردی، محیطی و سرمایه‌ای با ایجاد کسب‌وکار ارتباط مثبت و معناداری دارند و در این میان اهمیت عوامل فردی در توفیق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی بیشتر گزارش شده است (عظیم‌زاده و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین بر اساس برخی از تحقیقات انجام گرفته موانع توسعه کسب‌وکار عدم سرمایه‌گذاری و حمایت مالی، عدم توسعه نهادها، عدم حمایت‌های دولتی، عدم سازماندهی و

هدایت هواداران، عدم پخش رسانه‌ای مناسب، نبود نیروی انسانی، فقدان امکانات و فضاهای ورزشی، نبود توسعه حقوقی و قانونی و عدم توسعه علمی و پژوهشی (الهی و همکاران، ۲۰۱۰؛ رضایی، ۲۰۱۱)، فقدان توسعه مناسب زیرساخت‌ها، نبود انسجام قوانین، نبود برنامه‌ریزی‌های مشخص (یعقوبی منطری و آقامیری، ۲۰۱۷) عنوان شده‌اند.

از طرفی حوزه ورزش در برخی موارد به دو دسته ورزش همگانی و ورزش قهرمانی تقسیم شده است، اگرچه هدف هر دو سلامت جسم و روان است (مک‌کلوی و گردی، ۲۰۰۸)، اما تفاوت‌هایی بین ورزش همگانی و ورزش قهرمانی به‌خصوص در کشور ما وجود دارد (ساعی، ۲۰۲۰). ساده‌ترین تعریف ورزش همگانی این است که ورزش همگانی پرداختن عامه مردم به ورزش حتی در زمانی کوتاه با توجه به امکانات موجود و شرایط افراد است. ورزش‌های همگانی به همه فعالیت‌های ورزشی اجتماع‌محور که جنبه تفریحی دارد و ارمغان آن حفظ سلامتی و توسعه استانداردهای بهداشتی است، گفته می‌شود. به عبارت دیگر ورزش همگانی پرداختن به مجموعه‌ای از فعالیت‌های ورزشی ساده، کم‌هزینه، بدون رسمیت، فرحبخش و بانشاط است که امکان شرکت در آنها برای همه افراد وجود داشته باشد. فدراسیون ورزش‌های همگانی، متولی گسترش فعالیت‌های ورزشی مردمی در سطح کشور است که با هدف ایجاد امکانات و بسترسازی مناسب به‌منظور ایجاد نشاط و شادابی در مردم و سلامتی، تندرستی، کارایی و بهره‌وری هرچه بیشتر ایجاد شده است. البته بعضی سازمان‌ها نیز بخش‌های جداگانه‌ای از تشکیلات سازمانی خود را به این امر اختصاص داده‌اند. ورزش قهرمانی ورزشی است رقابتی و سازمان‌یافته که با توجه به مقررات خاص هر رشته برای ارتقای رکوردهای ورزشی و کسب رتبه یا نشان انجام می‌شود (مک‌کردی و گردی، ۲۰۰۸). متولی ورزش قهرمانی، فدراسیون‌های ورزشی، وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک هستند. برای توسعه ورزش قهرمانی مؤلفه‌های توسعه نهادهای مرتبط با ورزش قهرمانی، توسعه منابع انسانی، توسعه مدیریت و راهبرد، توسعه حمایتی از مربیان و ورزشکاران، توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی، توسعه علمی و پژوهشی، توسعه استانداردها و ارزیابی‌ها، توسعه و جذب منابع مالی مورد نیاز، توسعه همه‌جانبه آموزش، توسعه آمار و اطلاعات، توسعه امکانات و زیرساخت‌های ورزشی استاندارد و توسعه تجهیزات مدرن ورزشی بیان شده است. توسعه ورزش قهرمانی در هر کشور، پیش‌زمینه موفقیت در رقابت‌های جهانی و المپیک است و موفقیت در میادین بین‌المللی ورزشی موقعیت و جایگاه ارزشمندی است که اغلب، دولت‌ها از ظرفیت‌های سیاسی و تبلیغاتی آن برای رسیدن به بسیاری از اهداف غیرورزشی خود استفاده می‌کنند. این نوع موفقیت‌ها به علت ایجاد حس غرور ملی، پیوستگی اجتماعی و وجهه بین‌المللی، ظرفیت سوددهی اقتصادی کشور را افزایش می‌دهد و کاربرد دیپلماتیک آن نیز روزبه‌روز در حال افزایش است (دی بوسچر و همکاران، ۲۰۰۹).

موضوع اشتغال و کارآفرینی یکی از چالش‌های اساسی جوامع و سازمان‌های سراسر جهان است و در این بین در داخل کشور نیز به این بحث به‌ویژه در حوزه ورزش کمتر توجه شده است. مطالعات در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکارهای ورزشی در استان آذربایجان شرقی به‌خصوص تحقیقاتی که کسب‌وکارهای ورزشی در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی را بررسی و راهکارهای توسعه کسب‌وکارها را ارائه کند، محدود و خلأ اطلاعات و دانش علمی در این حوزه مشهود است. استان آذربایجان شرقی به دلیل داشتن منابع انسانی متخصص ورزشی که حاصل گرایش‌های مختلف رشته علوم ورزشی و تربیت بدنی در مقاطع مختلف در استان از یک سو و همچنین تراکم جمعیتی مناسب استان و وجود فرهنگ و انگیزه ورزش و فعالیت بدنی در بین آحاد جامعه و نیز وجود زیرساخت‌های تا حدی قابل قبول در بحث ایجاد و توسعه صنایع، شرکت‌ها، مؤسسات و کارخانه‌ها از سوی دیگر است و در ضمن حضور قهرمانان ورزشی زیاد در سطوح ملی و بین‌المللی ویژگی بالقوه خاص و منحصربه‌فردی را در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی دارد، اما با وجود این کسب‌وکارهای ورزشی در حوزه ورزش

¹. McKelvey & Grady

². De Bosscher

همگانی و قهرمانی استان از توسعه‌یافتگی مطلوبی برخوردار نیستند، ازاین‌رو شناسایی فرصت‌های بالقوه، روش‌ها و راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای حوزه ورزش همگانی و قهرمانی از اهمیت خاصی برخوردار است. ازاین‌رو هدف کلی این تحقیق نزدیک شدن به فرایند توسعه کسب‌وکار و کارآفرینی از طریق شناسایی، ارزیابی و بررسی عوامل مؤثر فرصت‌های بالقوه بازار با تمرکز بر کارآفرینی ورزشی در بخش همگانی و قهرمانی است. نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی، مدیران و سیاستگذاران اقتصادی و ورزشی و همچنین متخصصان و تحصیل‌کرده‌های علوم ورزشی در جهت ایجاد و توسعه کسب‌وکارها به‌ویژه در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی قرار گیرد، همچنین به کارآفرینان نوظهور کمک می‌کند تا راهکارهایی را که به موفقیت کسب‌وکارها منجر می‌شود، شناسایی کرده و با تکیه بر آن راهبردهای بازاریابی مناسبی را برای افزایش سهم بازار خود انتخاب کنند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف کاربردی است و به‌صورت میدانی انجام شده و به شناسایی و ارائه راهکار برای توسعه کسب‌وکارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان آذربایجان شرقی پرداخته است. برای دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر و معتبرتر تحقیق حاضر به‌صورت آمیخته متوالی در دو بخش کیفی و کمی اجرا شد. روش آمیخته متوالی به این صورت اجرا شد که ابتدا بخش کیفی از طریق بررسی کتاب‌ها، مقالات علمی و مصاحبه با افراد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی اختصاص یافت و سپس در بخش کمی پرسشنامه‌ای بر اساس نتایج و یافته‌های مرحله کیفی آماده شده و به‌صورت پیمایشی استفاده شد (کرسول ترجمه دانایی‌فرد و کاظمی، ۲۰۱۹). جامعه آماری تحقیق شامل اعضای هیأت علمی، کارشناسان و متخصصان حوزه ورزش همگانی و قهرمانی، مسئولان هیأت‌های ورزشی استان، مدیران باشگاه‌های ورزشی، کارشناسان و متخصصان حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار و همچنین کارآفرینان و مدیران کسب‌وکارهای توسعه‌یافته در حوزه ورزش بود. در بخش کیفی پژوهش با عنایت به ماهیت آن از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. بدین‌معنا که بر اساس شناخت محقق و با استفاده از نظرهای استادان، مدیران و کارشناسان فعال در حوزه ورزش استان و کسب‌وکارهای ورزشی فعال، نمونه‌های آماری شناسایی شد و مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد. همچنین در مواردی از روش گلوله‌برفی برای دستیابی به نمونه‌های بیشتر و مطلع‌تر استفاده شد. در این پژوهش با مصاحبه از ۲۵ نفر از افراد جامعه آماری از همه بخش‌ها و طیف‌ها اشباع نظری داده‌ها حاصل شد. در بخش کمی و پیمایشی به‌منظور دستیابی به داده‌ها و اطلاعات کافی و مناسب با استفاده از ترکیب یافته‌های حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای و نتایج حاصل از اجرای مصاحبه‌ها، پرسشنامه بخش پیمایشی تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها تهیه شد. پرسشنامه آماده‌شده شامل دو بخش بود؛ بخش اول دربرگیرنده اطلاعات جمعیت‌شناختی جنسیت، سن، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل و سابقه کار/خدمت بود. بخش دوم در هفت بعد روش‌ها و راه‌های شناسایی (۴ گویه)، موانع توسعه (۱۸ گویه)، اقدامات توسعه و رونق (۱۵ گویه)، روش‌ها و اقدامات جهت جذب سرمایه و افراد (۱۰ گویه)، تبلیغات مؤثر و کارآمد (۷ گویه)، ساختار و روش‌ها (۱۲ گویه) و توسعه کسب‌وکارهای نوین (۷ گویه) با مقیاس لیکرت پنج‌گزینه‌ای از مهم نیست (۱) تا خیلی مهم (۵) تنظیم شد. در این بخش پرسشنامه در اختیار افرادی از گروه‌های مختلف جامعه آماری که هدفمند انتخاب شده بودند، قرار گرفت و در نهایت ۱۸۸ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری شد.

