



مدل‌سازی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در استان‌ها (مورد نگاری: استان خراسان رضوی)

مهناز گل‌گلی^۱، محمد کشتی‌دار^{۲*}، زهرا سادات میرزازاده^۳، رضا حیدری^۴

تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۱۰/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۲۸

چکیده

اکوسیستم کارآفرینی رویکردی نوین برای توسعه و بهبود اقتصاد در صنایع از جمله صنعت ورزش هست. با توجه به این که اکوسیستم‌های کارآفرینی در هر منطقه قابل تقلید نیستند و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های هر منطقه‌ای به صورت جداگانه مورد توجه و بررسی قرار بگیرد، لذا هدف از انجام پژوهش حاضر مدل‌سازی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در استان‌ها بود که این پژوهش در استان خراسان رضوی انجام شد. جامعه آماری شامل اساتید مدیریت ورزشی، مدیران و صاحبان کسب و کارهای ورزشی و کارآفرینان در صنعت ورزش خراسان رضوی بودند که به صورت تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران ۱۳۰ پرسشنامه در بین جامعه آماری توزیع شد که در نهایت تعداد ۱۰۶ پرسشنامه قابل بررسی بودند. از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس نسخه ۲ نیز برای مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط خبرگان تأیید شد و آلفای کرونباخ تمام عوامل بالاتر از ۰/۷ بوده که نشان از ثبات بالای پرسشنامه دارد، پایایی مدل نیز در تمام عوامل قابل قبول بوده است. در نهایت در بین ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در ورزش، بیشترین اثرگذاری مربوط به سرمایه انسانی با ضریب مسیر ۰/۷۷۹ بعد از آن سرمایه مالی (۰/۷۶) و به ترتیب حمایت (۰/۷۵۳)، بازار (۰/۷۴۶)، فرهنگ (۰/۶۷۸) و سیاست (۰/۶۵) به دست آمد. اکوسیستم کارآفرینی ورزشی استان خراسان رضوی برگرفته از عوامل نامبرده می‌باشد؛ پس می‌توان نتیجه گرفت کارآفرینی ورزشی برای خود متکی بودن، نیازمند اکوسیستم است؛ به طوری که ابعاد مختلف بتوانند با همدیگر رشد کنند و متقابلاً تقویت شوند. با تمرکز بر نگاه سیستمی به این عوامل می‌توان در رشته تربیت‌بدنی و به صورت کلی‌تر در صنعت ورزش، بیکاری را کاهش و وضعیت اقتصادی را بهبود بخشید.

کلید واژه‌ها: صنعت ورزش، اکوسیستم کارآفرینی، کسب و کار، سرمایه انسانی.

Email: goli.mahnaz.73@gmail.com

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

Email: keshtidar@um.ac.ir

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران*

Email: z.mirzazadeh@um.ac.ir

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

Email: reza.hdr1994@gmail.com

۴. دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

مقدمه

صنعت ورزش، امروزه بخش مهمی از اقتصاد جوامع مختلف را تشکیل می‌دهد و از عوامل مهم در رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی می‌باشد و می‌تواند موجب پیشرفت اقتصاد ملت‌ها شود (استرینگ و خطاک، ۲۰۱۷: ۵۰؛ ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲)؛ که این امر را می‌توان با سهم ورزش در تولید ناخالص ملی کشورها نیز نشان داد (فراهانی و علی دوست، ۲۰۱۰: ۷). این صنعت ظهور اقتصاد مدرن در قالب یک اقتصاد جدید صنعتی مبتنی بر نوآوری و کارآفرینی است (مالیک، ۲۰۱۷: ۳۲۹). از طرفی شرایط حال حاضر اعم از شرایط تکنولوژی و علمی باعث دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی شده است که ضرورت‌ها و نیازهای نوینی را طلب می‌کند؛ به همین منظور برای بقای جوامع به نیروی کار فعال، نوآور و کارآفرین نیازمندیم (نصیر زاده، ۱۳۹۲). در بیان اهمیت کارآفرینی، همین نکته کافی است که در پژوهش‌های زیادی اشاره شده است که چرخ‌های توسعه‌ی اقتصادی همواره با توسعه‌ی کارآفرینی به حرکت درمی‌آید (موریس و همکاران، ۲۰۱۳: ۳۵۴). ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاها و ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه‌ی لازم برای توسعه‌ی کارآفرینی را فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و نیز ارائه خدمات ورزشی و توسعه‌ی کسب و کارهای ورزشی به توسعه اقتصادی ورزش کمک می‌کند (نویسنکی و هادواد، ۲۰۱۹: ۱۸۵). اقتصاد ورزش را می‌توان یک اقتصاد مقاومتی نام برد، زیرا اقتصاد مقاومتی بر اقتصاد داخلی، تشویق افراد به کارآفرینی و فراهم آوردن فضای اشتغال تأکید دارد (مهربانی، ۲۰۱۵: ۱۰۴). بررسی‌های انجام شده بیانگر این است که صنعت ورزش در سال ۲۰۱۴ حدود ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد داشته است و حدود یک درصد از کل تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص داده است (ختاک و اسرینگر، ۲۰۱۷: ۴۶). این آمار و ارقام نشان از اهمیت رو به رشد صنعت ورزش دارد. شایان ذکر است که موفقیت‌های موجود، جز با کارآفرینی و نوآوری میسر نیست و کارآفرینی به‌عنوان رکن اساسی موفقیت صنعت ورزش هر کشور را به خود اختصاص داده است و صنعت ورزش سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی کشورها دارد (نگهداری و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۲). راتن (۲۰۱۸) معتقد است که کارآفرینی ورزشی بخشی از پژوهش‌های در حال گسترش است که ورزش را به مدیریت نوآوری و خلاقیت مرتبط می‌کند. نوآوری در ورزش را می‌توان در فناوری‌های جدید، تجهیزات و لباس، راهبردهای جدید و آموزش، محصولات و خدمات جدید مصرف‌کننده، رسانه‌ها و فرصت‌های جدید مشاهده کرد. اگر چه نقش نوآوری‌های ورزشی در کسب و کار و رسانه‌های جهانی به‌طور گسترده شناخته شده است، از منظر علمی به آن کمتر توجه شده است.

صنعت ورزش یکی از صناعی است که می‌تواند موجب بهبود وضعیت اشتغال گردد؛ برای مثال متوسط نرخ رشد اشتغال توسط صنعت ورزش در کشورهای اروپایی در ده سال اخیر به میزان ۵۰ درصد بوده است (هنری و خزایی، ۱۳۹۹: ۲). به همین منظور توسعه‌ی کارآفرینی در حوزه ورزش از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا فرصت‌های بسیاری برای ارزش‌آفرینی اقتصادی در این حوزه وجود دارد و بسیاری از پتانسیل‌های اقتصادی بخش‌های مختلف ورزشی، کمتر مورد توجه بوده است (نگهداری و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۳). کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرایند استفاده از فرصت‌های اقتصادی موجود در ورزش دانست؛ فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند (کوتوی و همکاران، ۲۰۱۱: ۳۴۹۱). تحقیقات نشان می‌دهند، اگر چه ورزش به‌عنوان یکی از حیطه‌های پر رونق اقتصادی برای ایجاد اشتغال مطرح می‌گردد؛ اما وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان رشته تربیت‌بدنی نیز همانند اکثر رشته‌های تحصیلی در کشور، با چالش‌های فراوانی مواجه است و از حیث اشتغال و کارآفرینی دچار ضعف می‌باشد (نیک‌نژاد، ۱۳۹۶). برخی پژوهشگران فرصت‌های موجود در ورزش حرفه‌ای، نقل و انتقالات ورزشکاران، ساخت و تولید تجهیزات ورزشی، عکس‌برداری، روزنامه‌نگاری ورزشی و غیره را از اولویت‌های کارآفرینی در ورزش دانسته‌اند. بهره‌گیری از فرصت‌های اقتصادی، ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی، تبدیل کمبودها به فرصت‌هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید و غیره، همه از مسائل مهم در حوزه‌ی کارآفرینی در ورزش هستند که دستیابی به آنها نیازمند توجه به آموزش و نگاه

سیستمی مسئولان به کارآفرینی در ورزش می‌باشد؛ به طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی را به‌طور هم‌زمان مورد توجه قرار دهند و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی همه ابعاد را مورد نظر قرار دهند (نگهداری و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۴).

