

بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش؛ به‌عنوان حوزه‌ای میان‌رشته‌ای

زینب مندعلیزاده^۱

کارشناسی ارشد مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

حبیب هنری^۲

استادیار مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

چکیده

هدف این پژوهش بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش از دیدگاه متخصصان این حوزه است. این پژوهش توصیفی - پیمایشی، از نوع کاربردی است که نمونه آماری آن را ۶۴ نفر از اساتید و مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران تشکیل می‌دهد. جمع‌آوری داده‌ها به صورت کیفی (نظرخواهی از نمونه آماری) و کمی با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته صورت پذیرفت. پس از تأیید روایی (توسط اساتید)، پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/95$) به دست آمد. این مقاله مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی ورزشی را که هر دو به‌عنوان یک حوزه میان‌رشته‌ای در جهان مطرح شده‌اند، مورد بررسی قرار می‌دهد. در ابتدا این مقاله به بررسی فرصت‌های زیربنایی برای کارآفرینی در ورزش کشور و سپس شناسایی موانع این بخش می‌پردازد تا با شناسایی این عوامل راه برای کارآفرینان برای پیشرفت اجتماعی، فرهنگی و توسعه اقتصادی هموار شود، زیرا کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، رفاه و توسعه سلامتی و مشارکت در ابعاد گوناگون جامعه می‌تواند نقش مهم و برجسته‌ای در توسعه کشور داشته باشد و در نهایت به تدوین راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی ورزشی می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی ورزشی، فرصت‌های کارآفرینی، موانع کارآفرینی، میان‌رشته‌ای.

1. zmondalizade@yahoo.com

2. honari_h@yahoo.com

مقدمه

دانش گسترده علوم ورزشی به صورت کنونی آن گرچه بسیار جوان و نوپاست، ولی در عین حال از سابقه بسیار طولانی و دیرپایی برخوردار است و هر جامعه با توجه به توانایی آن در جهت بسط و توسعه و تکامل آن و در نتیجه بالا بردن سطح زندگی و سلامت و توانایی جسمی و فکری جامعه خویش کوشیده است (علیزاده، نصیری، ۱۳۸۰). علوم ورزشی به عنوان یک رشته علمی با تحقیقات علمی مطرح شده و زیرشاخه یا گرایش‌هایی نیز دارد. با در نظر گرفتن گرایش‌های متعدد می‌توان گفت ورزش نیز در حوزه دانش میان‌رشته‌ای در جهان مطرح شده است؛ بنابراین علوم ورزشی از دستاوردهای سایر علوم و معارف اسلامی که به نحوی با ورزش ارتباط دارند، بهره‌مند می‌شود و کاربرد آنها را در زمینه‌های آموزشی و پژوهشی مورد مطالعه قرار می‌دهد (اسماعیلی، ۱۳۷۸).

با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح کرد. دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد به عبارتی افزایش فرایندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است (دانشگاه جیمز کوک استرالیا، ۲۰۰۹). ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی را فراهم می‌کند 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. برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش باید عوامل زمینه‌ای و ساختاری مؤثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف‌هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه‌ریزی کرد (یداللهی، ۱۳۸۷).

در این میان شناخت فرصت‌ها و مشکلات کارآفرینی در ورزش از اهمیت زیادی برخوردار است؛ به عبارتی باید موانع و مشکلاتی را که بر سر راه فعالیت کارآفرینان بخش ورزش قرار دارد شناسایی کرده و تا حد امکان برای برطرف کردن آنها تلاش کنیم. همچنین شناسایی فرصت‌ها می‌تواند به عنوان راه‌هایی برای کارآفرینی در ورزش معرفی شود. از این طریق تعداد