روایی صوری و محتوایی سؤالات مصاحبه توسط چند نفر از متخصصان حوزه تربیت بدنی و استادان علوم ورزشی بررسی و تأیید شد. برای تعیین روایی و پایایی داده‌ها دو معیار قابل قبول بودن و قابلیت اطمینان مدنظر قرار گرفت. برای قابل قبول بودن و تأیید درستی

یافته‌ها، رونوشت‌های مصاحبه به مصاحبه‌شوندگان نشان داده شد و موافقت یا مخالفت آنها با مطالب مکتوب‌شده مشخص شد. به‌منظور تضمین قابلیت اطمینان سعی شد تا فرایندهای مربوط به پژوهش به‌طور واضح در متن پژوهش بیان شود. همچنین سعی شد تا از افراد گروه‌های مختلف جامعه آماری مصاحبه به‌عمل آید تا تهدید روایی هنگام جمع‌آوری داده‌ها به حداقل برسد. به‌منظور تأمین پایایی در مرحله کدگذاری داده‌ها، این عمل چندین بار توسط اعضای تیم پژوهش بررسی شد و در نهایت با مشورت با همکاران تیم پژوهش و استادان دیگر به پایان رسید. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از قضاوت متخصصان و بررسی میزان پوشش و تناسب سؤالات با اهداف موضوع تحقیق استفاده شد. به این منظور پرسشنامه در اختیار اعضای هیأت علمی مدیریت باسابقه و صاحب‌نظر قرار گرفت و نظرهای آنان در متن و ظاهر ابزار اعمال شد. برای بررسی پایایی ابزار اندازه‌گیری که به ثبات در گردآوری داده‌ها اشاره دارد، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد.

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های بخش کیفی از روش تحلیل نظریه داده‌بنیاد بهره گرفته شد. در نظریه داده‌بنیاد یا زمینه‌ای از سه مرحله کدگذاری؛ کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی یا گزینشی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. به عبارت دیگر در مرحله مصاحبه تجزیه و تحلیل داده‌ها در یک فرایند چندمرحله‌ای صورت گرفت. در بخش کمی به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها در نرم‌افزار SPSS24 از روش‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از جداول فراوانی و نمودارها، میانگین و انحراف استاندارد استفاده شد. در بخش آمار استنباطی ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن داده‌ها بررسی شد، در ادامه از آزمون‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در بخش کیفی این پژوهش با مصاحبه از ۲۵ نفر از افراد جامعه آماری از همه بخش‌ها و طیف‌ها اشباع نظری داده‌ها حاصل شد. سؤالات مصاحبه با در نظر گرفتن اطلاعات حاصل از مطالعه مبانی نظری و مقالات دربرگیرنده روش‌ها و راه‌های شناسایی، موانع توسعه، راهکارهای رونق بخشیدن، جذب سرمایه و افراد، تبلیغات مؤثر و کارآمد، شناسایی کسب و کارهای نوین، وجود تفاوت در عوامل مؤثر توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان تهیه شد.

کدگذاری باز

کدگذاری باز فرایند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آنها در داده‌ها کشف می‌شوند. در این مرحله، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد، مقوله‌های اولیه اطلاعات در خصوص پدیده در حال مطالعه را به وسیله بخش‌بندی اطلاعات شکل می‌دهد. در مرحله کدبندی باز ۵۰ مفهوم اولیه استخراج شد. شایان ذکر است که از بین کدهای مزبور، کدهای استفاده از متخصصان و اهل فن در حوزه ورزش‌های همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی (با ۱۸ فراوانی)، توسعه زیرساخت‌های ورزش‌های همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی، لزوم بررسی شرایط اقتصادی، اجتماعی و رقابتی بازار توسط سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان جدیدالورود به این حوزه (هر کدام با ۱۵ فراوانی) و در مرحله سوم ارائه طرح‌های عملی و واقع‌بینانه توسط افراد ورزشی و تحصیل کرده (با ۱۴ فراوانی)، بیشترین رجوع را از سوی صاحب‌نظران به خود اختصاص دادند.

کدگذاری محوری

در ادامه بر اساس کدگذاری‌های حاصل از مرحله باز، کدگذاری محوری صورت می‌گیرد که در آن یک طبقه کدگذاری باز که مشارکت‌کنندگان به‌طور گسترده از آن بحث کرده‌اند یا اهمیت و جذابیت مفهومی خاصی دارد، انتخاب و بر آن متمرکز می‌شود و سپس به داده‌ها مراجعه کرده و طبقاتی حول این پدیده محوری تشکیل داده می‌شود. این طبقات همان شرایط علی اثرگذار بر پدیده محوری، راهبردهای مواجهه و مدیریت پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر شکل‌دهنده این راهبردها و پیامدهای اجرای این راهبردها هستند. در این مرحله مقوله‌ها به‌صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. یافتن کدهای مشترک و مقوله‌بندی محوری نیز مستلزم استفاده از روش مقایسه‌ای ثابت است. در این مرحله نظریه به‌تدریج ظهور می‌یابد. کدبندی محوری داده‌های گردآوری‌شده بر مبنای مفاهیم مشترک انجام گرفت و در مجموع ۱۷ مقوله شناسایی کسب‌وکار، علل و موانع توسعه کسب‌وکار، جذب سرمایه و حمایت مالی، آموزش و ترویج، علم‌گرایی و تخصص‌گرایی، گسترش، توسعه و ترویج، گسترش و بهبود تعاملات، تبلیغات مؤثر و کارآمد، حمایت و پشتیبانی، ترویج و فرهنگ‌سازی، ساختار و روش‌های توسعه، اقدامات توسعه و رونق، آموزش کسب‌وکار و بازاریابی، نوآوری و خلاقیت، طراحی و برنامه‌ریزی دقیق و علمی، تأمین زیرساخت و پشتیبانی و طبقه‌بندی بر اساس عملکرد استخراج شد.