برای اینکه شاهد شروع کسب و کارهای جدید و کارآفرینی در ورزش باشیم، تشویق افراد به سمت کارآفرینی و حمایت مراکز رشد برای گسترش کارآفرینی در ورزش کافی نیست. توسعه کارآفرینی در ورزش نیازمند آمادگی زمینه‌های همکاری نظام‌های آموزشی، فرهنگی و اجتماعی، ساختارهای اداری و مالی و سایر ساز و کارهای حمایتی است. لذا توسعه کارآفرینی ورزشی در هر منطقه مستلزم نگاه سیستمی مسئولان به کارآفرینی در ورزش می‌باشد؛ به طوری که عوامل فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی را به‌طور هم‌زمان مورد توجه قرار دهند و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی همه ابعاد را مورد نظر قرار دهند؛ بنابراین توسعه کارآفرینی نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف است که آیزنبرگ^۱ (۲۰۱۱) از این شبکه به‌عنوان اکوسیستم کارآفرینی نام می‌برد (آیزنبرگ، ۲۰۱۱: ۴۵). بر اساس رویکرد اکوسیستم، کارآفرینی حاصل تعامل ویژگی‌های افراد و عوامل محیطی است که می‌تواند به صورت محلی، منطقه‌ای و یا حتی ملی بر کارآفرینان و فرآیند کارآفرینی اثرگذار باشد (استام، ۲۰۱۵، ۱۷۶۱). سوراما و سالو (۲۰۱۶) نیز اکوسیستم کارآفرینانه را مجموعه‌ای از اجزای به هم وابسته و در تعامل با هم می‌دانند که در پی خلق کسب و کارهای مخاطره‌آمیز هستند (سوراما و سالو، ۲۰۱۶: ۵۷۴). آیزنبرگ (۲۰۱۲) اکوسیستم کارآفرینی را شامل صدها عنصر می‌داند که در نهایت آنها را در شش قلمرو اصلی طبقه‌بندی می‌کند که شامل بازار (مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)، سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها، چارچوب‌های مقرراتی، مشوق‌ها و قانون‌گذاری سرمایه پسند)، سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر)، فرهنگ (موفقیت‌های قابل مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت‌های اجتماعی کارآفرینان)، حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای مثل حمایت قانونی و حسابداری و سازمان‌های غیر دولتی) و سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیرو کار ماهر) می‌باشد (آیزنبرگ، ۲۰۱۲). آیزنبرگ (۲۰۱۱) معتقد است که این الگو از نظامی جامع برای تشخیص و توسعه اکوسیستم‌های کارآفرینی در هر موضوعی مانند ورزش تشکیل شده است و هر یک از این محورها باید با هم در تعادل، همگنی و سینرژیک باشند. یک اکوسیستم کارآفرینی، بر دو مسئله اصلی تمرکز دارد: امیدبخشی بیشتر به کارآفرینان، برای ورود به بازار و ایجاد رشد در کسب و کارهای جدید. به‌علاوه، دولت‌ها باید محیط حمایتی را فراهم کنند تا کسب و کارها شروع شوند، رونق یابند و ماندگار بمانند. در حقیقت در اکوسیستم کارآفرینی تمام سیستم‌های ضروری در توسعه کارآفرینی و چگونگی تعامل آنها با یکدیگر مورد توجه قرار می‌گیرند، البته باید توجه داشت تنها یک ترکیب از این عناصر وجود ندارد که بتواند اکوسیستم کارآفرینی موفق را تشکیل دهد (فرهمندمهر و همکاران، ۱۳۹۸). باید توجه داشت که کارآفرینی در حوزه ورزش نیز از این موارد مستثنا نبوده و کسانی که قصد شروع کسب و کار و کارآفرینی در ورزش را دارند، می‌بایست علاوه بر شناخت ویژگی‌های فضای کسب و کار در ایران، ویژگی‌های اختصاصی ورزش در کشور را نیز بدانند. از طرفی تعریف و تغییر ساختار یکی از پاسخ‌های سازمان‌ها و دستگاه‌ها به تغییرات محیطی است (رابینز و دچنزو^۲، ۲۰۱۵).

با توجه به این که رویکرد اکوسیستم کارآفرینی به تازگی مورد توجه پژوهشگران حوزه کارآفرینی ورزشی شده است و پژوهشگران در پژوهش‌های مختلفی به بررسی این رویکرد در کارآفرینی ورزشی پرداخته‌اند، ولی هنوز شاهد خلأ در این بخش از پژوهش هستیم و انتظار می‌رود. در پژوهش‌های متعددی به بررسی و واکاوی اکوسیستم کارآفرینی در صنعت ورزش پرداخته شود، چرا که آیزنبرگ (۲۰۱۱) معتقد است اکوسیستم‌ها قابل تقلید نیستند و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های کشوری و منطقه‌ای مورد توجه قرار بگیرد و از تقلید اکوسیستم‌های موفق اجتناب کرد (آیزنبرگ، ۲۰۱۱). در پژوهش‌های متعددی به بررسی و واکاوی اکوسیستم کارآفرینی در صنعت ورزش پرداخته شود. که شامل برنامه‌ریزی و

سیاست‌گذاری برای توسعه کارآفرینی روستایی، بهبود نظام آموزش کارآفرینی، بهبود زیرساخت‌های توسعه کارآفرینی و توسعه هنجارهای فرهنگی - اجتماعی بود. در پژوهشی دیگر توکلی و همکاران (۱۳۹۸) ابعاد مؤثر بر اکوسیستم کارآفرینی را این گونه به دست آوردند: سیاست، سرمایه مالی، بازارها، ذی‌نفعان، سرمایه انسانی، حمایت‌ها، سرمایه طبیعی و فرهنگ. علی‌داوری و همکاران (۱۳۹۶) عواملی چون حمایت‌ها، سرمایه‌های انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تأمین مالی بر اکوسیستم کارآفرینی ایران تأثیرگذار می‌دانند. در اندک پژوهش‌های صورت گرفته با رویکرد اکوسیستم کارآفرینی در داخل کشور فرهنگ و همکاران (۱۳۹۸) عوامل اصلی در ایجاد اکوسیستم کارآفرینی در ورزش را در شش حیطه اصلی شامل: محیط کارآفرینان، سرمایه انسانی، رهبری کارآفرینان، اماکن، لوازم و خدمات ورزشی، تأمین مالی و زیرساخت‌های کارآفرینی شناسایی کردند. همچنین نگهداری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی ایران را می‌توان در شش بعد اصلی سیاستی، حمایتی، بازار محلی و جهانی، فرهنگی، سرمایه مالی و سرمایه انسانی اولویت‌بندی کرد. رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) نیز بیان کردند که در سطح کلان سرمایه‌گذاری و خصوصی‌سازی ورزش، تشکیل تعاونی‌های ورزشی و به‌ویژه فرهنگ سازمان‌های ورزشی ایران از پیشران‌های کارآفرینی در سطح کلان و در سطح میانی، ساختار سازمانی و یادگیری سازمانی و به‌ویژه برنامه‌ریزی و محتوای آموزش مبتنی بر کارآفرینی در دانشگاه همراه با فناوری اطلاعات از عوامل اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی ورزشی می‌باشند. همچنین در سطح خرد، متغیرهای مختلفی بر کارآفرینی در ورزش اثرگذار هستند که مهم‌ترین آن ویژگی‌های متنوع شخصیتی افراد می‌باشد. البته سرمایه‌گذاری و ریسک مالی؛ مهارت‌های کارآفرینی و اجتماعی نیز مهم تلقی شده‌اند. در پژوهش‌های انجام شده خارج از کشور نواز (۲۰۰۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که سه دسته عوامل قانونی (شامل سیاست‌ها و قوانین سازمانی و دولتی و سیاست‌های بانکی) عامل هنجاری (شامل رسم و عادات اجتماعی، دسترسی به سرمایه و پول و میزان ارتباط با بازار) و عامل شناختی (توانایی کنترل ریسک، آموزش و دسترسی اطلاعات، دوره‌های آموزش کارآفرینی و دانش کسب و کار) در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش تأثیرگذار هستند. آلوارز^۲ و همکاران (۲۰۱۱) عناصر اکوسیستم کارآفرینی را برای اسپانیا تجزیه و تحلیل کردند. یافته‌های اصلی مطالعه آنها نشان می‌دهد که هر دو عامل غیر رسمی (هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، درک فرصت‌های راه‌اندازی کسب و کار و تصویر اجتماعی کارآفرین) و رسمی (حقوق مالکیت معنوی) بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند، اما عوامل غیررسمی تأثیرگذارتر از عوامل رسمی هستند. پروفیسور جیش ری سورش^۳ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی بیان می‌دارند که هشت عامل در تصمیم‌گیری یک فرد برای انتخاب مسیر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد که آنها اخلاقی، مالی، فناوری، بازار، اجتماعی، شبکه‌ها، دولت و پشتیبانی محیط زیست می‌باشند. استام^۴ (۲۰۱۵) بر مفهوم اکوسیستم کارآفرینانه تأکید می‌کند که کارآفرینی در یک جامعه از بازیگران به هم وابسته اتفاق می‌افتد. قلب اکوسیستم شامل شبکه‌های کارآفرینان، رهبری، تأمین مالی، استعداد، دانش و خدمات پشتیبانی است. حضور این عناصر و تعامل بین آنها عمدتاً موفقیت اکوسیستم را تعیین می‌کند.

