



ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی

نسرین افشاری پور^۱

مینا حکاک زاده^۲

محمد ابراهیم رزاقی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۲/۱۰

کارآفرینی و استفاده از ظرفیت های کارآفرینی است که نیازهای اقتصادی را با ایجاد هزاران کسب و کار جدید مرتفع می کند. هدف این تحقیق، تدوین ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی است. روش پژوهش، ترکیبی اکتشافی دو مرحله ای از نوع ابزار سازی بود. روش پژوهش در بخش کیفی، مطالعه موردی کیفی و مشارکت کنندگان بالقوه شامل ۱۴ نفر از متخصصان عضو هیئت علمی دانشگاه بودند. رویکرد نمونه گیری، هدفمند و روش نمونه گیری صاحب نظران کلیدی بود. ابزار پژوهش، مصاحبه نیمه ساختارمند بود. روش تحقیق در بخش کمی، توصیفی-پیمایشی و جامعه آماری شامل کلیه مدیران استان کرمان (۲۰۰ نفر) بود. ابزار مورد استفاده در بخش کمی، مقیاس محقق ساخته بر اساس شبکه تئوری داده-بنیاد بخش کیفی بود. برای بررسی روایی صوری، از نظرات ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای آزمون روایی محتوایی، سوال های پرسش نامه از مدل لاشه استفاده شد ($CVR = 0/81$) و روایی محتوایی تایید گردید. همچنین روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Minahakazadeh@gmail.com

۳. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی و مدل معادلات ساختاری برای بررسی برازش مدل تحقیق استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که مقدار T شرایط علی بر ظرفیت کارآفرینی $0/64$ ، شرایط زمینه ای بر راهبردها $0/47$ ، شرایط مداخله گر بر راهبردها $0/40$ ، ظرفیت کارآفرینی بر راهبردها $0/56$ و راهبردها بر پیامدها $0/71$ تاثیر معناداری را دارند. بنابراین پیشنهاد می شود با ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان ورزشی و ارائه وام های کم بهره و باز پرداخت بلند مدت کسب و کارهای جدیدی راه اندازی شود.

واژگان کلیدی: ظرفیت، کارآفرینی، داده- بنیاد و طرح های ترکیبی



مقدمه

ورزش به عنوان بخش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰)، ایجاد کسب و کارهای ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی تعریف کرد (شریفی فر ومحدیان، ۱۳۹۶). ورزش، صنعت رو به رشد و گسترده‌ای است و از نظر جهانی ارزش آن ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده و توجه تمام جهان را به خود جلب کرده است (مندعلی زاده و همکاران، ۱۳۹۵). امروزه صنعت ورزش برای همه حکومت‌ها اهمیتی دو چندان یافته است، چرا که در استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبود اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می‌شود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح می‌توان به این اهداف دست پیدا کرد. به عبارت دیگر، امروزه صنعت ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره مطرح است. لذا لزوم تبیین عوامل موثر بر رشد و توسعه این ابزار می‌تواند در نیل به اهداف و سیاست‌های راهبردی کشورها موثر واقع شود (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). این اعتقاد وجود دارد که کارآفرینی ورزشی باید ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش را شناسایی کند و با کشف فرصت‌ها از آنها برای خلق فعالیت‌های سودآور اقتصادی بهره‌برد (عسکریان و همکاران، ۱۳۸۴). «ظرفیت‌های کارآفرینی»^۱ صنعت ورزش را می‌توان براساس نوآوری در فنون ورزشی، فرایندهای ورزشی، لوازم و تجهیزات ورزشی، توسعه بخش‌های اجتماعی فعالیت‌های ورزشی و نوآوری در سازماندهی امور ورزشی طبقه‌بندی کرد. براین اساس، فعالیت‌های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت‌های درون ورزش نیز هستند. این ظرفیت‌ها شامل ظرفیت‌های محیطی پیرامونی ورزش، اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزش و محیط حاکم کارآفرین هستند (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵). پژوهش‌های متعددی ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگونی بررسی کرده‌اند. در محتوای این پژوهش‌ها ابعاد متعددی دیده می‌شود؛ از جمله: وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تاسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی، ظرفیت آموزش‌ها و مهارت‌آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیره (محمد کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳ و جعفرزاده و همکاران، ۱۳۹۸). در واقع این ظرفیت‌ها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده‌اند که این پژوهش به دنبال بررسی ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به دنبال بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش است. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی شایستگی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران» که براساس دیدگاه ۱۵۵ نفر از کارشناسان، متخصصان و اساتید رشته‌های تربیت بدنی و کارآفرینی انجام شده بود، دریافت که مهارت‌های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی‌های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعد اصلی شایستگی بودند و الگوی حاضر می‌تواند برای دانشجویان، کارکنان و مدیران در دانشگاه‌ها، سازمان‌های ورزشی و دیگر متولیان و سیاست‌گذاران امر ورزش مورد استفاده قرار گیرد. رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان

1. Entrepreneurial capacities

«تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده- بنیاد براساس مطالعه اسناد بالادستی و مصاحبه های عمیق»، ده عامل موثر زیر را در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی و استخراج کردند: سیاست زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابع انسانی، ارتقای زیرساخت ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت ورزش. جوانی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تبیین ارکان پیاده سازی اقتصاد مقاومتی در صنعت ورزش» که به روش کیفی با رویکرد مصاحبه انجام شده بود، یک الگوی سه سطحی شامل بهینه سازی زیرساخت، مفاوم سازی و برجستگی را جهت پیاده سازی اقتصاد مقاومتی پیشنهاد داده و ذکر کرده که سیاست ها باید به گونه ای تدوین و اجرا شوند که اهداف بهینه سازی زیرساختی، مفاوم سازی و برجستگی در آن تحقق یابد. ادمیک و سیمنکا^۱ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی ظرفیت فناوری کارآفرینانه و نقش فرهنگ» از نوآوری، خلاقیت، بالا بردن ریسک و افزایش همکاری ها در بهبود استفاده از ظرفیت های کارآفرینی یاد کردند. ساکداری و برگرز^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقش میانجی مدیریت کارآفرینی در ارتباط با ظرفیت و همکاری کارآفرینانه از دیدگاه متخصصان»، تاثیر مدیریت کارآفرینی را بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی تایید و بر نقش میانجی آن تاکید کردند. ژانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «صنعت ورزش و رشد اقتصادی» به این سوال که کشورهای در حال توسعه در محیط بازار جهانی چه کاری باید انجام دهند، این گونه پاسخ داده است که مسیرهای توسعه جهانی در ابعاد و نظریات متفاوت عرضه می شود و راه حل ها نیز متفاوت خواهد بود. هیدوک و والکر^۴ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشه راهبردی ابعاد بازار کارآفرینی ورزش»، به عوامل تاثیر گذار خدمات فروش، ارتباطات، نیازهای مصرف کنندگان، بازی ها، فناوری، رسانه و خرده فروشی ها پرداختند. از سوی دیگر، تضعیف اقتصاد جهانی صنعت ورزش را تحت تاثیر خود قرار داده است و راه حل گریز از این مشکل، استفاده از ظرفیت های پیش روی کارآفرینی را یادآور می شود. ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش می تواند سبب ثروت شود، مشکل بیکاری را حل فصل کند، نیروی انسانی را همراستا با فرصت های بازار و کارآفرینی تربیت کند و موجب بهره وری و افزایش میزان «رشد اقتصادی» شود. بنابراین از نتایج احتمالی این پژوهش می توان گفت که طراحی مدل ظرفیت کارآفرینی افراد می تواند به شناسایی بهتر فرصت های کارآفرینی صنعت ورزش و پتانسیل های افراد در استفاده از ظرفیت های کارآفرینی نیروی انسانی شایسته کمک کند و در حل بحران بیکاری در صنعت ورزش مفید واقع شود.

روش شناسی پژوهش

با توجه اینکه هدف پژوهش حاضر، مطالعه عمیق چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران است، طرح آن از طرح های ترکیبی است و روش آن، با توجه به اینکه از قبل الگویی وجود نداشته و پژوهشگر

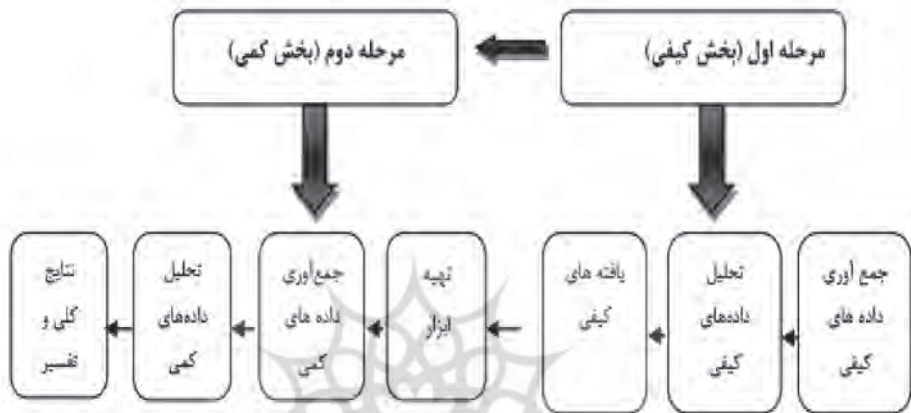
1. Adamik & Szymańska

2. Sakhdari

3. Zhang

4. Hayduk

درصدد کشف این الگو بوده است، در زمره مدل های ترکیبی اکتشافی متوالی (کیفی - کمی) می باشد. چون در پی ساخت ابزاری^۱ (کرسول و پلانکلارک^۲ ۲۰۰۷) برای سنجش چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران بر اساس داده های بخش کیفی است، از نوع اکتشافی متوالی - ابزار سازی است. از این رو، ابتدا روش شناسی و تحلیل بخش کیفی و سپس روش شناسی و تحلیل بخش کمی تحقیق به تفکیک ارائه می شود و در بخش نتیجه گیری، نتایج به دست آمده در هر دو بخش با هم ادغام و ارائه خواهد شد.



شکل ۱: فرآیند تحقیق ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع ابزارسازی (اقتباس از کرسول و پلانکلارک، ۲۰۰۷)

الف. روش شناسی بخش کیفی

روش پژوهش در بخش کیفی، مطالعه موردی کیفی است و مشارکت کنندگان، خبرگان حوزه مدیریت ورزشی هستند. با بهره گیری از روش نمونه گیری هدفمند و تکنیک اشباع نظری، آگاهی دهندگان کلیدی (شامل ۱۴ نفر از خبرگان حوزه مدیریت ورزشی) برای شناسایی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران انتخاب شدند و با آنها مصاحبه به عمل آمد. ابزار مورد استفاده برای شناسایی عوامل مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران، مصاحبه نیمه ساختمند (با گروه های کانونی) و مطالعه اسناد بوده است. برای تأمین روایی و پایایی مطالعه، از روش ارزیابی لینکلن و گو با استفاده شد (دانایی فر، ۱۳۹۸). بدین منظور چهار معیار اعتبار (باورپذیری)، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأییدپذیری برای ارزیابی در نظر گرفته شدند و برای دستیابی به هریک از این معیارها، اقدامات زیر انجام گرفت:

اعتبارپذیری: معادل روایی در پژوهش های کمی است. بدین منظور، پرسش ها را اساتید راهنما و مشاور تأیید کردند که میزان موثق بودن داده های پژوهش را به حد قابل قبولی افزایش داده است.