جدول ۱. کدبندی محوری داده‌های گردآوری‌شده بر مبنای مفاهیم مشترک

ردیف	مقوله عمده	مفاهیم اولیه	مصاحبه‌شوندگان
۱	شناسایی کسب‌وکار	اقتباس از طرح‌های موفق دیگر استان‌ها برگزاری جشنواره‌های استانی جهت شناساندن پتانسیل‌های کسب‌وکارهای ورزشی استانی توجه به داشته‌های طبیعی و جغرافیایی استان جهت ترویج ورزش همگانی و گردشگری ورزشی گمنام ماندن تولیدات و برندهای ورزشی استان ریشه‌یابی علل عقب‌ماندگی کسب‌وکارهای بومی ورزشی استان	P ₃ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₂₅ P ₅ , P ₂₀ P ₁₃ , P ₂₂ , P ₂₃
۲	علل و موانع توسعه کسب‌وکار	نبود تبلیغات ورزشی در شبکه استانی صداوسیما رویکرد سنتی تصمیم‌گیری در ورزش استان ضعف عملکرد مدیران ورزشی استان ناهماهنگی میان مسئولان ورزش قهرمانی و همگانی در استان دسترسی نداشتن تولیدکنندگان ورزشی به بازارهای خارجی	P ₂ , P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃ P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₃ , P ₂₅ P ₅ , P ₁₆ , P ₁₉ , P ₂₂ , P ₂₄ , P ₂₅ P ₁ , P ₃ , P ₇ , P ₁₄ , P ₂₀ , P ₂₃ , P ₂₄ , P ₂₅ P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₉ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₄ P ₂ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₉ , P ₂₄
۳	جذب سرمایه و حمایت مالی	تشویق حامیان مالی جهت مشارکت بیشتر تشویق خیرین جهت سرمایه‌گذاری در این عرصه جذب حامیان مالی در هر دو حوزه ورزش همگانی و قهرمانی لزوم حمایت سیستم بانکی از کسب‌وکارهای موجود استان نبود حامی مالی قدرتمند در رویدادهای ورزشی استانی	P ₃ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₆ , P ₂₃ P ₁₉ , P ₂₂ P ₁₅ , P ₁₉ P ₄ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₂ , P ₂₃ P ₂₀ , P ₂₂

۴	آموزش و ترویج	جذب سرمایه‌گذاران منطقه‌ای به سمت و سوی مشارکت در ورزش استان لزوم برگزاری دوره‌های مرتبط با بازاریابی ورزشی آشناسازی سرمایه‌گذاران استانی به وظیفه اجتماعی خود استفاده از متخصصان اقتصاد و بازاریابی	P ₄ , P ₈ , P ₂₃ P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ P ₁₉ , P ₂₄ P ₁ , P ₁₁
۵	علم‌گرایی و تخصص‌گرایی	انتخاب نفرات علمی و ورزشی برای ریاست هیأت‌های ورزشی حذف تصمیم‌گیری‌های سلیقه‌ای از ورزش استان استفاده از افراد تحصیل کرده و علمی جهت تلفیق علم ورزش و بازاریابی نوین استفاده از متخصصان و اهل فن در هر دو حوزه همگانی و قهرمانی و تولیدات ورزشی	P ₁ , P ₄ , P ₆ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁ P ₁ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₉ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₉ , P ₂₅ P ₅ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₄ , P ₁₅ P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₆ , P ₇ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃ , P ₂₄ , P ₂₅ P ₁₉ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₃
۶	گسترش، توسعه و ترویج	ایجاد فروشگاه‌های ورزشی قابل دسترس و ارزان قیمت مرتبط با ورزش‌های همگانی در پارک‌ها و فضاهای سبز برگزاری مرتب لیگ‌های استانی با حمایت تولیدکنندگان ورزشی راه‌اندازی و رونق بخشیدن به ایستگاه‌های سلامتی در استان نبود تعاملات بین‌المللی ورزشی در خصوص کسب‌وکارهای نوین ورزشی در استان	P ₁ , P ₂₂ P ₁ , P ₁₄ P ₁₁ , P ₁₉ , P ₂₄
۷	گسترش و بهبود تعاملات	افزایش تعامل مسئولان ورزشی استان با مربیان و قهرمانان انجام تبلیغات گسترده و مبتکرانه استفاده از خبرگان و نام‌آوران عرصه تبلیغات	P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₄ P ₁₆ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₂ , P ₂₃ P ₁ , P ₁₈
۸	تبلیغات مؤثر و کارآمد	افزایش حمایت مسئولان ارشد استانی از ورزش‌های نوپا در استان حمایت مربیان زبده و مجرب استان از کسب‌وکارهای نوپا تشکیل و تقویت اتحادیه‌های استانی کسب‌وکارهای ورزشی لزوم شناساندن تأثیرات مثبت ورزش همگانی بر افراد جامعه	P ₅ , P ₉ , P ₁₇ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₇ P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₅ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉
۹	حمایت و پشتیبانی	افزایش حمایت مسئولان ارشد استانی از ورزش‌های نوپا در استان حمایت مربیان زبده و مجرب استان از کسب‌وکارهای نوپا تشکیل و تقویت اتحادیه‌های استانی کسب‌وکارهای ورزشی لزوم شناساندن تأثیرات مثبت ورزش همگانی بر افراد جامعه	P ₅ , P ₉ , P ₁₇ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₇ P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₅ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉
۱۰	ترویج و فرهنگ‌سازی	افزایش حمایت مسئولان ارشد استانی از ورزش‌های نوپا در استان حمایت مربیان زبده و مجرب استان از کسب‌وکارهای نوپا تشکیل و تقویت اتحادیه‌های استانی کسب‌وکارهای ورزشی لزوم شناساندن تأثیرات مثبت ورزش همگانی بر افراد جامعه	P ₅ , P ₉ , P ₁₇ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₇ P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₅ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉
۱۱	روش‌ها و ساختار توسعه	افزایش حمایت مسئولان ارشد استانی از ورزش‌های نوپا در استان حمایت مربیان زبده و مجرب استان از کسب‌وکارهای نوپا تشکیل و تقویت اتحادیه‌های استانی کسب‌وکارهای ورزشی لزوم شناساندن تأثیرات مثبت ورزش همگانی بر افراد جامعه	P ₅ , P ₉ , P ₁₇ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₇ P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₅ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉
۱۲	روش‌ها و ساختار توسعه	افزایش حمایت مسئولان ارشد استانی از ورزش‌های نوپا در استان حمایت مربیان زبده و مجرب استان از کسب‌وکارهای نوپا تشکیل و تقویت اتحادیه‌های استانی کسب‌وکارهای ورزشی لزوم شناساندن تأثیرات مثبت ورزش همگانی بر افراد جامعه	P ₅ , P ₉ , P ₁₇ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₇ P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₅ P ₅ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₂₄ P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉

P ₂ , P ₃ , P ₁₀ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₈ , P ₂₀ , P ₂₁ , P ₂₂	رفع موانع اقتصادی، اداری و فرهنگی در مسیر توسعه ورزش‌های قهرمانی و همگانی	اقدامات توسعه و رونق
P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀ , P ₂₄ , P ₂₅	ارائه طرح‌های عملی و واقع‌بینانه توسط افراد ورزشی و تحصیل کرده	
P ₁ , P ₂ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₄ , P ₂₂ , P ₂₃	لزوم ثبات مدیریتی در استان	
P ₅ , P ₉ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₅	لزوم آشنایی مدیران و صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی با اصول علمی مدیریت و بازاریابی	آموزش کسب‌وکار و بازاریابی
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₂ , P ₂₄ , P ₂₅	لزوم بررسی شرایط اقتصادی، اجتماعی و رقابتی بازار توسط سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان جدیدالورود به این حوزه	
P ₄ , P ₆ , P ₈ , P ₉ , P ₁₀ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₉ , P ₂₀ , P ₂₂	انجام فعالیت‌های ابتکاری و خلاقانه توسط مؤسسان و متولیان کسب‌وکارهای ورزشی استان	نوآوری و خلاقیت
P ₃ , P ₇ , P ₉ , P ₁₄ , P ₁₆	لزوم انجام طرح‌های مطالعاتی اولیه در پروژه‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی استان	طراحی و برنامه‌ریزی دقیق
P ₁₀ , P ₁₅	لزوم ایجاد بانک اطلاعاتی در خصوص کسب‌وکارهای ورزشی	و علمی
P ₁ , P ₂₂	لزوم اختصاص زمین‌های ارزان‌قیمت در شهرک‌های صنعتی به سرمایه‌گذاران حوزه ورزش	تأمین زیرساخت و پشتیبانی
P ₁ , P ₄ , P ₇ , P ₂₀	فراهم کردن زیرساخت‌های لازم جهت سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذار	
P ₁₂ , P ₁₉	طبقه‌بندی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای بر حسب میزان قهرمان‌پروری	طبقه‌بندی بر
P ₂ , P ₅ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₂₂ , P ₂₃	عدم تفکیک ملزومات و مخاطبان ورزش‌های همگانی و قهرمانی در استان	اساس عملکرد