با توجه به زمینه‌های شغلی فراوانی که در صنعت ورزش وجود دارد (پیتز و همکاران، ۲۰۱۴: ۴۹)، هنوز بسیاری از زمینه‌های شغلی ورزش در کشور ما شناخته نشده و بکر و دست نخورده باقی مانده‌اند، این در حالی است که بسیاری از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در رشته تربیت‌بدنی بیکار مانده و یا به مشاغل غیر مرتبط با رشته تحصیلی خود روی آورده‌اند. در این راستا، در سال‌های اخیر به علت اثرگذاری‌های مثبت کارآفرینی، بسیاری از کشورهای در حال توسعه به ویژه کشور ایران به کارآفرینی به‌عنوان یک راه حل اساسی بالقوه برای رفع مشکلات گوناگون پیش روی کشور از جمله نبود کارایی در اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، شمار بیش از اندازه دانش‌آموختگان و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل برای آنان، توجه جدی مبذول داشته‌اند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۸). با در نظر گرفتن میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، موضوع کار،

1. Nuaz
2. Alvarez
3. Prof. Jayshree Suresh
4. Stam

اشتغال و بیکاری یکی از مهم‌ترین چالش‌های اجتماعی چند دهه آینده به‌شمار می‌آید و کارآفرینی با اثرات مثبتی که بر عوامل کلان اقتصادی همچون رشد و توسعه، اشتغال و نوآوری دارد، می‌تواند راه حل بحران بیکاری باشد (باربا سانچز و آتینزا، ۲۰۱۸: ۵۴). با بررسی پیشینه تحقیقات صورت گرفته و بررسی مطالب بیان شده در می‌یابیم با تعدد افراد تحصیل کرده در رشته‌های ورزشی و تربیت‌بدنی و معضل بیکاری برای این افراد، بهبود شرایط کارآفرینی و اشتغال در صنعت ورزش به‌عنوان ضرورتی غیرقابل انکار شناخته می‌شود، در این راستا به نظر می‌رسد که تحقیق و بررسی برای هر چه روشن‌تر کردن نقش دیدگاه سیستمی در توسعه و بهبود کارآفرینی ورزشی امری ضروری باشد. با توجه به این‌که اکوسیستم‌های کارآفرینی قابل تقلید نیستند و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های هر منطقه‌ای به‌صورت جداگانه مورد توجه و بررسی قرار بگیرد و تاکنون هیچ‌گونه نگاه سیستمی در حوزه کارآفرینی در ورزش در استان خراسان رضوی وجود نداشته است، می‌بایست با فراهم آوردن اکوسیستم کارآفرینی مناسب برای کارآفرینان که بدون پیش‌زمینه و زیرساخت مناسب قصد شروع به کسب و کار در ورزش را دارند، تمامی موارد موردنیاز برای شروع و ادامه کسب و کار را پیش‌بینی و ایجاد نمود و با شناسایی اجزا و ساختارهای اکوسیستم کارآفرینی ورزش استان می‌توان ریشه مشکلات متعددی را مشخص کرد و راه‌حل‌های مبتکرانه‌ای برای بهبود شرایط و ایجاد وضعیت مطلوب ارائه نمود. لذا هدف از انجام پژوهش حاضر مدل‌سازی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در استان‌های کشور می‌باشد که در استان پهناور خراسان رضوی انجام شده است.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی - پیمایشی و به لحاظ روش همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه اساتید و خبرگان مدیریت ورزشی، مدیران و صاحبان مشاغل و کسب و کارهای ورزشی و کارآفرینان در حوزه ورزش استان خراسان رضوی می‌باشند. محققین با مراجعه به اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی، لیستی از کارآفرینان و صاحبان مشاغل ورزشی به همراه شماره تماس که واجد شرایط شرکت در این تحقیق بودند، دریافت کردند. به دلیل نامشخص بودن حجم دقیق جامعه، با استفاده از فرمول کوکران حداقل حجم نمونه ۹۶ نفر محاسبه شده که برای افزایش دقت ۱۳۰ پرسشنامه به‌صورت تصادفی در بازه زمانی یک ماهه (۱۵ تیر ۹۹ الی ۱۵ مرداد ۹۹) بین افراد توزیع گردید. با توجه به شیوع ویروس کرونا و رعایت پروتکل‌های بهداشتی پرسشنامه به‌صورت الکترونیکی طراحی شد و لینک پرسشنامه برای افراد ارسال شد تا به سؤالات پرسشنامه پاسخ دهند. از مزایای استفاده از پرسشنامه آنلاین می‌توان به صرفه‌جویی در زمان جمع‌آوری داده‌ها، صرفه‌جویی در هزینه مالی، زمان کافی برای پاسخ‌دهندگان، انتشار سریع و کارآمد، و غیره اشاره کرد (مارتیکوت و آرکانت، ۲۰۱۷). از بین پرسشنامه‌های برگشت داده شده تعداد ۱۰۶ پرسشنامه قابل بررسی بود که تجزیه و تحلیل بر روی آنها انجام شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه برگرفته شده از تحقیق داوری و همکاران (۱۳۹۶) بود که بر اساس مدل آیزنبرگ (۲۰۱۱) طراحی شده بود و بعد از بومی‌سازی، پرسشنامه مذکور، پرسشنامه برای تأیید روایی صوری و محتوایی بین ۱۵ نفر از متخصصین و خبرگان مدیریت ورزشی قرار گرفت و پس از بررسی نهایی و انجام اصلاحات لازم، مورد استفاده قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. از نرم‌افزار spss جهت روایی محتوایی پرسشنامه و پس از آن از اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۲ نیز برای مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نسل اول روش‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری روش‌های کوواریانس محور هستند که هدف اصلی این روش‌ها تأیید مدل بوده و برای کار به نمونه‌هایی با حجم بالا نیاز دارند. نرم‌افزارهای لیزرل^۱، اموس^۲، ام پالس^۳ از پر کاربردترین نرم‌افزارهای این نسل هستند؛ اما نسل دوم روش‌های معادلات ساختاری که مؤلفه محور بودند، با حجم کمتر نیز قابل انجام‌اند. روش‌های مؤلفه محور که بعداً به روش حداقل مربعات جزئی تغییر نام دادند، برای تحلیل داده‌ها روش‌های

1. LISREL
2. AMOSv
3. MPLUS

متفاوتی نسبت به نسل اول ارائه دادند (نادری بنی و همکاران، ۱۳۹۴؛ رضانی نژاد، ۱۳۹۷). در این پژوهش نیز به دلیل حجم نمونه از نرم افزار پی ال اس^۱ استفاده شد. مدل یابی این نرم افزار در دو مرحله صورت می پذیرد. ابتدا به ارزیابی مدل اندازه گیری تحقیق پرداخته شد و در قسمت پایایی متغیرهای پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی واگرا به روش فورنل لارکر بررسی شد.