انتقال پذیری: جایگزین اعتبار بیرونی در پژوهش های کمی است. برای این منظور یافته های پژوهشی

1. Sequential exploratory mixed method- Instrument development

2. Creswell & Plano Clark

توسط دو متخصص ظرفیت کارآفرینی در ورزش که در پژوهش مشارکت نداشتند، مورد بررسی قرار گرفتند. اطمینان پذیری: معادل پایایی در پژوهش کمی است و به منظور ایجاد اطمینان پذیری، جزئیات پژوهش و یاد داشت برداری ها ثبت و ضبط شد.

تأیید پذیری: به معنای پرهیز از سوگیری است. بدین منظور تمامی مراحل به دقت ثبت و ضبط شده و همه مستندات به صورت پیوست در اختیار و تأیید اساتید قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از مصاحبه های انجام شده، با روش تحلیل داده- بنیاد انجام گرفته است.

ب. روش شناسی بخش کمی پژوهش

در بخش کمی از روش پژوهش توصیفی، از نوع همبستگی استفاده شد و روش اجرا به صورت میدانی بود. هدف از انجام این مرحله، تدوین الگوی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران در مرحله کیفی بوده است. جامعه آماری این بخش تحقیق شامل کلیه مدیران بخش های دولتی، نیمه دولتی، انتفاعی، غیرانتفاعی و داوطلبی- مردم نهاد استان کرمان به تعداد ۲۰۰ نفر بود که با توجه به محدود بودن جامعه نمونه آماری برابر با ۲۰۰ نفر قرار داده شد و در نهایت پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه های تحقیق، تعداد ۱۸۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای بررسی روایی صوری از نظر ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای آزمون روایی محتوایی سوال های پرسش نامه از مدل لاشه استفاده شد ($CVR = 0/81$) و روایی محتوایی تأیید شد. همچنین روایی همگرا در جدول ۱ ارائه شده است. برقراری روایی همگرا و مطلوب مدل حکایت از اعتبار مناسب ابزار اندازه گیری در جامعه مورد مطالعه دارد. تحلیل نتایج این مطالعه به روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Amos 20 و SPSS20 صورت گرفته است.

همان طور که در جدول ۱ مشخص است همه متغیرها از پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ و میانگین واریانس استخراج شده بالای ۰/۵ برخوردارند. پس می توان پایایی و روایی همگرای پژوهش حاضر را تأیید نمود. پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده الگو چارچوب ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با توجه به اینکه به صورت مدل سلسله مراتبی آورده شده، به صورت دستی محاسبه گردیده است.

جدول ۱: پایایی و روایی همگرا

متغیرهای تحقیق	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	الفای کرونباخ
شرایط علی	۰/۸۰۱	۰/۸۹۱	۰/۸۰۱
شرایط زمینه ای	۰/۸۲۱	۰/۹۰۴	۰/۸۴۳
ظرفیت کارآفرینی	۰/۸۰۸	۰/۹۵۶	۰/۷۶۸
شرایط مداخله گر	۰/۷۸۹	۰/۹۴۳	۰/۷۸۹
راهبردها	۰/۷۶۱	۰/۸۹۸	۰/۸۳۲
پیامدها	۰/۸۵۶	۰/۸۷۶	۰/۷۸۰

یافته‌های پژوهش

الف. یافته‌های بخش کیفی پژوهش

داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری (مدل پارادایمی استراس و کوربین) و کدگذاری گزینشی (انتخاب یک مقوله محوری به عنوان مقوله اصلی و مشخص کردن ارتباط بین هر یک از مقوله‌های محوری) انجام و به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت.

نتایج حاصل از ۱۴ مصاحبه که تا حد اشباع نظری ادامه یافت و از طریق تحلیل محتوا و کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب پنج مؤلفه کلی شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده اصلی، اقدامات و پیامدها انجام شد. جدول ۲ نتایج مربوط به بخش کیفی را به نمایش گذاشته است:

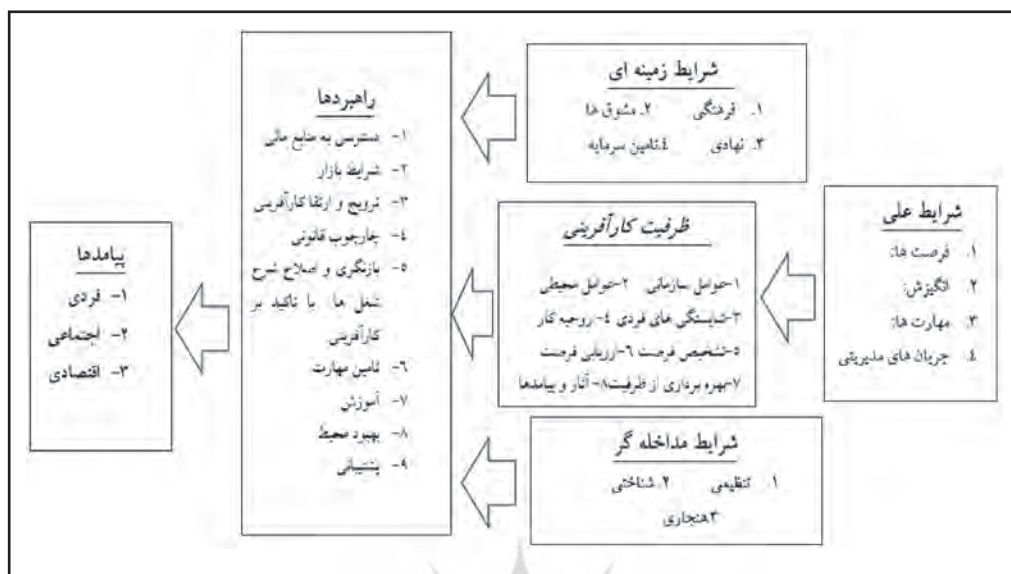
جدول ۲: کدگذاری بخش کیفی

ابعاد کلی	مقولات
شرایط علی	● جریان‌های مدیریتی
	۱. ایجاد هسته‌های علمی در سازمان‌های ورزشی جهت مشخص نمودن فرصت‌های موجود محیطی
	۲. وجود برنامه‌های عملیاتی در سازمان‌های ورزشی جهت بهره‌گیری از ظرفیت کارآفرینی
	۳. افزایش تعهد کارکنان به سازمان‌های خود
	۴. ایجاد آموزش‌های مدون برای کارکنان جهت افزایش مهارت‌های ارتباطی
	۵. برگزاری جلسات مدون ماهانه در سازمان‌های ورزشی در جهت ارزیابی برنامه‌های مربوط به کارآفرینی
	۶. ایجاد منابع مالی مناسب جهت بهبود کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی
	● فرصت‌ها
	۱- وجود ایده‌های تجاری
	۲- دانش فنی
	۳- نبود موانع
	۴- پول
	۵- افراد خیره
	● انگیزش
	۱- ارزش‌های اجتماعی
	۲- آگاهی شناخت فردی
	۳- انگیزش برای یادگیری
	● مهارت‌ها
	۱- آموزش کارآفرینی
	۲- دانش فنی
	۳- تجارب

● فرهنگی ۱- وجود باورهای قلبی در زمینه راه اندازی و توسعه کسب و کار اقتصادی در ورزش ۲- نگرش کلان نسبت به مقوله کارآفرینی در ورزش ۳- ایجاد فرهنگ و نگرش های کارآفرینی در جامعه ۴- ایجاد نهادهای اجتماعی و مدنی که مسئول این گونه فعالیت ها در جامعه باشند ۵- جذب خیرین به مشارکت فعالانه در طرح های کارآفرینی در ورزش ۶- نهادینه شدن فرهنگ کارآفرینی ۷- تفکر ریسک پذیری در جامعه ● مشوق ها ۱- تشویق و حمایت از کارآفرینان در ورزش برای ایجاد کسب و کارهای جدید ۲- تشویق و توسعه فعالیت ها به سمت ایده های جدید و کارا در صنعت ورزش ۳- راهبرد آموزشی؛ آموزش و تربیت کارآفرینان جوانان ۴- تشویق و آموزش خرده کارآفرینان ورزشی ● تامین سرمایه ۱- خط مشی معین با هدف افزایش میزان دسترسی شرکت های چلبند و نوپا به منابع مالی وجود دارد ۲- دولت برای دسترسی برابر شرکت های کوچک در مقایسه با شرکت های بزرگ به منابع مالی تلاش کرده است ۳- دولت برای هدایت مجدد سرمایه موجود به شرکت های جدید تلاش است ۴- برنامه های دولتی حمایت مالی از کارآفرینانه فناورانه و نوآورانه وجود دارند ۵- برنامه های تأمین مالی با حمایت دولت برای توانمندسازی بیشتر افراد برای شروع کسب و کارهای جدید وجود دارد ۶- دولت، مقررات مربوط به بازارهای سهام را اصلاح می کند ۷- دولت با بانک ها و نهادهای وام دهنده برای بهبود وضعیت مالی شرکت های جدید و در حال رشد همکاری می کند ● نهادهای ۱- انعطاف پذیری قوانین و رویه های بازار کار ۲- کارایی نظام قانون گذاری کشور در تدوین قوانین کارآمد و شفاف ۳- کارایی دولت در اداره امور کشور و اجرای قوانین ۴- کارایی سیستم قضایی (ساده سازی رویه ها، زمان و هزینه لازم صدور حکم از آغاز تا پایان) ۵- پایداری دولت ها به تعهدات قانونی دولت های قبل ۶- مبارزه فساد اداری و بهبود سلامت قانونی و مالی ۷- وجود قوانین و اجرای رویه های ضد انحصار و مشوق رقابت	شرایط زمینه ای
● تنظیمی ۱. تدوین راهبرد کارآفرینی کشور ۲. تدوین اهداف بلندمدت و کوتاه مدت کارآفرینی کشور ۳. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد کارآفرینی در بخش های ورزش قهرمانی و همگانی در کشور ۴. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد آغاز (رشد) و ورزشکستگی کسب و کارهای کوچک ۵. ارائه گزارش حمایت ها، موفقیت ها و شکست های کسب و کارهای کوچک ۶. تاسیس بانک های کارآفرینی ۷. تاسیس صندوق ضمانت اعتباری کارآفرینان ۸. تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی ۹. ایجاد و تقویت مراکز مشاوره ای در بخش های صنعت، خدمات و کشاورزی کارآفرینی ۱۰. معرفی و ایجاد زمینه مناسب بهره گیری کارآفرینان از مشاوران ۱۱. معرفی متولیان اصلی حمایت از کارآفرینی در کشور ۱۲. اعطای تسهیلات و معافیت های مالیاتی ۱۳. اتخاذ تدابیر تسریع کننده فرآیند اصلی کارآفرینی در کل کشور ● شناختی ۱. برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای ۲. برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای در بخش های مختلف ورزش برای باشگاه های خصوصی و دولتی با هزینه دولت ۳. پخش مستمر برنامه های تلویزیونی و رادیویی کارآفرینی در کشور ۴. اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان ۵. چاپ کتابچه های راهنمای کارآفرینی در کشور ۶. طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینان با سازمان های ذیربط ۷. طراحی وب سایت اطلاع رسانی کارآفرینی کشور ● هنجاری ۱. اعطای جوایز سالانه کارآفرینی (در سطح کشور، استان و شهرستان) ۲. اعطای جوایز طرح های کارآفرینانه (در سطح کشور، استان و شهرستان) ۳. اعطای جوایز به سازمان های حامی کارآفرینان (اشخاص حقیقی و حقوقی) ۴. برگزاری نمایشگاه های دستاوردهای کار آفرینانه	شرایط مداخله گر