کدبندی گزینشی یا انتخابی

در این مرحله، نظریه تقریباً به استحکام رسیده است و محقق بعد انجام برخی اصلاحات نظری ممکن، با مقوله‌های اندکی سروکار دارد. فرایند نظریه‌سازی زمینه‌ای در مرحله کدبندی گزینشی تقریباً به اتمام می‌رسد. در این مرحله محقق با تعداد اندکی از مقوله‌های انتزاعی به تدوین نظریه می‌پردازد و نیازی به کدبندی جدید ندارد. مقوله‌های مورد استفاده به لحاظ نظری اشباع شده‌اند و هر کدام بر اساس مفاهیم کدبندی‌شده مراحل اول و دوم به صورت منطقی در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. در نهایت بر اساس کدبندی گزینشی ۷ مقوله اصلی در قالب روش‌ها و راه‌های شناسایی کسب‌وکارها، موانع توسعه کسب‌وکارها، اقدامات توسعه و رونق کسب‌وکارها، روش‌ها و اقدامات جهت جذب سرمایه و افراد، تبلیغات مؤثر و کارآمد جهت ترویج ورزش‌ها، ساختار و روش‌های توسعه کسب‌وکارها و توسعه کسب‌وکارهای نوین ورزشی به عنوان راهکارهای شناسایی و توسعه کسب‌وکارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان تبیین شدند.



شکل ۱. مفاهیم، مقولات عمده و هسته‌ای استخراج شده از داده‌های کیفی

نتایج و یافته‌های بخش کمی پژوهش

نمونه‌های آماری این تحقیق متشکل از ۱۸۸ نفر، شامل اعضای هیأت علمی، کارشناسان و متخصصان حوزه ورزش همگانی و قهرمانی، مسئولان هیأت‌های ورزشی استان، مدیران باشگاه‌های ورزشی، کارشناسان و متخصصان حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار و همچنین کارآفرینان و مدیران کسب‌وکارهای توسعه‌یافته در حوزه ورزش بود. بررسی وضعیت جنسیتی افراد نشان داد که ۸۰ درصد نفرات مرد و ۲۰ درصد زن بودند. بررسی وضعیت سنی افراد نشان داد که میانگین سنی مشارکت‌کنندگان برابر $37/98 \pm 10/79$ بود و در فاصله سنی ۳۰ تا ۵۰ سال بیش از نصف افراد (۵۳ درصد) قرار داشتند. بررسی وضعیت تحصیلی افراد نشان داد که ۹۹ نفر (۵۲/۷ درصد) با مدرک تحصیلی کارشناسی دارای بیشترین فراوانی بودند. در رتبه بعدی افراد با تحصیلات تکمیلی با فراوانی ۵۳ نفر (۲۸/۲ درصد) قرار داشتند. بررسی وضعیت رشته تحصیلی افراد نشان داد که ۸۹ نفر (۴۷/۳ درصد) دانش‌آموخته رشته تربیت بدنی دارای بیشترین فراوانی بودند. بررسی وضعیت شغلی افراد مشارکت‌کننده در تحقیق نشان داد که ۱۱۲ نفر (۵۹/۶ درصد) در مشاغل آزاد مثل مربیگری، فروشنده‌گی، کار در هیأت‌های ورزشی و غیره فعالیت داشتند. در رتبه بعدی افرادی که دارای کسب‌وکار شخصی بودند یا به عبارتی صاحب کسب‌وکار بودند با فراوانی ۳۴ نفر (۱۸/۱ درصد) قرار داشتند. بررسی وضعیت سابقه شغلی یا خدمتی افراد نشان داد که میانگین سابقه شغلی مشارکت‌کنندگان

برابر $18/03 \pm 13/10$ بود. کمترین سابقه شغلی ۱ سال و بیشترین ۵۰ سال بود و در فاصله سابقه شغلی ۵ تا ۱۵ سال نزدیک به نصف افراد (۴۰ درصد) قرار داشتند.

برای بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد و با توجه به سطوح معناداری به دست آمده مشخص شد که توزیع داده‌های کل پرسشنامه توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی و ابعاد راه‌های شناسایی کسب و کارهای بالقوه، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارهای، تبلیغات مؤثر و کارآمد جهت ترویج ورزش‌ها، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها و توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی نرمال است. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. برای آزمون آلفای کرونباخ پرسشنامه ضریب آلفای (۰/۸۹) به دست آمد که با توجه به مقدار به دست آمده پایایی پرسشنامه تأیید شد. یافته‌های تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد مقادیر آزمون کفایت و یا بسندگی نمونه‌گیری کایزر-مایر الکین (KMO) به میزان ۰/۶۴۰ و ارزش آزمون کرویت بارتلت به میزان $4808/670$ در سطح $P = 0/001$ معنادار است که از نظر آماری وقتی KMO بیشتر از ۰/۶۰ باشد و آزمون کرویت بارتلت معنادار باشد، می‌توان تحلیل عاملی را اجرا کرد.

برای تعیین اینکه چند مؤلفه یا عامل استخراج خواهد شد، با استفاده از ملاک کایزر تعداد مؤلفه‌های دارای ارزش ویژه ۱ و بالاتر را مشخص می‌کنیم. بر اساس اطلاعات جدول در این تحقیق ۲۶ مؤلفه نخست دارای ارزش‌های ویژه بالای ۱ شدند که در مجموع ۶۹/۹۷ درصد واریانس را تبیین می‌کند. روش دیگر برای مشخص کردن تعداد مؤلفه‌ها بررسی نمودار اسکری است که در آن به دنبال تغییر جهت در شکل نمودار هستیم و تنها مؤلفه‌های بالای نقطه تغییر نگه داشته می‌شوند. بر اساس نمودار هم مشخص شد که ۲۶ مؤلفه نگه داشته شوند. در ادامه با در نظر گرفتن اطلاعات و داده‌های جداول component matrix و pattern matrix مشخص شد که ۷ مؤلفه مربوط به یافته‌های بخش کیفی تحقیق تأیید شدند که ۱۵ سؤال با بار بالای ۰/۳ بر روی مؤلفه ۱، ۱۱ سؤال روی مؤلفه ۲، ۱۱ سؤال روی مؤلفه ۳، ۱۰ سؤال روی مؤلفه ۴، ۸ سؤال روی مؤلفه ۵، ۶ سؤال روی مؤلفه ۶ و ۶ سؤال روی مؤلفه ۷ قرار گرفتند.

برای تشخیص میزان اهمیت هریک از مؤلفه‌های پرسشنامه راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه ورزشی از آزمون تحلیل واریانس اندازه‌گیری مکرر استفاده شد. در جدول ۳ میزان اهمیت هریک از مؤلفه‌های پرسشنامه راهکارهای توسعه کسب و کارهای بالقوه در دامنه ۰ تا ۵ نشان داده شده است. با توجه به اینکه تعداد سؤالات مقیاس‌ها با هم متفاوت بود، به منظور فراهم ساختن امکان مقایسه نمرات حاصل از مؤلفه‌ها نمرات کل هر مؤلفه به تعداد سؤالات مربوط تقسیم شد تا میانگین هر مؤلفه مشخص شود. به این طریق نمرات مؤلفه‌ها در دامنه صفر تا پنج قرار گرفتند که نمرات بالاتر بیانگر اهمیت بیشتر است.