یافته‌ها

داده‌های پژوهش پس از جمع‌آوری مورد بررسی قرار گرفته شد که ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه در جدول ۱ نمایش داده شده است.

جدول ۱: توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد مشارکت کننده پژوهش

متغیر	طبقه	درصد
جنسیت	زن	۵۶/۶
	مرد	۴۳/۴
سن	کمتر از ۳۰ سال	۴۲/۵
	۳۰-۳۵ سال	۳۴/۹
	۳۵-۴۰ سال	۱۷
	بیشتر از ۴۰ سال	۵/۷
تحصیلات	کمتر از لیسانس	۱۳/۲
	لیسانس	۴۰/۶
	فوق لیسانس	۳۸/۷
	دکتری	۷/۵
سابقه فعالیت	کمتر از ۲ سال	۵/۷
	۲-۵ سال	۵۰
	۵-۸ سال	۳۰/۲
	بیشتر از ۸ سال	۱۴/۲

در این پژوهش پایایی مدل با شاخص‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی شد، پس از تحلیل‌های ذکر شده آلفای کرونباخ تمام عوامل بالاتر از ۰/۷ است که نشان از ثبات درونی بالای پرسشنامه دارد، پایایی مدل نیز باید بالاتر از ۰/۷ باشد که در این بخش نیز مقادیر به دست آمده برای این شاخص‌ها در تمام عوامل قابل قبول می‌باشد. برای بررسی همگرایی از شاخص متوسط واریانس استخراج شده، استفاده شد که مقادیر بالای ۰/۵ در این بخش قابل قبول می‌باشد. روایی واگرا نیز به روش فورنل لارکر بررسی شد که با توجه به بزرگ‌تر بودن جذر متوسط واریانس استخراج شده متغیرها از همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر، روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری تأیید شد. این یافته بدین معنی است که پیش فرض مدل سازی معادلات ساختاری طبق پرسشنامه و متغیرهای پژوهش برقرار است.

جدول ۲: بررسی شاخص‌های روایی و پایایی سازه تحقیق

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	مجذور واریانس استخراج شده AVE
بازار	دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان در داخل استان خراسان رضوی	۰/۷۳	۰/۷۶	۰/۵۶
	دسترسی به شبکه کارآفرینان و صاحبان کسب و کار در خارج از استان خراسان رضوی			
	وجود مشتریان کلیدی برای محصولات و خدمات کارآفرینان ورزشی در استان خراسان رضوی			
	دسترسی و سهولت کانال‌های توزیع و فروشندگان در استان خراسان رضوی			
فرهنگ	معرفی نمونه‌ها و داستان‌های موفقیت کارآفرینانه در استان خراسان رضوی	۰/۷۸	۰/۸۱	۰/۵۴
	آشنایی مردم با چهره‌های مطرح کارآفرینی ورزشی در استان خراسان رضوی			
	میزان توجه به نوآوری، خلاقیت، تجربه در فرهنگ جامعه ورزشی استان خراسان رضوی			
	میزان بهبود وضعیت کارآفرینان به‌واسطه فعالیت‌های کارآفرینانه در استان خراسان رضوی			
حمایت	میزان گرایش افراد به شروع کسب و کار در استان خراسان رضوی	۰/۷۹	۰/۸۲	۰/۵۹
	معرفی نمونه‌ها و داستان‌های موفقیت کارآفرینانه در استان خراسان رضوی			
	آشنایی مردم با چهره‌های مطرح کارآفرینی ورزشی در استان خراسان رضوی			
	میزان توجه به نوآوری، خلاقیت، تجربه در فرهنگ جامعه ورزشی استان خراسان رضوی			
	میزان بهبود وضعیت کارآفرینان به‌واسطه فعالیت‌های کارآفرینانه در استان خراسان رضوی			
سرمایه انسانی	میزان گرایش افراد به شروع کسب و کار در استان خراسان رضوی	۰/۷۹	۰/۸۱	۰/۶۱
	معرفی نمونه‌ها و داستان‌های موفقیت کارآفرینانه در استان خراسان رضوی			
	میزان دسترسی به نیروی کار ماهر (با تجربه) در استان خراسان رضوی			
	میزان دسترسی به نیروی کار نیمه ماهر در استان خراسان رضوی			
سرمایه مالی	وجود دوره‌ها و کلاس‌های مرتبط با کارآفرینی به منظور خوداشتغالی و کارآفرینی برای دانشجویان دانشگاه‌های استان خراسان رضوی	۰/۷۲	۰/۸۶	۰/۶۲
	آموزش‌های عمومی، فرهنگی و ترویجی برای کارآفرینان و خوداشتغالی در حوزه ورزش در سطح استان خراسان رضوی			
	برنامه وام و تسهیلات برای شرکت‌های نوپا و کارآفرینان حوزه ورزش			
سرمایه گذاری	تسهیل سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در مراحل اولیه راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای ورزشی	۰/۷۲	۰/۸۶	۰/۶۲
	میزان مشارکت بخش خصوصی در تأمین مالی کارآفرینانه و سرمایه‌گذاری خطرپذیر			
سرمایه گذاری	مشارکت سرمایه‌گذاران، دوستان و خانواده در کسب و کارهای ورزشی	۰/۷۲	۰/۸۶	۰/۶۲
	مشارکت سرمایه‌گذاران، دوستان و خانواده در کسب و کارهای ورزشی			

سیاست	میزان وجود فرصت‌ها جهت توسعه کارآفرینی در ورزش خراسان رضوی	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۵۴
	قوانین مشوق کارآفرینی در حوزه ورزش استان خراسان رضوی			
	میزان حمایت مالی در تحقیق و توسعه در حوزه ورزش استان خراسان رضوی			
	میزان راهبرد توسعه کارآفرینی در برنامه‌های استان خراسان رضوی در حیطه ورزش			
	میزان رغبت مدیران در حل چالش‌های احتمالی کارآفرینان ورزشی استان خراسان رضوی			
اکوسیستم کارآفرینی ورزشی	۰/۷۹	۰/۸۳	۰/۵۶	

قبل از انجام آزمون‌های فرضیه، از آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای بررسی توزیع طبیعی بودن داده‌ها استفاده شد. نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف در جدول ذکر شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف

نتیجه	سطح معنی‌داری	متغیر
نرمال	۰/۱۰۹	سیاست
نرمال	۰/۰۶۲	فرهنگ
غیر نرمال	۰/۰۴۷	حمایت
نرمال	۰/۰۵۶	سرمایه انسانی
نرمال	۰/۰۵۲	بازار
نرمال	۰/۰۷۲	سرمایه مالی

با توجه به بالاتر بودن سطح معنی‌داری اکثر متغیرها از ۰/۰۵ نتیجه می‌شود که توزیع بیشتر متغیرها نرمال و ناپارامتریک می‌باشد و برای آزمون فرضیات باید از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده کرد.

در ارزیابی مدل ساختاری شاخص‌های متعددی وجود دارد که از جمله می‌توان به ضریب تعیین (R^2) و ضرایب مسیر اشاره کرد. ضریب تعیین یک معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا می‌باشد. با توجه به اعداد به‌دست آمده (بزرگ‌تر از ۰/۱۸) برای تمام متغیرهای درون‌زا مقداری قابل قبول است که نشان از کیفیت مدل ساختاری دارد و همچنین نشان‌دهنده هر متغیر مستقل مشاهده شده در مدل است که تغییرات موجود در متغیر وابسته را تبیین می‌کند؛ بنابراین درصد نشان داده شده توسط این شاخص با فرض تأثیر همه متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می‌باشد. این شاخص بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود.