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۱۴

دوره دوم
شماره ۲
بهار ۱۳۸۹



بیشتری از افراد به سوی تأسیس کسب‌وکار و ایجاد اشتغال تشویق می‌شوند و نیز کارآفرینی به معنی گسترده‌تر یعنی نوآوری، روح پویایی و ارزش‌آفرینی در جامعه به وجود آید. از طرفی بررسی‌های انجام‌گرفته در زمینه کارآفرینی، گویای این واقعیت است که تاکنون موانع و مشکلات کارآفرینی در ورزش با تأکید بر معنای گسترده آن مورد بررسی قرار نگرفته است. پژوهش حاضر چالش‌های کارآفرینی را همانند تحقیق غلامی (۱۳۸۷)، تنها محدود و منحصر به جنبه صرف اشتغال و کسب‌وکارهای کوچک بررسی نمی‌کند و بر مفهوم گسترده و باارزش آن تأکید دارد. علاوه بر این، توجه به روند تغییرات سریع در صنعت ورزش، زمینه‌شناسایی فرصت‌های بیشتر و جزئی‌تر را علاوه بر زمینه‌های اصلی بررسی شده در تحقیقات گذشته، فراهم می‌کند. در واقع این پژوهش نسبت به تحقیقات پیشین، به گونه عمیق‌تری فرصت‌های کارآفرینی در ورزش را بررسی می‌کند؛ بنابراین محققان به دنبال پاسخگویی به این سؤال هستند که عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش کشور چیست؟

کارآفرینی به‌عنوان علمی میان‌رشته‌ای

کارآفرینی به‌عنوان راهبردی اثربخش در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته شده است. کارآفرینی فرایندی پیچیده، بلندمدت و فراگیر است که البته نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها دارد؛ به‌طوری‌که امروزه این مقوله به‌عنوان راهبردی‌ترین و مهم‌ترین ابزار توسعه اقتصادی جوامع پیشرفته شناخته شده است (خبرگزاری اقتصادی ایران، ۱۳۸۷). کارآفرینی و نوآوری مرکز فرایند خلاق در اقتصاد به‌منظور رشد اقتصادی، افزایش سودآوری و ایجاد اشتغال است (بال^۱، ۲۰۰۵). اشتغال و پیچیدگی‌های آن در جهان پُرشتاب امروز، توجه بسیاری از سیاست‌گذاران، دولتمردان و کارشناسان را به خود جلب کرده است (ضیائی بیگدلی، ۱۳۸۲). ترکیب جمعیتی جوان کشور و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه، به‌ویژه نفت خام و همچنین خروج از وضعیت اقتصادی تک‌محصولی از یک سو، و روندهای موجود در جامعه اطلاعاتی از سوی دیگر، عواملی هستند که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور را وادار می‌دارد تا به منبع قابل اتکایی بجز مواد اولیه بیندیشند و بدون شک با توجه به الزاماتی که جامعه اطلاعاتی دارد این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵).



در تعریف مفهوم کارآفرینی هر محقق با توجه به زمینه تخصصی خود به آن موضوع نگرینسته است. اقتصاددانان بیشتر نقش‌های کاربردی کارآفرینی را مورد توجه قرار داده و جامعه‌شناسان و روان‌شناسان ابعاد فرهنگی و اجتماعی تأثیرات محیط بر فرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان را بررسی کرده‌اند؛ لذا تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است. بعضی از محققان تأکید کرده‌اند کارآفرینی بر نوظهوری و تازگی در شکل تولیدات جدید، فرایندهای جدید، بازارهای جدید و به‌عنوان پیش‌برنده ایجاد ارزش، تمرکز می‌کند. تعاریف دیگری که به صورت متفاوت بررسی شده، کارآفرینی را کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور اساسی برای ایجاد ثروت، تعریف کرده‌اند. هر دوی این نقطه‌نظرات بحث می‌کنند که شناسایی فرصت، قلب کارآفرینی است (هیت، سیرمون، ۲۰۰۳). در شناخت اهمیت تکامل تدریجی کارآفرینی، در قرن بیست‌ویکم کوراتکو تعریف جامعی را ارائه کرده که عوامل مهمی را که برای این پدیده لازم است، تأیید می‌کند:

کارآفرینی فرایند پویایی از چشم‌انداز، تغییر و تکوین است، کارآفرینی به استفاده از انرژی و اشتیاق در جهت ایجاد و اجرای عقاید جدید و راه‌حل‌های خلاق نیاز دارد. اجزای ضروری شامل رضایت به انجام خطرات محاسبه‌شده، تشکیل تیم موقعیتی مؤثر، آماده کردن منابع مورد نیاز، ایجاد طرح کسب‌وکار یکپارچه و سرانجام چشم‌اندازی برای شناختن فرصتی است که دیگران آن را بی‌نظمی، تناقض و اغتشاش می‌بینند، معرفی شده است (کوراتکو، آدریچ، ۲۰۰۹). از طرفی تعریفی که به‌طور گسترده، توسط محققان کارآفرینی استفاده و پذیرفته شده و به‌طور کلی توسط استیونسون از مدرسه کسب‌وکار هاروارد کامل شده، این است که کارآفرینی را به‌عنوان تعقیب فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که به‌طور معمول کنترل شده هستند، تعریف می‌کند. این تعریف گسترده، مزیت قابل اجرا بودن برای هر نوع کارآفرینی را دارد که تنها موقعیت‌های سودمند را شامل نمی‌شود. به‌هرحال در ادبیات کارآفرینی، توافق آشکاری درباره حداقل جزئیاتی که هر تعریف مفید و جامع از کارآفرینی باید شامل شود، وجود دارد. هیندل^{۹۳} عنصر مورد توافق را بیان می‌کند: ایجاد یک سازمان جدید برای تعقیب فرصت، مدیریت نوآوری، تفکر و ریسک‌پذیری، هماهنگی با عناصر نامتجانس، تصمیم‌گیری در محیط نامشخص، رهبری، داوری کردن، مالکیت و توسعه محصول، تمرکز روی اداره کردن رشد سریع در محیط بی‌ثبات.

1. Hit & Sirmon
2. Kuratko & Audrestsch
3. Hindle

نسبت‌های این جزئیات از موردی به مورد دیگر و زمینه‌ای به زمینه دیگر متفاوت خواهد بود. برای نمونه یک فرایند کارآفرینی ممکن است شامل سطوح بالایی از مدیریت ریسک و درجه پایینی از ساختار سازمانی باشد. بنابراین محققان کارآفرینی، ناتوانی بر توافق در تعریف معمول را رد کرده‌اند. جنینگز ادعا می‌کند تعاریف چندگانه‌ای از کارآفرینی مفید هستند، در واقع رشته کارآفرینی به تعاریف مختلفی نیاز دارد که متفاوت هستند زیرا تحقیقات مربوط به کارآفرینی به‌عنوان یک حوزه میان‌رشته‌ای تنوعی از اهداف را دنبال می‌کند (هندل، راش ورث^۱، ۲۰۰۲)؛ زیرا یک رویکرد میان‌رشته‌ای شامل مطالعات رفتاری، مدیریتی و روان‌شناسی می‌تواند به فهم بهتر فرایند کارآفرینی کمک کند (ریپس^۲، ۱۹۹۸).

عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی

کارآفرینی موضوعی است که روند روبه‌رشدی را در طول سال‌های اخیر، در خط‌مشی سیاسی در پیش گرفته است. دولت‌ها در حال اعتماد به کارآفرینان نوآوری هستند که سبب تداوم رشد اقتصادی برای کمک به استمرار رفاه در آینده می‌شوند. زمینه‌ها و خط‌مشی‌های متنوعی در کارآفرینی درگیر هستند و موضوعاتی از قبیل آموزش، نوآوری، سرمایه‌گذاری و محیط را شامل می‌شود (آدرتچ^۳ و همکاران، ۲۰۰۷)؛ بنابراین کارآفرینی با در نظر گرفتن ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مستلزم برنامه‌ریزی و اتخاذ رویکردهای راهبردی است (کمیسیون اروپا^۴، ۲۰۰۸)؛ بنابراین توسعه و رشد کارآفرینی توسط مجموعه بی‌شماری از متغیرها تحت تأثیر قرار می‌گیرد. مجموعه‌ای از این متغیرها شامل بسیاری از مدل‌های پیش‌بینی شده‌ای است که بر پایه ویژگی‌های شخصی کارآفرین یا رویکردهای کلانی است که دربرگیرنده متغیرهای زیربنایی به‌منظور گسترش کارآفرینی است که در واقع سیاست عمومی بر برنامه‌های زیربنایی مهم مانند فراهم کردن حمایت دولتی و خدمات حمایتی کسب‌وکار تمرکز می‌کند (ولش، پیستروی^۵، ۲۰۰۸). از جمله عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی که می‌تواند این فرایند را توسعه دهد عبارتند از زیرساخت‌های اجتماعی، تحقیق و توسعه، کیفیت نیروی انسانی، کیفیت مدیریت.