جدول ۲. میانگین و انحراف استاندارد مؤلفه‌های پرسشنامه

ردیف	مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
۱	راه‌های شناسایی کسب و کارهای بالقوه	۱۸۸	۳/۴۷	۰/۶۳
۲	موانع توسعه کسب و کارهای بالقوه	۱۸۸	۳/۵۲	۰/۴۰
۳	اقدامات توسعه و رونق کسب و کارهای	۱۸۸	۳/۴۵	۰/۴۲
۴	روش‌ها و اقدامات جذب سرمایه و افراد	۱۸۸	۳/۶۲	۰/۴۲
۵	تبلیغات مؤثر و کارآمد ترویج ورزش‌ها	۱۸۸	۳/۵۱	۰/۵۴
۶	ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها	۱۸۸	۳/۶۶	۰/۴۷
۷	توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی	۱۸۸	۳/۶۹	۰/۵۳

برای تحلیل داده‌ها و مقایسه میانگین داده‌ها بین این چند مؤلفه باید از آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری‌های مکرر استفاده کرد. آزمون پیش‌فرض مورد استفاده برای اندازه‌گیری‌های مکرر آزمون کرویت ماچلی (Mauchly's Test of Sphericity) است. کرویت به تشابه روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل در اندازه‌گیری مکرر مربوط می‌شود. اگر روابط بین آنها، مقادیر متغیر وابسته را تغییر بدهد، فرضیه کرویت زیر پا گذاشته می‌شود و این مسئله شانس ارتکاب خطای نوع اول را افزایش خواهد داد. یکی از پیش‌فرض‌های استفاده از تحلیل واریانس برای اندازه‌گیری‌های تکرارشونده، پیش‌فرض تساوی کوواریانس‌ها بین متغیرهای وابسته است، در نتیجه این آنالیز را می‌توان با آزمون کرویت ماچلی ارزیابی کرد.

جدول ۳. نتایج آزمون کرویت ماچلی

اثر	ماچلی W	خی‌دو تخمینی	df	معناداری	Epsilon ^b		
					Greenhouse-Geisser	Huynh-Feldt	Lower-bound
درون گروهی	۰/۴۸۹	۱۳۲/۳۳	۲۰	۰/۰۰۰۱	۰/۸۰۸	۰/۸۳۲	۰/۱۶۷

برای آزمون کرویت معناداری ۰/۰۰۱ به دست آمده است، از این رو فرض کرویت رد می‌شود و در نتیجه از آزمون‌های جایگزین Greenhouse-Geisser برای بررسی مؤلفه‌های مطالعه استفاده می‌شود. با توجه به آنکه برای آزمون Greenhouse-Geisser مقدار Epsilon برابر ۰/۸۰۸ به دست آمده است از این آزمون برای بررسی فرضیه‌های ارائه شده استفاده می‌شود. در آزمون Greenhouse-Geisser مقدار معناداری برابر ۰/۰۰۱ به دست آمده است که تأثیرگذار بودن مؤلفه‌های استخراج شده در توسعه کسب‌وکارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی استان پذیرفته می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون گرین هاوزر

اثر	Greenhouse-Geisser	df	F	معناداری	مجذور اتای تفکیکی
درون گروهی	۰/۴۸۹	۴/۸۴	۲۰	۰/۰۰۰۱	۰/۵۶

بحث و نتیجه‌گیری

روندی که در مبحث راه‌اندازی، توسعه و حفظ کسب‌وکارها به‌ویژه کسب‌وکارهای بالقوه ورزشی در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی در استان وجود دارد، دارای ایرادات و مشکلات عدیده‌ای است. با بررسی اولیه میدانی مشخص می‌شود که کسب‌وکارهای موجود و فعال در ورزش استان هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی در وضعیت مطلوبی نیستند، از این رو می‌طلبید که اقدامات مؤثر و کارآمدی در این حوزه بر اساس نتایج و یافته‌های علمی حاصل از اجرای تحقیقات و پژوهش‌های متنوع در سطوح مختلف صورت گیرد. یافته‌های توصیفی این پژوهش بیانگر این مطلب است که از نظر جنسیتی تعداد مردان از برتری نسبی بالاتری برخوردارند و این را می‌طلبید که نسبت به کسب‌وکار و کارآفرینی زنان اهمیت بیشتری داده شود و اقدامات لازم از سوی مسئولان و سرمایه‌گذاران صورت گیرد. از نظر سنی باید تمهیداتی اندیشیده شود تا سن شروع کسب‌وکار کاهش یابد، چراکه تأثیرات خوب و مناسب شایان توجهی در سطح فردی و اجتماعی می‌تواند ایجاد کند. همچنین نیاز است اقدامات مؤثر در جهت شناساندن انواع کسب‌وکارها به دانش‌آموختگان و فعالان حوزه ورزش صورت گیرد. تدوین

سند جامع ورزش کشور و فراهم کردن مقدمات اعطای وام‌های کم‌بهره با دوره تنفس مناسب و کافی برای ایجاد کارآفرینی و کسب‌وکار از جمله آنهاست. در ضمن با توجه به اینکه بیشتر کسب‌وکارها و شاغلان در این حوزه نوپا و یا تازه‌کارند، از این‌رو ضروری است مشاوره‌های لازم جهت اشتغال، توسعه و حفظ کسب‌وکار و غیره توسط متخصصان به آنها ارائه شود. نتایج این بخش با نظرها و یافته‌های [آراستی و اکبری جوکار \(۲۰۰۶\)](#) در خصوص گسترش شیوه‌های ارتباط شبکه‌ای زنان برای راه‌اندازی کسب‌وکار، [شفق و دنیز \(۲۰۱۲\)](#)، [رز و وینست \(۲۰۱۹\)](#) در مورد نقش ویژگی‌های فردی و عملکرد مدیران، عظیمی دلارستانی و همکاران (۲۰۱۸) درباره لزوم شناسایی عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی راهبردی در کسب‌وکارهای ورزشی، رضانی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۸) در مورد در نظر گرفتن رویکرد جدید برای توسعه کارآفرینی در ورزش و [احسانی و همکاران \(۲۰۱۳\)](#) در مورد لزوم طراحی و تدوین نظام جامع ورزش حرفه‌ای، [رسولی و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) در خصوص توسعه مدل تجاری بومی برای باشگاه ورزشی همخوانی دارد.

یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها پس از اجرای کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی مشخص کرد که به‌منظور توسعه کسب‌وکارهای بالقوه در حوزه ورزش همگانی و قهرمانی اقدامات باید در هفت بخش متمرکز شود. گام اول مرحله شناسایی کسب‌وکارهای بالقوه است که باید مدنظر قرار گیرد. شاید بتوان گفت که این مرحله مهم‌ترین مرحله ایجاد و توسعه کسب‌وکارهاست. راهکارهایی که برای شناسایی کسب‌وکارها پیشنهاد شده این است که فرصت‌های بالقوه ایجاد کسب‌وکارهای موجود در استان با بررسی‌های مناسب و لازم کشف و شناسایی شود، به عبارت دیگر نیازسنجی از طرق مختلف می‌تواند مثمر و مفید واقع شود. برگزاری استارت‌آپ‌ها در حوزه ورزش استان به صورت جدی مدنظر قرار گیرد و جشنواره‌ها و همایش‌های استانی برای شناساندن ظرفیت‌های بالقوه ورزشی برگزار شود. در ضمن الگوبرداری و اقتباس از کسب‌وکارهای سایر استان‌ها و حتی دیگر کشورها می‌تواند در شناسایی کسب‌وکارها مؤثر باشد، از این‌رو به نظر می‌رسد که اجرای بررسی‌های لازم و تطبیقی در این بخش مهم و حیاتی است. مسئله دیگر که مورد غفلت واقع شده است موضوع نیازسازی است که باید به‌طور جدی در نظر گرفته شود. این نتایج با یافته‌های [محمدکاظمی و امیدی \(۲۰۱۱\)](#) در خصوص لزوم توجه به معرفی و شناسایی انواع مختلف از کارآفرینی و کسب‌وکارها در حوزه ورزش، [عاشوری و همکاران \(۲۰۱۷\)](#) با تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی در ایران بیان کردند که پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی باید رویکردی آینده‌نگر را به‌منظور شناسایی، کشف فرصت‌های کارآفرینی و جهت‌دهی کارآفرینان به‌سوی نوآوری و خلق ارزش در ورزش داشته باشند، جعفرزاده و همکاران (۲۰۱۹) در مورد اهمیت توجه به فرصت‌های کارآفرینی و کسب‌وکارها در بستر شبکه‌ها و پیام‌رسان‌های اجتماعی مجازی در ایران، [راتن^۳ \(۲۰۱۱\)](#) در زمینه ارتباط کارآفرینی ورزشی با مدیریت نوآوری، خلاقیت و فناوری‌های جدید، همچنین وجود فرصت‌های جدید از انواع نوآوری در ورزش همخوانی دارد.