جدول ۴: ضریب تعیین متغیرهای درون‌زای تحقیق

متغیرهای درون‌زا	بازار	فرهنگ	حمایت	سرمایه انسانی	سرمایه مالی	سیاست
ضریب تعیین	۰/۵۵	۰/۴۵	۰/۵۶	۰/۶	۰/۵۷	۰/۴۲

علاوه بر ضریب تعیین که توضیح داده شد، برای ارزیابی مدل ساختاری باید ضرایب مسیرها را بررسی کرد که بحث و تحلیل در مورد مدل تحقیق، حول محور این موضوع می‌چرخد. در مورد ضریب مسیر که معادل استاندارد شده در رگرسیون است نیز با توجه به اعداد مشاهده شده در ضریب استاندارد (بالاتر از ۰/۶) و مقدار t تمام مسیرها معنی‌دار و قوی می‌باشد.

جدول ۵: ضرایب مسیر مدل ساختاری و اثر کل متغیرها

نتیجه	T-VALUE	ضریب اثر استاندارد	مسیر
معنی‌دار و قوی	۱۹/۴۳۵	۰/۷۵۳	کارآفرینی ورزشی به حمایت
معنی‌دار و قوی	۱۲/۸۴۶	۰/۶۵	کارآفرینی ورزشی به سیاست
معنی‌دار و قوی	۱۴/۴۳۸	۰/۶۷۸	کارآفرینی ورزشی به فرهنگ
معنی‌دار و قوی	۲۳/۲۳۹	۰/۷۷۹	کارآفرینی ورزشی به سرمایه انسانی
معنی‌دار و قوی	۱۷/۸۴	۰/۷۴۶	کارآفرینی ورزشی به بازار
معنی‌دار و قوی	۲۱/۳۰۸	۰/۷۶	کارآفرینی ورزشی به سرمایه مالی

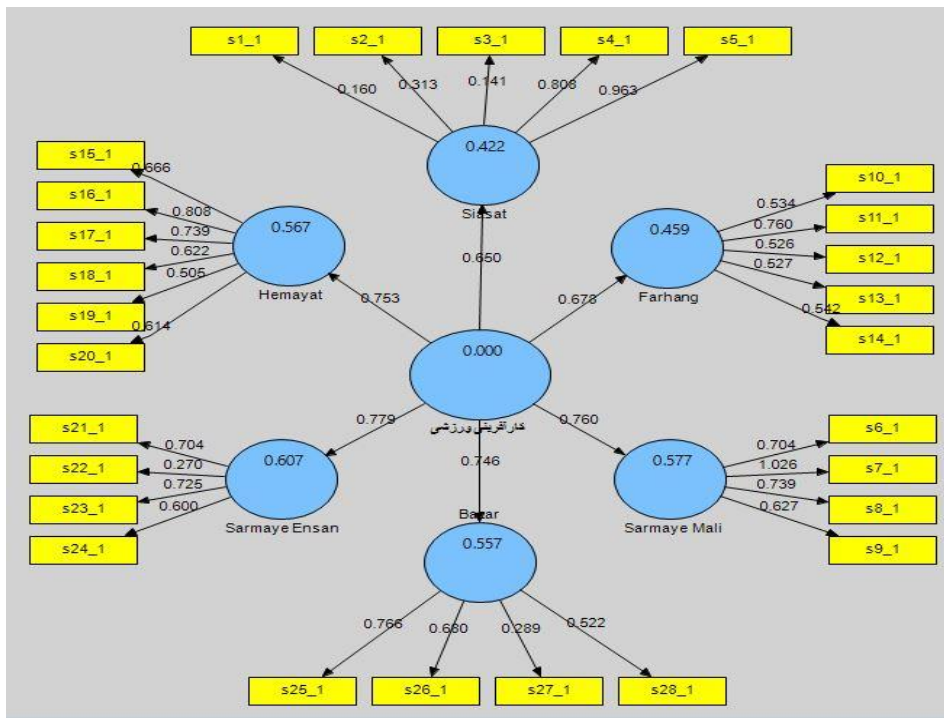
در این بخش برازش مدل اندازه‌گیری با شاخص اشتراکی، برازش مدل ساختاری با شاخص افزونگی و برازش کلی با نیکویی برازش (GOF) اندازه‌گیری می‌شود. شاخص افزونگی فقط برای متغیرهای درون‌زا (متغیر ملاک) محاسبه می‌گردد و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. در کتاب‌های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند.

جدول ۶: برآورد پارامترهای مدل ساختاری

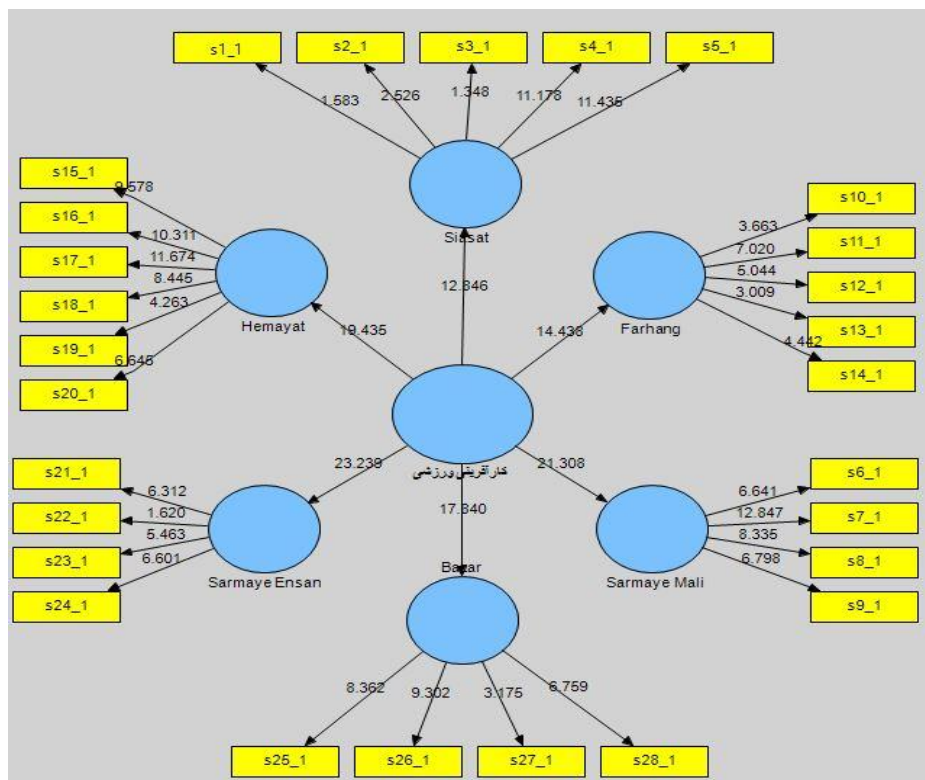
متغیر	شاخص اشتراکی	شاخص افزونگی
بازار	۰/۷۱	۰/۰۱
فرهنگ	۰/۸۴	۰/۰۱
حمایت	۰/۸۸	۰/۰۳
سرمایه انسانی	۰/۸۷	۰/۰۱
سرمایه مالی	۰/۸۹	۰/۰۲
سیاست	۰/۵۷	۰/۰۰۹
اکوسیستم کارآفرینی ورزشی	۰/۹۱	۰/۰۱۲

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities}} * R^2 = \sqrt{0.83 * 0.52} = 0.47$$

مقدار Communalities میانگین شاخص‌های اشتراکی می‌باشد که در نهایت عدد به‌دست آمده ۰/۴۷ می‌باشد و نشان از برازش کلی قوی این پژوهش دارد؛ و در نتیجه مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد و در حالت شاخص تی در ادامه آمده است. مدل مفهومی آزمون شده در شکل‌های ۱ و ۲ نمایش داده شده است. اعداد نوشته شده روی خطوط در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله‌ی رگرسیون میان متغیرها است که همان ضریب مسیر است و اعداد درون هر دایره نشان‌دهنده‌ی مقدار R² مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای مدل است. برای معنادار بودن ضریب مسیر لازم است مقدار T هر مسیر از عدد ۱/۹۶ بیشتر باشد (نادری بنی و همکاران، ۱۳۹۴).