● عوامل سازمانی ● عوامل محیطی ● شایستگی های فردی ● روحیه کار ● تشخیص فرصت ● ارزیابی فرصت ● بهره برداری از ظرفیت ● آثار و پیامدها	پدیده اصلی (ظرفیت کارآفرینی)
● دسترسی به منابع مالی ● شرایط بازار ● ترویج و ارتقای کارآفرینی ● چارچوب قانونی ● بازنگری و اصلاح شرح شغل ها با تاکید بر کارآفرینی ● تامین مهارت ● آموزش ● بهبود محیط ● پشتیبانی	راهبردها
 ● فردی ۱. ریسک پذیری، انگیزه های فردی ۲. تحصیلات حرفه ای ۳. تجربه کاری ۴. مسئولیت پذیری در کار ۵. برخورداری از روحیه تلاش گری ۶. داشتن پشتکار ۷. توانایی حل مبتکرانه مسائل ۸. داشتن روحیه رقابت طلبی ۹. داشتن خلاقیت ● اجتماعی ۱- فرهنگ مشوق اجتماعی برای کارآفرینی ۲- حمایت و تشویق نهادهای دولتی ۳- وجود روحیه تعاون و همکاری اجتماعی ۴- حمایت های بیمه ای از کارآفرین ۵- وجود الگوهای موفق کارآفرینی در جامعه ۶- آموزش های دانش افزایی و مهارتی تخصصی ۷- تسهیل فرآیندهای راه اندازی کسب و کار در ادارات برای کارآفرینان، برگزاری کلاس های کارآفرینی ● اقتصادی ۱- دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی ۲- داشتن سرمایه کافی ۳- امکان فروش محصول (کالا یا خدمات) تولیدی ۴- وجود نیروی کار فعال ۵- وجود نیروی کار ارزان ۶- دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز ۷- معافیت های مالیاتی از مشاغل جدید در ورزش	پیامدها

با توجه به نتایج بخش کیفی، مدل مفهومی تحقیق شکل گرفت. شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش را نشان می دهد:



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

ب. یافته های بخش کمی پژوهش

جهت بررسی ساختار عاملی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. پس از محاسبه مقدار T مربوط به هر عامل مشخص گردید که تمامی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران تاثیر معناداری را دارند. شکل ۳ مدل آماری تحقیق حاضر را به نمایش گذاشته است.

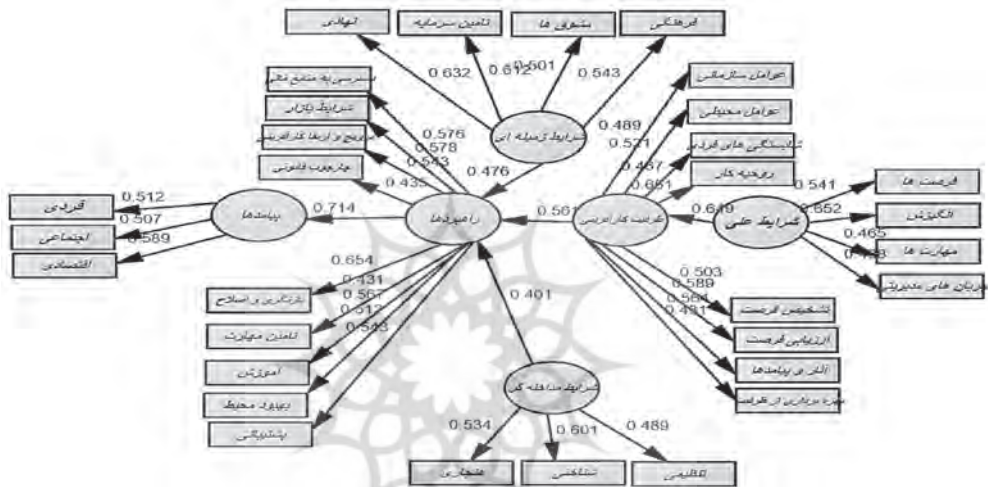
جدول ۳: اثرات متغیرها بر مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران

متغیرها	مقدار آماره تی	سطح معناداری	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی
شرایط علی	۱۶/۲۳۱	۰/۰۰۱	۰/۶۴۹	ندارد	۰/۶۴۹
شرایط زمینه ای	۱۲/۴۳۲	۰/۰۰۱	۰/۴۷۶	ندارد	۰/۴۷۶
ظرفیت کارآفرینی	۱۴/۶۵۲	۰/۰۰۱	۰/۵۶۱	ندارد	۰/۵۶۱
شرایط مداخله گر	۱۱/۸۸	۰/۰۰۱	۰/۴۰۱	ندارد	۰/۴۰۱
راهندها	۱۶/۵۶۴	۰/۰۰۱	۰/۷۱۴	ندارد	۰/۷۱۴

همان طور که جدول ۴ نشان می دهد تمامی متغیرها دارای اثر معناداری می باشند. همچنین براساس شاخص های برازندگی (جدول ۴ و شکل ۳) مشخص گردید که مدل پژوهش مدل مناسبی می باشد.