در بحث موانع توسعه کسب‌وکارها موارد ریشه‌یابی علل عقب‌ماندگی کسب‌وکارهای ورزشی بومی، نبود تبلیغات ورزشی در شبکه استانی صداوسیما، رویکرد سنتی در تصمیم‌گیری، ضعف عملکرد مدیران ورزشی، ناهماهنگی میان مسئولان ورزش در استان، دسترسی نداشتن تولیدکنندگان ورزشی به بازارهای مناسب مشخص شدند. به‌منظور رفع موانع موجود بهبود و گسترش زیرساخت‌های لازم جهت ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی توسط اداره کل ورزش و جوانان و سایر نهادهای بالادستی توجه شود. در انتخاب مدیران و رؤسای هیأت‌های ورزشی دقت لازم لحاظ شود و افراد با در نظر گرفتن شایستگی‌های علمی، مدیریتی و اخلاقی منصوب شوند و در ادامه راه پشتیبانی‌های لازم از تصمیمات و اقدامات صحیح آنها صورت گیرد و فرصت کافی برای فعالیت به آنان داده شود. برنامه عملیاتی کارآفرینی در ورزش

1. Safak Uyar & Deniz

2. Rose & Vincent

3. Ratten

استان با لحاظ برنامه راهبردی کارآفرینی کشور تدوین شود. شکاف میان سیاست‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و عملکرد در سازمان‌های دولتی و خصوصی در ورزش رفع شده و برای اجرای مطلوب سیاست خصوصی‌سازی در استان و ارائه اطلاعات اقتصادی به سرمایه‌گذاران تلاش شود. این نتایج با یافته‌های تحقیق [فراهانی](#) (۲۰۱۸) در مورد موانع توسعه باشگاه‌های خصوصی شامل نبود سیستم راهبردی، ساختار انعطاف‌ناپذیر، سیستم مالی نامناسب و ضعف در تصمیم‌گیری، تحقیق [فراهانی و همکاران](#) (۲۰۱۹) در خصوص عوامل بازدارنده رفتاری و انسانی در اشتغال و کارآفرینی ورزش ایران از جمله وابستگی به بدنه دولت، بی‌اعتمادی به بخش خصوصی و نبود سیستم کنترلی منعطف، پژوهش [فردوسی و همکاران](#) (۲۰۱۹) مبنی بر نبود ساختار و راهبرد سازمانی و کارآفرینی مناسب و مطلوب در وزارت ورزش و جوانان، همچنین تحقیق [حسینی و همکاران](#) (۲۰۲۰) در خصوص اولویت موانع محیطی در کارآفرینی ورزشی همخوان است.

برای توسعه و رونق کسب‌وکارها موارد علم‌گرایی و تخصص‌گرایی، گسترش و ترویج کسب‌وکار، گسترش و بهبود تعاملات، حمایت و پشتیبانی از کار، آموزش کسب‌وکار و بازاریابی، نوآوری و خلاقیت، برگزاری مرتب و منظم مسابقات و لیگ‌های استانی و توجه به تفاوت‌های ورزش‌ها به‌عنوان عوامل و اقدامات اثرگذار مشخص شدند. برای بهبود شرایط موجود می‌توان دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در زمینه توسعه دانش و مهارت‌های ارتباطی، نگرشی، رفتاری، فنی، مدیریتی و رهبری افراد و فعالان حوزه ورزش در زمینه کسب‌وکار با استفاده از متخصصان داخلی و خارجی توسط دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزشی خصوصی و کمیته آموزش اداره کل ورزش و جوانان استان برگزار کرد. به برگزاری مرتب و منظم مسابقات و لیگ‌های استانی با لحاظ تفاوت‌های موجود میان ورزش همگانی و قهرمانی اهتمام بیشتری داده شود. تفاهم‌نامه‌های همکاری بین اداره کل ورزش و جوانان استان با ادارات و نهادهای مرتبط با حوزه کسب‌وکارها جهت تسهیل و تسریع امور مربوط به کسب‌وکارها منعقد شود. برنامه‌های حمایتی از ایجاد و توسعه کسب‌وکارها توسط زنان تدوین و اجرا شود و در جهت بهبود کیفیت خدمات، تولیدات و محصولات ورزشی تلاش گردد. این نتایج با یافته‌های مندعلی‌زاده و هنری (۲۰۱۰) در زمینه راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی ورزشی، [نوبخت و همکاران](#) (۲۰۱۵) در خصوص عوامل زمینه‌ای موفقیت کسب‌وکارهای ورزشی، [جهان‌تیغ](#) (۲۰۱۹) در مورد اهمیت قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در توسعه کسب‌وکار ورزشی همخوان است.

برای جذب سرمایه و افراد در کسب‌وکارهای بالقوه ورزشی موارد تشویق حامیان مالی جهت مشارکت بیشتر، تشویق خیرین جهت سرمایه‌گذاری در این عرصه، جذب حامیان مالی در ورزش، لزوم حمایت سیستم بانکی از کسب‌وکارهای ورزشی، جذب حامی مالی قدرتمند در رویدادهای ورزشی، جذب سرمایه‌گذاران منطقه‌ای به‌عنوان راهکار مشخص شد. بر این اساس توصیه می‌شود که زیرساخت‌های لازم به‌منظور سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذار با رفع موانع اقتصادی، اداری در روند سرمایه‌گذاری، استفاده از نظرها و تجارب متخصصان بازاریابی و اقتصاد فراهم شود. مشوق‌های مناسب و کافی برای سرمایه‌گذاران در کسب‌وکارهای ورزشی استان مثل معافیت‌های مالیاتی، اختصاص زمین با قیمت تعدیل‌شده، تضمین خرید تولیدات استاندارد آنها، معرفی جهت دریافت وام‌های بانکی کم‌بهره و مواردی از این دست در نظر گرفته شود. آشناسازی سرمایه‌گذاران استانی با وظیفه اجتماعی خود در حوزه ورزش و تشویق خیرین جهت سرمایه‌گذاری در بخش ورزشی همگانی و قهرمانی استان صورت گیرد. برنامه‌های متنوع بیمه‌ای برای حمایت از کسب‌وکارها تدوین و ارائه شود و هر ساله از کسب‌وکارهای موفق در حوزه ورزش استان با اختصاص جوایز مناسب به آنها تقدیر شود. این نتایج با یافته‌های [صدقی و همکاران](#) (۲۰۱۲) که ضمن تأکید بر نقش سرمایه‌گذاری در ورزش عنوان کردند که علاوه بر افزایش میزان اشتغال امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد، [علیپور و همکاران](#) (۲۰۱۴) که عوامل و زیرساخت‌های مؤثر بر جذب سرمایه در ورزش را عوامل مدیریتی، سپس عوامل اقتصادی و سیاسی، زیرساخت‌های فیزیکی

مناسب، عوامل اجتماعی و فرهنگی و در نهایت عوامل جغرافیایی گزارش کردند، [عظیم‌زاده و همکاران](#) (۲۰۱۵) مبنی بر اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای توسعه همه‌جانبه یک کشور و لزوم شناخت عوامل درگیر در ایجاد آنها همخوانی دارد.