شکل ۱: مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد



شکل ۲: مدل تحقیق در حالت شاخص تی

بحث و نتیجه‌گیری

اکوسیستم کارآفرینی در ورزش به‌عنوان یکی از پایه‌های پویایی اقتصادی صنعت ورزش و گذر به ساختارهای نوین در این صنعت است. به علاوه ایجاد شرایط مناسب به منظور توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در ورزش، اهمیت و اولویت ویژه‌ای در این برهه از زمان برای برنامه‌ریزان دارد. همچنین اکوسیستم کارآفرینی نمونه‌ای از یک نظام پویا در هر کشور یا منطقه است که از منطقه‌ای به منطقه دیگر متفاوت است؛ به همین سبب است که در این رویکرد، استفاده کورکورانه از الگوی توسعه کارآفرینانه یک کشور یا یک منطقه و اعمال آن برای کشور یا منطقه‌ای دیگر ناکاراست (فره‌نمدمهر و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۷)؛ بنابراین با توجه به این که تاکنون هیچگونه نگاه سیستمی در حوزه کارآفرینی در ورزش استان‌های کشور وجود نداشته است، می‌بایست با فراهم آوردن اکوسیستم کارآفرینی مناسب برای کارآفرینان بالقوه در استان‌ها که بدون هیچ پیش‌زمینه‌ای عزم به شروع کسب و کار در ورزش را دارند، تمامی موارد مورد نیاز برای شروع و ماندگاری کسب و کار را پیش‌بینی و ایجاد نمود. لذا هدف پژوهش حاضر مدل‌سازی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در استان‌های کشور می‌باشد که در استان خراسان رضوی انجام شده است.

بر اساس نتایج، بیشترین تأثیر بین کارآفرینی ورزشی با سرمایه انسانی با ضریب مسیر استاندارد ۰/۷۷۹ بود. این یافته بدین معنی است که کارآفرینی ورزشی در صورتی می‌تواند محقق شود که نیروی انسانی به نام کارآفرین وجود داشته باشد. به همین دلیل اگر سرمایه انسانی وجود نداشته باشد سایر عوامل تأثیری نخواهد داشت. این نتیجه قابل توجیه است که چرا سرمایه انسانی نسبت به سایر عوامل بیشترین ارتباط را با کارآفرینی ورزشی داشته است. کسب مزیت رقابتی و ارزش‌آفرینی توسط سازمان‌ها به وسیله‌ی منبعی ارزشمند و منحصر به فرد یعنی سرمایه‌های انسانی انجام می‌شود. عوامل مرتبط به این زمینه شامل میزان دسترسی به نیروی کار ماهر (با تجربه) و نیمه ماهر، وجود دوره‌ها و کلاس‌های مرتبط با کارآفرینی به منظور خوداشتغالی و کارآفرینی و آموزش‌های عمومی، فرهنگی و ترویجی برای کارآفرینان و خوداشتغالی در حوزه ورزش در سطح استان خراسان رضوی می‌باشد. عباس فرهنگد و همکاران (۱۳۹۶) با پژوهش خود بر اکوسیستم کارآفرینی ورزشی ایران و همچنین در مقیاسی وسیع‌تر داوری و همکاران (۱۳۹۶) با تحقیق بر اکوسیستم کارآفرینی ایران سرمایه انسانی را از عوامل مهم می‌دانند.

در ادامه یافته‌های تحقیق مسیر کارآفرینی ورزشی به سرمایه مالی با ضریب مسیر استاندارد ۰/۷۶ نیز ارتباط قوی با یکدیگر داشتند. این یافته یعنی کارآفرینی ورزشی در صورتی محقق می‌شود که سرمایه مالی وجود داشته باشد که از فکر نوآورانه، خلاقیت و در نهایت کارآفرینی فرد حمایت کند. چه بسا بسیاری از ایده‌ها به علت مشکلات مالی مطرح نشده‌اند یا به مرحله اجرا نرسیدند. عباراتی چون برنامه وام و تسهیلات برای شرکت‌های نوپا و کارآفرینان حوزه ورزش، تسهیل سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در مراحل اولیه راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای ورزشی، میزان مشارکت بخش خصوصی در تأمین مالی کارآفرینانه و سرمایه‌گذاری خطرپذیر و مشارکت سرمایه‌گذاران، دوستان و خانواده در کسب و کارهای ورزشی از جمله عواملی هستند که در اکوسیستم کارآفرینی ورزشی نقش داشته و در دسته سرمایه مالی قرار گرفتند. جیش ری سورش (۲۰۱۲) و استام (۲۰۱۵) نیز در پژوهش‌های خود سرمایه مالی را از عوامل مهم بر اکوسیستم کارآفرینی می‌دانند، همچنین توکلی و همکاران (۱۳۹۸) با اولویت‌بندی عوامل سرمایه مالی را دومین عامل مؤثر معرفی کرده است.

مسیر کارآفرینی ورزشی به حمایت با ضریب مسیر استاندارد ۰/۷۵۳ نیز معنادار و قوی بود. موفقیت اقتصادی کشورهای جهان در نتیجه تشویق و پاداش دادن به این روحیه نوآوری کارآفرینان است. جامعه‌ای رو به رشد و در حال پیشرفت است که روحیه کارآفرینی را تشویق می‌کند و به آنها پاداش می‌دهد. زیرا این کارآفرینان و فعالیت‌های آنهاست که تعیین‌کننده سطح موفقیت، کامیابی، رشد و فرصت در هر اقتصادی است. کارآفرینان یک گنجینه ملی هستند و باید از آنها محافظت شود. آنها باید تغذیه شوند، تشویق شوند و تا جایی که ممکن است پاداش داده شوند. آنها ثروت، مشاغل، فرصت‌ها و شکوفایی را در کشور ایجاد می‌کنند و مهم‌ترین افراد در یک اقتصاد بازار محور هستند و تعدادشان هرچه بیشتر باشد، بهتر

است. از این منظر مشخص است که باید ارتباط قوی و معنادار بین کارآفرینی ورزشی با مسئله حمایت باشد که همین گونه هم می‌باشد. عواملی که در این مفهوم نقش داشتند شامل برخورداری کارآفرینان از مشاوره‌های حقوقی، مالی و حسابداری، ارائه خدمات فنی و پشتیبانی توسط انجمن‌های صنفی، دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی فیزیکی، انرژی و فاوا در استان خراسان رضوی نیز می‌باشد. تئودوراکی و مسگم (۲۰۱۷) نیز حمایت را به‌عنوان یکی از ابعاد سه‌گانه تأثیرگذار معرفی کردند که شامل حمایت بخش‌های خصوصی، دولتی و همچنین نهادهای حمایتی از جمله مشاوران می‌باشد. در همین راستا فاطمه نگهداری و همکاران (۱۳۹۸) و داوری و همکاران (۱۳۹۶) به نتایج مشابه دست یافتند.

در ادامه یافته‌های مدل تحقیق بین کارآفرینی سازمانی و بازار نیز با ضریب مسیر استاندارد ۰/۷۴۶ رابطه معنادار و قوی وجود داشت. این یافته نشان می‌دهد که برای کارآفرینان مهم است که بتوانند ایده‌ها و محصولات و خدمات خودشان را روانه بازار کنند که در آینده در بازار سرمایه به موفقیت دست پیدا کنند. در برخی موارد کارآفرینی به سیستم حمل و نقل محصولات ورزشی مربوط می‌شود که باعث موفقیت کارآفرینان می‌شود. گاهی اوقات بازار ایجاب می‌کند محصولی روانه بازار شود که موجود نیست و این نقش کارآفرینان ورزشی را دو چندان می‌کند. عواملی که به این دسته تعلق داشتند شامل دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان در داخل و خارج از استان خراسان رضوی، وجود مشتریان کلیدی برای محصولات و خدمات کارآفرینان ورزشی و دسترسی و سهولت کانال‌های توزیع و فروشندگان در استان خراسان رضوی بود. فاطمه نگهداری و همکاران در سطح ملی پژوهشی مشابه را انجام داده که بازارهای جهانی و محلی را از عوامل مهم معرفی کرده است، توکلی و همکاران (۱۳۹۸) نیز به نتایج مشابه و تأثیرگذاری این عامل بر اکوسیستم اشاره کرده‌اند.