جدول ۴: شاخص های برازش مدل

NFL	AGFI	GFI	CFI	RSMEA	X ² /df	Df	Chi-square (X ²)	
۰/۹۲۴	۰/۹۲۵	۰/۹۲۰	۰/۹۲۳	۰/۰۰۴	۲/۰۶۷	۶۴	۱۳۲/۳۴۳	میزان
۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	کمتر از ۰/۰۵	کمتر از ۳	کوچک تر از صفر نباشد		ملای
برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	تفسیر



شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش

جدول ۵: برآورد استاندارد و نسبت بحرانی متغیرهای تحقیق

متغیرها	برآورد استاندارد	نسبت بحرانی
شرایط علی-فرصت ها	۰/۵۴۱	۶/۳۲۱
شرایط علی-انگیزش	۰/۶۵۲	۷/۵۴۶
شرایط علی-مهارت ها	۰/۴۶۵	۵/۶۵۴
شرایط علی-جریان مدیریتی	۰/۴۸۸	۵/۷۶۴
ظرفیت کارآفرینی-عوامل سازمانی	۰/۴۸۸	۵/۲۱۳
ظرفیت کارآفرینی-عوامل محیطی	۰/۵۲۱	۶/۴۳۶
ظرفیت کارآفرینی-شایستگی های فردی	۰/۴۶۷	۵/۴۳۵
ظرفیت کارآفرینی-روحیه کار	۰/۶۵۱	۷/۳۲۳
ظرفیت کارآفرینی-تشخیص فرصت	۰/۵۰۳	۶/۴۸۷

۶/۲۷۶	۰/۵۸۹	ظرفیت کارآفرینی_ارزیابی فرصت
۶/۴۸۵	۰/۵۶۴	ظرفیت کارآفرینی_آثار و پیامدها
۵/۴۹۲	۰/۴۳۲	ظرفیت کارآفرینی_ بهره برداری از ظرفیت ها
۵/۶۷۱	۰/۴۸۹	شرایط مداخله گر_عوامل تنظیمی
۷/۱۲۲	۰/۶۰۱	شرایط مداخله گر_عوامل شناختی
۶/۳۲۷	۰/۵۳۴	شرایط مداخله گر_عوامل هنجاری
۶/۸۷۱	۰/۵۴۳	شرایط زمینه ای_فرهنگی
۶/۴۵۶	۰/۵۰۱	شرایط زمینه ای_مشوق ها
۷/۷۶۴	۰/۶۱۲	شرایط زمینه ای_تدوین نهادی
۷/۱۶۷	۰/۶۳۲	شرایط زمینه ای_سرمایه ها
۶/۷۶۵	۰/۵۷۶	راهبرد ها_دسترسی به منابع مالی
۶/۴۸۲	۰/۵۷۸	راهبرد ها_شرایط بازار
۶/۸۱۱	۰/۵۴۳	راهبرد ها_ترویج و ارتقا کارآفرینی
۵/۳۲۲	۰/۴۳۵	راهبرد ها_چارچوب قانونی
۷/۴۵۶	۰/۶۵۴	راهبرد ها_بازنگری و اصلاح
۵/۴۵۸	۰/۴۳۱	راهبرد ها_تامین مهارت
۶/۳۲۴	۰/۵۶۷	راهبرد ها_آموزش
۶/۹۸۶	۰/۵۱۲	راهبرد ها_بهبود محیط
۶/۶۵۵	۰/۵۴۳	راهبرد ها_پشتیبانی
۶/۳۵۴	۰/۵۱۲	پیامدها_عوامل فردی
۶/۷۷۶	۰/۵۰۷	پیامدها_عوامل اجتماعی
۶/۲۳۱	۰/۵۸۹	پیامدها_عوامل اقتصادی

بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق به چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی پرداخته شده است، چرا که صنعت ورزش به دلیل تاثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به یکی از بزرگترین صنایع جهانی تبدیل شده است و برای اغلب کشورها، منبع مهمی برای فعالیت های اقتصادی، کسب درآمد، اشتغال زایی و تجارت بین الملل محسوب می شود. به طور کلی صنعت ورزش، به مجموعه فعالیت های مرتبط با تولید، بازاریابی و فروش کالا و خدمات ورزشی گفته می شود که در ارتقای ارزش افزوده آنها نقش داشته باشد. در دهه حاضر یکی از بزرگترین چالش ها و یکی از مهمترین مشکلات صنعت ورزش کشور، کارآفرینی و اشتغال است. در این پژوهش، از فرصت ها، انگیزش، مهارت ها و جریان های مدیریتی به عنوان

یکی از مقوله های عوامل علی در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران نام برده شد که با یافته های قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) و صادقی و همکاران (۱۳۹۳) همخوان می باشد. صادقی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که تقویت و توسعه عوامل رفتاری در توسعه کارآفرینی ورزشی کشور نقش زیادی دارد. بنابر این به نظر می رسد انگیزه ها و نگرش های افراد جامعه یکی از عواملی است که به تقویت و گسترش کارآفرینی در ورزش کشور منجر می شود و در نتیجه شاخص های رفتاری می تواند به شناسایی افرادی که فرصت های کارآفرینانه را بهتر درک می کنند کمک نماید. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی شایستگی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران» دریافتند که مهارت های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعدی اصلی شایستگی هستند و الگوی حاضر می تواند برای دانشجویان، کارکنان و مدیران در دانشگاه ها، سازمان های ورزشی و دیگر متولیان و سیاست گذاران امر ورزش مورد استفاده قرار گیرد که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