با عنایت به نقش برجسته تبلیغات در توسعه و پایداری کسب‌وکارها موارد انجام تبلیغات گسترده و مبتکرانه، استفاده از خبرگان و نام‌آوران عرصه تبلیغات، تبلیغات مؤثر و کارآمد، استفاده از ظرفیت‌های تلویزیون و نشریات محلی و ملی، استفاده از پیام‌رسان‌ها و اپلیکشن‌ها در تبلیغات در حوزه کسب‌وکارهای بالقوه ورزش همگانی و قهرمانی مهم و اثربخش گزارش شدند. در کل با توجه به نتایج ارائه شده می‌توان اظهار کرد، انواع تبلیغات و رسانه‌ها عامل اساسی و تأثیرگذار در امر کسب‌وکار به‌شمار می‌رود؛ بنابراین، اگر سرمایه‌گذاران، حامیان مالی، تبلیغات، رسانه‌ها و ورزش در تعامل مثبت و اصولی در کنار همدیگر قرار بگیرند، سبب رشد و گسترش یکدیگر شده و به تبع آن موجب درگیر شدن بخش‌های مختلف جامعه و از همه مهم‌تر رشد کسب‌وکارهای ورزشی کشور می‌شوند. این یافته‌ها با نتایج تحقیق مختاری [موغاری و خان‌زاده](#) (۲۰۱۵)، [جهان‌تیغ](#) (۲۰۱۹)، [یوسفی و همکاران](#) (۲۰۲۰) در خصوص مزایای استفاده از روش‌های تبلیغاتی خلاقانه و نقش مهم ارتباطات رسانه‌ای و تبلیغات در جذب منابع مالی و هوادار، درآمدها و بازاریابی، [شکاری و همکاران](#) (۲۰۲۰) در خصوص عوامل مؤثر در پذیرش تبلیغات کالاهای ورزشی، همخوان است.

بدون شک وجود ساختار مطلوب و پیش‌برنده در توسعه کسب‌وکارها ضروری است، بدین منظور برای دستیابی به چنین ساختاری، ترویج و فرهنگ‌سازی کسب‌وکار، آموزش و ترویج کسب‌وکار، ساختار و روش‌های توسعه، تأمین زیرساخت و پشتیبانی، طبقه‌بندی بر اساس عملکرد، طراحی و برنامه‌ریزی دقیق و علمی، اقدامات لازم در جهت توسعه و رونق تأثیرگذار معرفی شدند. بدین منظور افزایش تعامل سازنده مسئولان ادارات کل و شهرستان‌ها و هیأت‌ها با مربیان و قهرمانان و باشگاه‌داران، حمایت کافی از تولیدکنندگان ورزشی استان و تلاش برای خرید وسایل و تجهیزات مورد نیاز اداره کل، هیأت‌ها، مسابقات استانی و غیره از آنها با در نظر گرفتن کیفیت محصولات، حمایت همه‌جانبه از مربیان و اماکن ورزشی قهرمان‌پرور و ساماندهی و شناسنامه‌دار کردن کسب‌وکارها در حوزه ورزش استان پیشنهاد می‌شود. این یافته‌ها با یافته‌های تحقیق [عبدزاده](#) (۲۰۱۹)، [عظیمی و همکاران](#) (۲۰۱۸) و [نوبخت و همکاران](#) (۲۰۱۵) مبنی بر نقش مؤثر نهادهای دولتی و دانشگاه‌ها در زمینه ارائه آموزش‌ها و استفاده از اطلاعات و کاربرد سرمایه‌ها، بهبود قوانین بروکراسی مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در جهت کمک به موفقیت کسب‌وکار ورزشی همخوانی دارد.

موضوع جدید و نوپدید در عرصه ورزش که با توجه به گسترش فناوری‌ها، نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها هم در بحث ورزش و هم در بحث کسب‌وکارها با آن مواجهیم، موضوع کسب‌وکارهای نوین ورزشی است. به‌منظور حضور مؤثر در این بخش انجام اقدامات نوآورانه جهت معرفی، جلب حمایت مسئولین ذی‌ربط از ورزش‌های این حوزه، فرهنگ‌سازی در خصوص این ورزش‌ها از طرق مختلف، تشکیل اتحادیه‌ها و انجمن‌های این ورزش‌ها، جذب سرمایه‌گذاران منطقه‌ای، بهره‌گیری از افراد متخصص و علمی مهم و اساسی تشخیص داده شدند. از این‌رو حمایت همه‌جانبه مسئولان ارشد استانی، مربیان زبده و مجرب از ورزش‌ها و کسب‌وکارهای نوپا در استان جهت رفع موانع و حذف روندهای طولانی در بالفعل شدن کسب‌وکارها، تشکیل و یا تقویت اتحادیه‌های استانی، تیم‌ها و گروه‌های کاری کسب‌وکارهای ورزشی با استفاده از افراد تحصیل کرده و متخصص جهت تلفیق علوم مختلف، بازاریابی و ورزش و پیگیری ایده‌ها، طراحی و ایجاد مسیر و کارراهه شغلی و واحد تحقیق و توسعه برای کسب‌وکارها، سوق دادن سرمایه‌گذاران منطقه‌ای به سمت و سوی مشارکت در کسب‌وکارهای نوین ورزشی و بهره‌گیری از نتایج تحقیقات و طرح‌های علمی پژوهشی ورزشی در این بخش مهم و مفید می‌تواند باشد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش [عظیم‌زاده و همکاران](#) (۲۰۱۴) مبنی بر اهمیت عوامل فردی و عوامل محیطی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

ورزشی، [نوبخت و همکاران](#) (۲۰۱۵) که پیشنهاد کردند صاحبان کسب و کارها برای نیل به موفقیت، باید به طرح کسب و کار مناسب، بهبود فعالیت‌های بازاریابی، شبکه‌سازی، استفاده از حمایت دولتی، توسعه فناوری و بهبود سطح آمادگی کارآفرینی توجه داشته باشند، همخوان است.

در بخش کمی پژوهش تحلیل عاملی اکتشافی داده‌ها مشخص کرد که از گویه‌ها و سؤال‌های پرسشنامه ۶۷ مورد دارای بار عاملی مناسب و قابل قبولی هستند و همچنین می‌توان آنها را در هفت دسته که قبلاً در بخش کیفی مشخص شده بودند، طبقه‌بندی کرد. در نهایت رتبه‌بندی راهکارهای مشخص‌شده نتایج نشان داد که بخش‌های هفت‌گانه مشخص‌شده برای توسعه کسب و کارها مهم و اثرگذارند و با توجه به میانگین‌های آنها با اینکه تفاوت‌ها کم است، اهمیت و ضرورت عوامل به‌ترتیب توسعه کسب و کارهای نوین ورزشی، ساختار و روش‌های توسعه کسب و کارها، روش‌ها و اقدامات جذب سرمایه و افراد، رفع موانع توسعه کسب و کارها، راه‌های شناسایی کسب و کارها، اقدامات توسعه و رونق کسب و کارهای بالقوه در نظر گرفته می‌شوند.

تقدیر و تشکر

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با مساعدت و حمایت مالی اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی، همکاری معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و با نظارت کمیته پژوهش و فناوری اداره کل ورزش و جوانان استان است، بدین‌وسیله مراتب قدردانی و سپاس خود را از همه دست‌اندرکاران اعلام می‌داریم.

References

- [Abdzadeh, Farhad \(2019\). *The profile of entrepreneurship of sports science faculties in Iran and presenting the employment and entrepreneurship model*. Doctoral thesis, Urmia University, Faculty of Physical Education and Sports Sciences. \(in person\)](#)
- [Arasti, Zahra and Akbari Jokar, Mohammadreza \(2005\). Investigating the communication methods of the network of Iranian women entrepreneurs and its effect on starting a business. *Women's Studies*, 12, 22-25. \(in person\)](#)
- [Azimi Dalarstagh, Adele, Razavi, Seyyed Mohammad Hossein and Broumand, Mohammad Reza \(2017\). Identifying contextual factors affecting the establishment of strategic entrepreneurship in sports businesses. *Sports Management and Development*, 7, 4, 69-87. \(in person\)](#)
- [Azimi Delarestaqi, A., Razavi, S. M. H., & Boroumand, M. R. \(2017\). Identifying the Consequences of Strategic Entrepreneurship in Sports Business. *Annals of Applied Sport Science*, 5\(3\), 79-85.](#)
- [Azimzadeh, Syed Morteza, Ehsani, Mohammad, Kardenaij, Asda., Koze Chian, Hashem and Pitts, Brenda \(2013\). A model for starting small and medium sports businesses. *Sports Management and Development*, 1, 7, 51-68. \(in person\)](#)
- [Creswell, John \(2018\). Qualitative survey and research design, choosing among five approaches. Translated by Hasan Danaei Fard and Hossein Kazemi, Safar Publications, second edition, Tehran, Iran.](#)