مسیر کارآفرینی ورزشی به فرهنگ نیز با ضریب مسیر استاندارد ۰/۶۷۸ نیز معنی‌دار و قوی بود. فرهنگ مانند چتری است که همه فعالیت‌های انسان مؤثر از آن است. به همین خاطر است که برای عادت شدن یک مسئله در جامعه، مفهوم فرهنگ‌سازی استفاده می‌شود. سازمان‌ها یا افراد کارآفرین، ساز و کاری ایجاد می‌کنند که بر اساس آنها توجه اعضای سازمان بر نوآوری و فرصت‌ها متمرکز می‌شود و رفتارهایی در پیش می‌گیرند که حامی کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه باشد. از این رو ارتباط قوی منطقی به‌نظر می‌رسد. از جمله عواملی که به این دسته مربوط هستند شامل معرفی نمونه‌ها و داستان‌های موفقیت کارآفرینانه در استان خراسان رضوی، آشنایی مردم با چهره‌های مطرح کارآفرینی ورزشی، میزان توجه به نوآوری، خلاقیت، تجربه در فرهنگ جامعه ورزشی، میزان بهبود وضعیت کارآفرینان به واسطه فعالیت‌های کارآفرینانه و میزان گرایش افراد به شروع کسب و کار در استان خراسان رضوی می‌باشد. در تمام مدل‌های مفهومی کارآفرینی که محققان طراحی کرده‌اند، فرهنگ از عوامل پیش‌برنده کارآفرینی است. آلوارز (۲۰۱۱) در پژوهش خود عامل فرهنگی را به‌عنوان عامل غیررسمی مؤثر بر اکوسیستم معرفی کرده است. همچنین تئودوراکی و مسگم (۲۰۱۷) و رضایی و همکاران (۱۳۹۹) نیز فرهنگ را از عوامل مؤثر در اکوسیستم کارآفرینی نام بردند.

در نهایت مدل تحقیق نشان داد بین کارآفرینی ورزشی با سیاست ارتباط معنادار و قوی با ضریب مسیر استاندارد ۰/۶۵ وجود دارد. تمام جنبه‌های زندگی هر شخصی چه در سطح کلان چه در سطح خرد نیز تحت تأثیر مسائل سیاسی می‌باشد، مبحث کارآفرینی نیز از این قاعده مستثنا نیست؛ زیرا دولت‌ها با وضع قوانین نیز می‌توانند هم حمایت‌کننده کارآفرینی ورزشی شوند، هم می‌توانند با ایجاد بروکراسی‌های اداری سخت و پیچیده، کارآفرینان را در این مسیر دلسرد کنند. این جمله را می‌توان در شرایط امروزه کشور ما که با تحریم‌های زیادی رو به رو است که خواه ناخواه در ورزش کشور تأثیر گذاشته است را مرتبط دانست؛ زیرا در این شرایط است که کارآفرینان با ایده‌های خود می‌توانند راهکاری برای برون‌رفت از این مسائل سیاسی که ایجاد مشکل کرده است را پیدا کنند. گویه‌های این مؤلفه شامل میزان وجود فرصت‌ها جهت توسعه کارآفرینی، قوانین مشوق کارآفرینی، میزان حمایت مالی در تحقیق و توسعه در حوزه ورزش، میزان راهبرد توسعه کارآفرینی در برنامه‌های استان خراسان رضوی در حیطه ورزش و میزان رغبت مدیران در حل چالش‌های احتمالی کارآفرینان ورزشی استان خراسان رضوی می‌باشد. نواز (۲۰۰۹) سیاست را به‌عنوان بخشی از عوامل قانونی تأثیرگذار در اکوسیستم کارآفرینی

شناسایی کرده است، همچنین رضایی و همکاران (۱۳۹۹) و داوری و همکاران (۱۳۹۶) نیز در پژوهش‌های خود سیاست را به‌عنوان یکی از عوامل اصلی معرفی کرده‌اند.

با توجه به تمام آنچه بیان شد صنعت ورزش یکی از صنایعی است که می‌توان در شرایط اقتصادی نامطلوب و تحریم‌های وارده به خوبی عمل کند و موجب بهبود وضعیت اشتغال در استان گردد؛ به همین منظور توجه به کارآفرینی می‌تواند آثار اقتصادی و اجتماعی قابل توجهی را در برگیرد. توجه موردی به کارآفرینی نیز می‌تواند مخرب باشد به همین منظور برای کاهش ریسک و ارتقاء وضعیت اقتصادی ناشی از کارآفرینی، توجه همه جانبه و سیستمی از مهم‌ترین پیشنهادها این پژوهش می‌باشد. برای ایجاد و توسعه کارآفرینی، یک عنصر مجزا در اکوسیستم به‌ندرت کافی است. بلکه باید بسیاری از عناصر اکوسیستم را به طور هم زمان مورد نظر قرار داد. عملکرد یک سیستم آشکارا به عملکرد اجزایش وابسته است، اما یک جنبه مهم، چگونگی تعامل آنها با یکدیگر برای تأثیرگذاری بر عملکرد سیستم کلی است. پس به‌جرات می‌توان گفت کارآفرینی ورزشی برای خود متکی بودن، نیازمند اکوسیستم است و اکوسیستم نیازمند مجاورت است؛ به طوری که ابعاد مختلف بتوانند با همدیگر رشد کنند و متقابلاً تقویت شوند. برای نمونه، آموزش کارآفرینی می‌تواند تشکیل سرمایه را حمایت کند و تشکیل سرمایه می‌تواند اصلاحات قوانین دولتی را حمایت کند. اگر هر کدام از این حلقه‌های زنجیر ضعیف باشند یا وجود نداشته باشند، تمام سیستم رنج می‌برد و اکوسیستم نمی‌تواند در توانمندسازی کارآفرینان مؤثر باشد. ممکن است به‌طور مجزا، هر کدام از حلقه‌های زنجیر موجب کارآفرینی شوند اما جهت پایدار نگه داشتن اکوسیستم ناکافی است. اکوسیستم کارآفرینی ورزشی استان خراسان رضوی برگرفته از شش عامل سرمایه انسانی، سرمایه مالی، حمایت، بازار، فرهنگ و سیاست می‌باشد، عوامل نام برده نیز در پژوهش داوری و همکاران (۱۳۹۶) که در سطح کشور انجام شده، به‌دست آمده است. تمام این عوامل باید با هم تقویت گردند و با تمرکز بر نگاه سیستمی به این عوامل می‌توان در رشته تربیت‌بدنی و به‌صورت کلی‌تر در صنعت ورزش که از صنایع پرطرفدار می‌باشد بیکاری را کاهش و وضعیت اقتصادی را بهبود بخشید.

پیشنهادات

برای بهبود وضعیت اکوسیستم کارآفرینی پیشنهاد می‌شود دستگاه‌های اجرایی مداخله‌کننده در این امر هر کدام به نوبه خود باعث تغییر در بخشی از این اکوسیستم گردند، از جمله این موارد می‌توان به برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی توسط افراد خبره و آشنا در این زمینه، فراهم کردن زمینه‌های آشنایی کارآفرینان با افراد موفق در حیطه کارآفرینی ورزشی و برگزاری گفتمان‌هایی با کسب و کار، برپایی حوزه‌هایی جهت مشاوره‌های حقوقی و مالی در این زمینه برای کارآفرینان به‌ویژه افرادی که تازه به این حیطه ورود پیدا می‌کنند و همچنین زمینه‌سازی شرایط ورود شرکت‌های بخش خصوصی جهت حمایت‌های مالی و همه جانبه اشاره کرد. برای پژوهش‌های آتی نیز پیشنهاد می‌شود به بررسی میزان موفقیت کارآفرینان ورزشی با بهره‌گیری از اکوسیستم کارآفرینی، بررسی میزان تأثیر متغیرهای تعدیل‌گر بر اکوسیستم کارآفرینی ورزشی و شناخت موانع استفاده از اکوسیستم‌های کارآفرینی ورزشی در استان خراسان رضوی و سایر مناطق پرداخته شود.