۲۰۵

نتایج پژوهش حاکی از این بود که عوامل فرهنگی، مشوق ها، نهادی و تامین سرمایه عوامل اصلی زمینه ای در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران هستند که با یافته های مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۵)، ضیاء و همکاران (۱۳۹۴) و آیزنبرگ (۲۰۱۱) همخوان می باشد. آیزنبرگ^۱ (۲۰۱۱) به محورهای بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت ها و سرمایه اشاره داشت. مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۵) و ضیاء و همکاران (۱۳۹۵) به مهمترین عوامل موثر بر ایجاد ظرفیت کارآفرینی اشاره کردند و عوامل نگرش کارآفرینانه، نهادهای مرتبط با حوزه راه اندازی کسب و کار، سیاست های کارآفرینانه، حمایت های از کارآفرینان، فرایندهای استفاده از ظرفیت های کارآفرینی، زیرساخت های کارآفرینی، عوامل حقوقی و قانونی، و اقتصاد کشور را برشمرده اند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایج پژوهش حاکی از این بود که عوامل تنظیمی، شناختی و هنجاری به عنوان مقوله های مداخله گر در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران نقش دارند که با یافته های رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷)، آنجلو^۲ (۲۰۱۸) و هیدوک و والکر (۲۰۱۸) همخوان می باشد. هیدوک و والکر^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشه راهبردی ابعاد بازار کارآفرینی ورزش» از عوامل تنظیمی و هنجاری به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی یاد کرده اند. آنجلو^۴ (۲۰۱۸) در پژوهشی پیرامون توسعه کارآفرینی در مسابقات فوتبال سری A ایتالیا به این عوامل اشاره داشت که تیم های فوتبال توانسته اند از پایداری چنین ظرفیتی استفاده کنند. که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خود به عوامل ساختاری اشاره کرده اند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایج پژوهش حاکی از این بود که مقوله های محوری حاصل از شرایط علی، عوامل سازمانی، عوامل

1. Isenberg
2. Angelo
3. Hayduk
4. Angelo

محیطی، شایستگی های فردی، روحیه کار، تشخیص فرصت، ارزیابی فرصت، بهره بردای از ظرفیت و آثار و پیامد ها در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران مشهودند که با یافته های جوانی (۱۳۹۷)، رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷)، ساکداری و برگرز^۱ (۲۰۱۸)، ادمیک و سیمنکا^۲ (۲۰۱۶)، قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) همخوان می باشد. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مهارت های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعدی اصلی شایستگی بودند. رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) در پژوهش خود عوامل سیاست زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابع انسانی، ارتقای زیرساخت ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت ورزش را به عنوان ده مولفه موثر در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی کردند. جوانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود عوامل بهینه سازی زیرساخت، مقاوم سازی و برجستگی را جهت پیاده سازی اقتصاد مقاومتی پیشنهاد داده و تاکید کرده که سیاست ها باید به گونه ای تدوین و اجرا شوند که اهداف بهینه سازی زیرساختی، مقاوم سازی و برجستگی در آن تحقق یابند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد. ادمیک و سیمنکا (۲۰۱۶) در پژوهش خود از نقش نوآوری، خلاقیت، بالا بردن ریسک و افزایش همکاری ها در بهبود استفاده از ظرفیت های کارآفرینی یاد کردند. ساکداری و برگرز^۳ (۲۰۱۸) در پژوهش خود بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی و نقش میانجی آن تاکید کردند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

پژوهشگر با توجه به مجموعه مفاهیمی که از مصاحبه ها و کدهای نهایی استخراج شده، به مقوله های دسترسی به منابع مالی، شرایط بازار، ترویج و ارتقای کارآفرینی، چارچوب قانونی، بازنگری و اصلاح شرح شغل ها با تاکید بر کارآفرینی، تامین مهارت، آموزش، بهبود محیط، پشتیبانی به عنوان «راهردها» دست یافته است. بخش آخر مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران شامل پیامدهای فردی، اجتماعی و اقتصادی است. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده اند. سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم ها و مفاهیم، مقوله های اصلی استخراج و نامگذاری شده اند که با یافته های الواء^۴ و همکاران (۲۰۱۶)، محمدی و همکاران (۲۰۱۹)، ماهونی^۵ و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

باتوجه به تاثیر عوامل فردی، اقتصادی و اجتماعی بر سایر معیارهای ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران، پیشنهاد می شود که مدیران سازمان های ورزشی، برای پیاده سازی و توسعه ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش به معیار پیامدها توجه کنند. فعالیت های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت های درون ورزش نیز هستند. این ظرفیت ها شامل ظرفیت های محیطی پیرامونی ورزش، اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزشی و محیط حاکم کارآفرین می شود.

1. Sakhdari
2. Adamik & Szymańska
3. Sakhdari
4. Ulloa
5. Mahoney

پژوهش‌های متعدد ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگون بررسی کرده‌اند. این ابعاد شامل وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تاسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی، ظرفیت آموزش‌ها و مهارت‌آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیره است. در واقع این ظرفیت‌ها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده‌اند که این پژوهش به دنبال بررسی ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش بود.