- De Bosscher, V., De Knop, P., van Bottenburg, M., Shibli, S., & Bingham, J. (2009). Explaining international sporting success: An International Comparison of Elite Sport Systems and Policies in Six Countries. *Sport Management Review*, 12, 113-136.
- Ehsani, Mohammad, Amiri, Mojtabi and Qarakhani, Hassan (2012). Designing and compiling the comprehensive system of professional sports in the country. *Sports Management Studies*, 17, 123-134. (in persion)
- Elahi, Alireza, Sajjadi, Nasrallah, Khabeiri, Mohammad and Abrishmi, Hamid (2009). Obstacles to the development of Iran's professional club industry. *Research in sports sciences*, 28, 53-68. (in persion)
- Farahani, Abolfazl (2017). Structural inhibiting factors of employment and entrepreneurship in Iranian sports, a case study: private clubs. *Applied Researches in Sports Management*, 7, 3(27), 41-54.
- Farahani, Abolfazl, Sogharinejad, Mehri and Farahani, Zahra (2018). Analysis of behavioral and human inhibiting factors in the employment and entrepreneurship of sports in Iran. *Organizational behavior management studies in sports*, 6, 1 (21), 11-21. (in persion)
- Farahani, Abolfazl, Nasirzadeh, Abdul Mahdi and Watan Dost, Maryam (2013). *Entrepreneurship in sports*. Hatmi publications. Tehran. Iran.
- Ferdowsi, Mohammad Hassan, Farahani, Abolfazl and Keshavarz, Luqman (2018). Designing an organizational entrepreneurship model based on the relationship between organizational structure and strategy in the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran. *Physiology and Management Researches in Sports*, 11, 1, 61-75. (in persion)
- Ghazlesflo, Hamidreza and Chorli, Ali (2018). Effective model of sustainable competitive advantage of small and medium virtual sports businesses based on the UTAUT model, examining the role of creative management. *Sports Management Studies*, 12, 62, 165-190. (in persion)
- Hosseinpour, E., & Vahdani, M. (2023). Development and Application the Theory of Absorptive Capacity in Sport Business. *Sport Management Journal*, 15 (2), 279-293. <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.345938.2996>
- Hosseini, Mirabrahim, Moradi, Fatemeh, Bezdi Langari, Masoumeh, Maleki, Ali and Shushi Nasab, Parveen (2019). Identifying and prioritizing obstacles to entrepreneurship in sports using the combined method of Dimtel and the ANP network analysis process, *Movement and Behavioral Sciences*, 3, 186-175. (in persion)
- Jahantigh, Saeed (2018). *Capabilities of social networks in the development of sports business*. The second national conference of new ideas in business management, Tehran.
- Jalili, M., HematiNejad, T. M. A. and NaderiNasab, M. (2020). Designing the Maturity Model for Managing Business Processes in Sporting Manufacturing Companies. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 19 (49), 211-236. (in persion)
- Mandalizadeh, Zeinab and Henry, Habib (2009). Investigating factors affecting entrepreneurship in sports; As an interdisciplinary field. *Interdisciplinary Studies in Human Sciences*, 6(2), 113-135. (in persion)
- McKelvey, S. and Grady, J. (2008). Sponsorship Program Protection Strategies for Special Sport Events: Are Event Organizers Outmaneuvering Ambush Marketers. *Journal of Sport Management*. 22, 550-586.
- Mokhtari Moghari, Mahdia and Khanzadeh, Hamed (2014). *Examining advertising methods and internet business models*. The first advertising management conference, Tehran.

- [Moradi, Fatemeh, Bezdi Langari, Masoumeh, Maleki, Ali, Shushi Nasab, Parveen and Hosseini, Mirabrahim \(2019\). Identification and prioritization of entrepreneurship barriers in sports using the combined method of Dimtel and the process of AANP network analysis. *Movement and Behavioral Sciences*, 3, 186-175. \(in persian\)](#)
- [Nobakht, Farzad, Ehsani, Mohammad, Koze Chian, Hashem and Amiri, Mojtabi \(2014\). Background factors affecting the success of medium and small sports businesses in the country. *Strategic Studies of Sports and Youth*, 14 \(28\), 1-18. \(in persian\)](#)
- [Omidi, Yavar, Mohammad Kazemi, Reza and Azemodeh, Soghra. \(2016\). Identifying and Analyzing Environmental Obstacles in Organizational Entrepreneurship at the Ministry of Sports and Youth, *Sports Management Journal*, 8\(5\), 753-775 \(in persian\).](#)
- [Parvaz, M., & Eydi, H. \(2023\). Identifying and Analyzing the Challenges of the Startups in the Field of Sports Businesses with a Content Analysis Approach. *Sport Management Journal*, 15 \(2\), 167-181. DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.338091.2894>.](#)
- [Ramzaninejad, Rahim, Broumand, Mohammad Reza and Ahmadi, Fatemeh \(2017\). Entrepreneurial Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sports. *Contemporary Researches in Sports Management*, 8, 16, 29-40. \(in persian\)](#)
- [Rasouli, M., Ghodsi, P., Rahimizadeh, M., Reghbati, A. \(2021\). A Canvas Business Model for Sport Club' s Mascot Based on Osterwalder Model. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 20\(52\), 150-135. \(in persian\)](#)
- [Ratten, Vanessa. \(2011\). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory, of entrepreneurship and sport management". *International Entrepreneur Management J.*, 7\(1\), 57-69. DOI 10.1007/s11365-010-0138-z.](#)
- [Rose, N. M., & Vincent, N. M. \(2019\). Top management demographics and performance: An empirical investigation of Kenyan State Corporations. *International Journal of Business Administration*, 10\(1\), 45-64.](#)
- [Rezaei, Fahima \(2011\). *Investigating the structural barriers to the development of entrepreneurship in sports from the point of view of managers and sports entrepreneurs in Mazandaran province*. The first student entrepreneurship conference of the country, Tehran.](#)
- [Rezaei Sufi, Morteza, Dostar, Mohammad and Saadat, Mahdi \(2012\). Investigating the relationship between organizational health and effectiveness in the General Directorate of Sports and Youth of Gilan Province. *Applied researches of management and biological sciences in sports*, 2, 61-72. \(in persian\)](#)
- [Safak, Arzu Uyar, Deniz, Nevin. \(2012\). The Perceptions of Entrepreneurs on the Strategic Role of Human Resource Management Original Research Article Procedia - *Social and Behavioral Sciences*, 58, 914-923.](#)
- [Sai, Hadi \(2019\). There is a great distance between popular sports and championship sports. *Iran Sport*, Thursday, November 1, 2019, number 7474.](#)
- [Salimi, Mehdi, Sultan Hosseini, Mohammad and Naderian Jahormi, Masoud \(2015\). Evaluating the obstacles to the development of sports marketing in Iran. *Sports Management Studies*, 29, 13-36. \(in persian\)](#)
- [Sarlab, Roghayeh, Sadeghi, Mohsen, and Farid Fathi, Maryam \(2023\). Modeling the Development of Women's Sports Businesses in West Azerbaijan Province with a Qualitative Approach. *Sport physiology and management investigations*, 15\(1\), 88-91.](#)

- [Shekari, Atefe, Gholami Chenaristan Alia, Abdul Khaliq and Mousavi, Seyyed Najmuddin \(2020\). Explaining the model of attitude towards advertising in sports goods through Instagram using the technology acceptance model. *Business Administration*, 45, 203-225. \(in persian\)](#)
- [Shibani Asl, Nasim, Delili, Amir and Mousavi, Zahrasadat \(2021\). *Sustainable development in business*. The 9th International Conference on Management and Humanities Research in Iran, Tehran, Iran.](#)
- [Yaqoubi Manzari, Parisa and Aghamiri, Sidomid \(2016\). Determining the sustainable development strategies of Iran's tourism industry using Metaswat technique in line with the objectives of the vision document of this industry. *Science and Culture Tourism Quarterly*, 5\(9\), 73-86. \(in persian\)](#)
- [Yousefi, Bahram, Honary, Habib, Qobadi Yeganeh, Akram and Naseri Pelengard, Wali \(2019\). Investigating the effect of sports fandom and general attitude towards advertisements on the believability of advertisements through sports. *Communication Management in Sports Media*, 27, 33-42. \(in persian\)](#)