منابع

- ابراهیمی، عبدالحسین؛ خطیبی، امین؛ مهدی‌پور، عبدالرحمن؛ مرعشیان، سیدحسین (۲۰۲۰). «تأثیر صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه»، نشریه مدیریت ورزشی، ۱۲ (۱)، ۱-۱۰.
- ابراهیمی، آیت‌الله؛ سیف‌الله، مراد (۱۳۹۴). «مفهوم شناسی و زمینه‌یابی بانکداری مقاومتی در اقتصاد ایران»، ۷۱ (۲).
- برومند، محمدرضا؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ رضانی‌نژاد، رحیم؛ رضوی، سیدمحمدحسین؛ ملک‌اخلاق، اسماعیل (۲۰۱۱). «بررسی موانع اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی ایران»، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۷ (۱۴): ۵۱-۷۲.

- توکلی، محمد؛ ضیا، بابک؛ سخدری، کمال (۲۰۱۹). «شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی شهرهای بندری و نقش آن در مدیریت شهری (مطالعه موردی شهرهای بندری استان خوزستان)»، مطالعات مدیریت شهری، ۱۱ (۳۸): ۵۹-۷۱.
- داوری، علی؛ سفیدبری، لیلا؛ باقرصاد، وجیه (۲۰۱۷). «عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ»، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۱): ۱۰۱-۱۲۰.
- رضایی، بیژن؛ نادری، نادر؛ سلیمانی، معین (۲۰۲۰). «راهبردهای توسعه اکوسیستم کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان کرمانشاه»، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۹ (۳۱): ۶۷-۹۴.
- صنعت‌خواه، علیرضا (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر بیکاری فارغ‌التحصیلان»، مجله کار و جامعه، ۱۰۹.
- نگهداری، فاطمه؛ قهرمان‌تیریزی، کوروش؛ شریفیان، اسماعیل؛ بیابانی، حسن (۱۳۹۸). «شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در ایران»، نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۱ (۵۷): ۷۹-۱۰۴.
- جلالی‌فراهانی، مجید؛ علی‌دوست‌قهرخی، ابراهیم (۲۰۱۰). «بررسی دلایل و انگیزه‌های حضور فارغ‌التحصیلان رشته‌های غیر تربیت بدنی در مقطع کارشناسی ارشد تربیت‌بدنی»، نشریه مدیریت ورزشی، ۲ (۷).
- فرهنگ‌مهر، عباس؛ شریفی‌فر، فریده؛ نیک‌بخش، رضا (۲۰۱۹). «طراحی و تبیین چارچوب اکوسیستم کارآفرینی در ورزش»، مدیریت و توسعه ورزش، ۸ (۱): ۶۴-۸۳.
- قمبرعلی، رضوان؛ آگهی، حسین؛ علی‌بیگی، امیرحسین؛ زرافشانی، کیومرث (۲۰۱۴). «راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادیم جدید توسعه کارآفرینی در کشاورزی»، ۱ (۳): ۲۱-۳۸.
- رضانی‌نژاد، رحیم؛ برومند، محمدرضا؛ احمدی، فاطمه (۲۰۱۹). «اکوسیستم کارآفرینی: رویکردی جدید برای توسعه کارآفرینی در ورزش»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۸ (۱۶): ۲۹-۴۰.
- نصیرزاده، عبدالمهدی؛ فراهانی، ابوالفضل؛ رضایی، شمس‌الدین؛ وطن‌دوست، مریم (۲۰۱۴). «ارزیابی کارآفرینی مدیران کل تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲ (۳): ۱۲۹-۱۴۴.
- هنری، حبیب؛ خزایی، علی (۲۰۲۰). «کاوش موانع اجرایی اقتصاد مقاومتی در توسعه ورزش»، نشریه مدیریت ورزشی، ۱۲ (۱): ۷۱-۸۰.
- Alvarez, C., Urbano, D., Coduras, A. and Ruiz-Navarro, J. (2011), "Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 18 No. 1: 120-140. <https://doi.org/10.1108/14626001111106460>.
- Stam, E. (2015). "Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique". *European Planning Studies*, 23(9): 1759-1769.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). "Entrepreneurial innovation: The importance of context", *Research policy*, 43(7): 1097-1108.
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). "Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship". *Journal of business venturing*, 22(1): 29-49.
- WEF. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and around the globe and early-stage company growth dynamics - an entrepreneur's perspective*, Davos: World Economic Forum.
- 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, 1(781): 1-13.
- Isenberg, D. (2012). *Introducing the Babson entrepreneurship ecosystem project. Fostering high growth entrepreneurship ecosystems around the world* (Power Point, disponible: http://www.grcc.com/App_Content/media/user_files/InterCity_Visit/2012/Presentations/LenSchlesinger_EcoSystem.pdf).
- Isenberg, D. J. (2016). "Applying the ecosystem metaphor to entrepreneurship: uses and abuses". *The Antitrust Bulletin*, 61(4): 564-573.
- Khattak, A., & Stringer, C. (2017). "Environmental Upgrading in Pakistan's Sporting Goods Industry in Global Value Chains: A Question of Progress?", *Business & Economic Review*, 9(1): 43-64.
- Krajnc, D., & Glavič, P. (2005). "How to compare companies on relevant dimensions of sustainability". *Ecological Economics*, 55(4): 551-563.
- Kshetri, N. (2014), "Developing successful entrepreneurial ecosystems : Lessons from a comparison of an Asian tiger and a Baltic tiger", *Baltic Journal of Management*, Vol. 9 No. 3: 330-356. <https://doi.org/10.1108/BJM-09-2013-0146>.

- Malik, T. H. (2017). "Varieties of capitalism, innovation performance and the transformation of science into exported products: A panel analysis". *Technological Forecasting and Social Change*, 118: 324-333.
- Marticotte, F., & Arcand, M. (2017). Schadenfreude, attitude and the purchase intentions of a counterfeit luxury brand. *Journal of Business Research*, 77: 175-183.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). "Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship", Final report to OECD, Paris, 30(1): 77-102.
- Nawaz, Faraha, Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh (May 12, 2009). Bangladesh Development Research Working Paper No. 5, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1403411> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1403411>
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). "Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success", *European Journal of Business and Management*, 4(16): 95-101.
- Tasaddoghi, Z., Razavi, S. M. H., & Amirnezhad, S. (2020). "Designing a Success Model for Entrepreneurs in Sports Businesses". *Annals of Applied Sport Science*, 8(3).
- Theodoraki, C., & Messeghem, K. (2017). "Exploring the entrepreneurial ecosystem in the field of entrepreneurial support: a multi-level approach", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(1): 47-66.
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2014). "Contextualization and the advancement of entrepreneurship research". *International small business journal*, 32(5): 479-500.
- Sorama, K., & Joensuu-Salo, S. (2016). A case study of entrepreneurial ecosystem related to growth firms. In *Proceedings of the 11th European conference on innovation and entrepreneurship (ECIE)*, Jyväskylä 15-16 September 2016. ACPI, Academic Conferences and Publishing International.
- Ratten, V. (2018 b). "The sport industry and entrepreneurship", *Sport Entrepreneurship*, 10(1): 19-33.
- Robbins, s. P., & Decenzo, d. A. (2015). *Fundamentals of management* (A. S. Mohammad & H. S. Mohammadali, Trans. 10 ed.). Tehran: Office of Cultural Studies.
- Cotoi, E., Bodoasca, T., Catana, L., & Cotoi, I. (2011). "Entrepreneurship European development strategy in the field of education". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 3490-3494.
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). "A competency-based perspective on entrepreneurship education: conceptual and empirical insights". *Journal of small business management*, 51(3): 352-369.
- Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. (2019). "The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention". *Journal of Business Research*, 96: 183-193.
- Pitts, B., Danylchuk, K., & Quarterman, J. (2014). "Analysis of sport management literature: European sport management quarterly", *Choregia: Sport Management International Journal*, 2: 45-72.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). "Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education". *European Research on Management and Business Economics*, 24(1): 53-61.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

گل‌گلی، مهناز؛ کشتی‌دار، محمد؛ میرزازاده، زهرا سادات؛ حیدری، رضا (۱۴۰۰). «مدل‌سازی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در استان‌ها (مورد نگاری: استان خراسان رضوی)». *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*، ۱۱ (۲۲): ۱۱۳-۱۲۷.