پیشنهادهای

در پایان، پیشنهاد‌های زیر پیرامون توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی ارائه می‌شود:

- برگزاری کلاس‌های آموزشی کارآفرینی برای ورزشکاران، دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علاقه‌مندان این حوزه جهت بالا بردن مهارت‌های کارآفرینی و آشنایی آنها با کسب و کارهای کوچک و تربیت کارآفرینان ورزشی؛
 - ارائه وام‌های کم بهره با باز پرداخت بلند مدت برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید؛
 - بهبود زیر ساخت‌های فیزیکی تا ورزشکاران، دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علاقه‌مندان این حوزه که کسب و کاری را ایجاد می‌کنند با موانع روبه‌رو نشوند؛
 - همکاری سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه برای تسهیل روند ایجاد کسب و کار؛
 - برگزاری کلاس‌های آموزشی و آشنایی آنان از ظرفیت‌های محیطی که در ورزش وجود دارد؛
 - ایجاد بستر لازم برای تشویق و مشارکت فعالانه در طرح‌های کارآفرینی ورزشی؛
 - تشویق سازمان‌های دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی در ورزش؛
 - جذب سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاران به ورزش از طریق اعطای تشویق‌ها و تخفیف‌های مالیاتی؛
 - افزایش آگاهی ورزشکاران، دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علاقه‌مندان این حوزه از بازارهای داخلی و خارجی و بهبود راه‌های ارتباطی.
- پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آینده، ارتباط توسعه اقتصادی صنعت ورزش با کاربرد ظرفیت‌های کارآفرینی به سود سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). «مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه گیری کارآفرینی در ورزش (ERI)». پژوهش در علوم ورزشی. ۴ (۱۰)، صص ۷۳-۸۸.
- جعفرزاده زندی، محبوبه؛ رزاقی، محمد ابراهیم و میرزا اکبری، اعظم. (۱۳۹۸). «جایگاه آی تی در توسعه فرصت های کارآفرینی در ورزش». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. ۶ (۲۴)، صص ۷۰-۸۰.
- رضایی، شمس الدین و صالحی پور، مژگان. (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده بنیاد». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶ (۱)، صص ۸۹-۱۰۷.
- صادقی، حسین؛ هنری، حبیب و مند علی زاده، زینب. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل رفتاری موثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور». نشریه مدیریت ورزشی. ۵ (۴)، صص ۶۷۱-۶۸۱.
- ضیاء، بابک؛ ناهید، مجتبی و طوطی فر طهران پور، محمد مهدی. (۱۳۹۴). «تاثیر ابعاد سرمایه فکری در تشخیص فرصت های کارآفرینانه صنعت ورزش شهر تهران». مدیریت ورزشی. ۷ (۵)، صص ۶۷۲-۶۵۷.
- عسگریان، فزیا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود و جعفری، افشار. (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران». حرکت. ۲۴، صص ۲۵-۴۳.
- مند علی زاده، زینب؛ احسانی، محمد و هنری، حبیب. (۱۳۹۵). «طراحی مدل کارآفرینی پایدار در ورزش با استفاده از نظریه برخاسته از داده ها». مدیریت ورزشی. ۸ (۵)، صص ۷۰۹-۷۲۵.
- محمد کاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، سید مهران. (۱۳۹۳). «شناسایی فرصت های کسب و کار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات». توسعه کارآفرینی. ۷ (۱)، صص ۹۵-۱۱۲.
- محمد کاظمی، رضا و امیدی، یاور. (۱۳۹۰). «کارآفرینی ورزشی: رویکردی نوظهور در کارآفرینی و مدیریت ورزشی». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱ (۲)، صص ۶۹-۸۷.
- قربانی، محمد حسین و وحدانی، محسن. (۱۳۹۵). «طراحی الگوی شایستگی های کارآفرینی در صنعت ورزشی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۹، صص ۲۰۵-۲۲۸.
- Adamik, A., & Szymańska, K. (2016). "The technological entrepreneurship capacity and partnering as elements of an open culture of small and medium-sized enterprises: Case study of Poland". In *Entrepreneurship, Business and Economics*. Vol. 1 (pp. 103-114). Springer, Cham.
- D'Angelo, E. (2018). "Regulatory Compliance Management in the Professional Sport Industry: Evidence from the Italian Serie A". *International Business Research*, 11(3), 149-161.
- Hayduk, T., & Walker, M. (2018). "Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 705-724.
- Isenberg, D. (2011). "The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship". Presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at <http://entrepreneurial-revolution.com/> (last accessed: 2012). 1-32.
- Lans, T., Blok, V., Wesselink, R. (2014). "Learning apart and together: towards

anintegrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education". Journal of Cleaner Production, 62, pp: 37-47.

- Mahoney, T. Q., Lovich, J., & Brady, L. (2019). **Social Media Strategy in the Sporting Goods Industry.** Potential Application for Brooks Sports, Inc.
- Mohamadi, F. Kalateh, M. Razavi, M. Farsegiani, H. (2019). **"Designing a Qualitative Model of Economic Development of Iranian Sports Industry with a World Class Production Approach".** Applied Research in Sport Management, 8(1). Pp 69-84.
- Sakhdari, K., & Burgers, J. H. (2018). **"The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view".** International Entrepreneurship and Management Journal, 14(4), 927-950.
- Ulloa, D., Saleiro, P., Rossetti, R. J., & Silva, E. R. (2016). **"Mining social media for open innovation in transportation systems. In Intelligent Transportation Systems (ITSC)".** IEEE 19th International Conference on IEEE.
- Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). **"The sport industry in growing economies: critical issues and challenges".** International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 19(2), 110-126.