1. Handle, Rushworth
2. Ripsas
3. Audretsch & et al
4. European Commission
5. Welsch, Pistrui





از جمله مطالعات داخلی، تحقیق فروغی پور و همکاران (۱۳۸۶) است که به ارزیابی و معرفی مهم‌ترین اولویت‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزش کشور پرداختند. مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق شناسایی هفت زمینه اصلی برای کارآفرینی در ورزش است که به ترتیب اولویت شامل این موارد بود: کارآفرینی در حوزه‌های آموزش و پرورش در ورزش، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزش، خدمات ورزشی، تبلیغات ورزش، ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه‌ای، ساخت و تولید تجهیزات ورزشی و امور فرهنگی (فروغی پور و همکاران، ۱۳۸۶).

غلامی (۱۳۸۷) در تحقیقی به بررسی موانع کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه کارآفرینان این رشته پرداخت و میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، میزان رقابت در بازارهای ورزشی، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان تشویق جو و فضای عمومی حاکم بر اجرای ایده‌های جدید و زیرساخت‌های کسب‌وکار را در ورزش، از جمله موانع اصلی کارآفرینی در ورزش عنوان کرد (غلامی، ۱۳۸۷).

از مطالعات خارجی، سیم و همکاران^۱ (۱۹۹۹)، در بررسی نقش بخش خصوصی در اوقات فراغت و تفریح، از موانع کارآفرینی در این بخش را سیاست‌ها و قوانین دولتی و افزایش هزینه‌های اجرایی نتیجه گرفتند (سیم و همکاران، ۱۹۹۹). تسون و همکاران^۲ (۲۰۰۴) در تحقیقی مهم‌ترین چالش‌های مدیریتی پیش روی کسب‌وکارهای ورزشی را فقدان استفاده از منابع و تسهیلات، مشکلات اقتصادی، محیط سیاسی، فقدان مدیران شایسته، تعارض اجرایی و سیاست‌های محافظه‌کارانه برشمردند (تسون و همکاران، ۲۰۰۴). همچنین کارلیز^۳ (۲۰۰۶)، در تحقیقی در ورزش کانادا فرصت‌ها و موانعی را برای مؤسسات ورزشی، تفریحی و فراغتی بررسی کرد. از جمله این فرصت‌ها: گسترش فناوری، توسعه کسب‌وکارهای کوچک ورزشی، کاهش تصدی دولتی در بخش ورزش، افزایش تحصیلات کانادایی‌ها در آموزش عالی، تمایل به انجام ورزش‌های همگانی، سرگرم بودن و کسب تجربه‌های جدید هستند. موانع کارآفرینی در ورزش کانادا نیز عبارتند از: گسترش سازمان‌های بزرگ، فقدان دانش و تجربه برای کارآفرینان جوان، کاهش حمایت دولت از مؤسسات کوچک، بی‌ثباتی در اقتصاد، فقدان پول و توزیع سرمایه (کارلیز، ۲۰۰۶).

1. Syme & et al
2. Tesone & et al
3. Karlis

کارآفرینی در ورزش و ابعاد گوناگون آن

اکنون ورزش یکی از باارزش‌ترین شکل‌های گسترده سرگرمی را در بازار بین‌المللی سودآور امروزی تشکیل می‌دهد. فرهنگ نظم‌دهنده و ویژه‌ای که بر معانی گسترده ورزشی نظارت می‌کند این است که اقتصاد مالی این بخش ویژگی‌های بی‌نظیری دارد. اقتصاد گسترده ورزش، مقدمه‌پُر از جزئیات و قابل دسترس را برای همه جنبه‌های اقتصادی در این بخش گسترده فراهم می‌کند (گارتون، ارنسولبرگ^۱، ۲۰۰۷)؛ در نتیجه ورزش در دنیا به‌عنوان یک صنعت شناخته شده و محصولاتی که مشتریان سفارش می‌دهند، ورزش، تناسب جسمانی، تفریح یا فعالیت‌های مرتبط با اوقات فراغت است و ممکن است این فعالیت‌ها، کالاها، خدمات، اماکن، مردم یا عقاید باشند که صنعت ورزش را شامل تنوع گسترده‌ای از تولیدات و مشتریان کرده است. رشد صنعت ورزش در پنجاه سال گذشته، به‌هر حال پدیده کوتاه‌مدتی نبوده و به عوامل مختلفی نسبت داده شده که عبارتند از:

۱. افزایش تعداد و نوع مجله‌های ورزشی و مجله‌های تجاری؛
 ۲. افزایش و گسترش کالاها و خدمات مرتبط با ورزش برای بخش‌های مختلف بازار؛
 ۳. افزایش حمایت‌کنندگان و سرمایه‌گذاری ورزشی از سوی جوامع تجاری؛
 ۴. افزایش میزان قراردادها؛
 ۵. افزایش در فناوری کالاها، خدمات مرتبط با ورزش و آموزش؛
 ۶. ارتقای ورزش به‌عنوان ایجادکننده مشتری؛
 ۷. افزایش بازاریابی و جهت‌یابی در صنعت ورزش.
- علاوه بر موارد بالا، تحقق اینترنت به‌عنوان وسیله انتقال مفاهیم به‌طور صحیح و خدمات ورزشی بی‌حدومرز، فرصت‌های تازه‌ای را برای کارآفرینان و ایجاد ظرفیت جدید و درآمدزایی ایجاد کرده که نمونه‌ای از آن جایگاه ورزش حرفه‌ای است که شامل طراحی و توسعه وب‌سایت‌ها، فناوری، تجارت الکترونیک، مدیریت و خدمات مشتریان، دسترسی و پایگاه اطلاع‌رسانی بازاریابی و توسعه محصول است (سانتومیر^۲، ۲۰۰۲). بنابراین کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرایند استفاده از فرصت‌های موجود در ورزش دانست. فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به‌نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند. ایجاد شغل‌های



1. Gratton, Arnesolberg
2. Santomier

جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی و تبدیل کمبودها به فرصت‌هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی می‌توان به آنها پرداخت هرچند ورزش، پدیده‌ای شناخته‌شده است و در صورت شناسایی، می‌توان از آنها به‌عنوان راه‌هایی به‌منظور کارآفرینی در ورزش استفاده کرد (فروغی‌پور، ۱۳۸۶).

سیاست‌های اقتصادی - اجتماعی، خط‌مشی‌ها، فناوری، دولت، فرهنگ و جهانی‌سازی، همه به‌منظور شکل دادن محیطی که ورزش در آن عمل می‌کند، با هم ترکیب می‌شوند (سدان، بالدوین، ۲۰۰۸).

الف - بُعد اقتصادی کارآفرینی در ورزش

اثر اقتصادی ناشی از رویدادهای ورزشی می‌تواند به‌عنوان شبکه‌ای از تغییر در اقتصاد تعریف شده باشد. این تغییر به دلیل فعالیتی است که عملکرد، توسعه و استفاده از تسهیلات ورزشی و خدمات را دربرمی‌گیرد که به‌منظور ایجاد درآمد عمومی، فرصت‌های اشتغال و درآمد مالیاتی است (لی، ۲۰۰۱)؛ بنابراین میزبانی رویدادهای ورزشی با ایجاد ثروت، اشتغال و ایجاد فرصت‌هایی برای بازارهای جهانی به‌طور اقتصادی می‌تواند به یک کشور سود برساند. در واقع رویدادهای بزرگ ورزشی، شکل مهم دیگری از جهانی‌شدن هستند و اهمیت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی قوی برای ملت‌های میزبان دارند. این رویدادها، شامل خدمات حرفه‌ای، رویدادها و کالاها و تجهیزاتی است که به‌طور معنی‌داری در اقتصاد کشور مشارکت می‌کنند (آمینودین، پاریا، ۲۰۰۸). از جمله مزایای برگزاری میزبانی رویدادهای ورزشی، افزایش میزان دید جامعه، درآمد بی‌دردسر و ارتقای تصویر معمول و قابل قبولی از جامعه است. در هر حال تردیدی وجود ندارد که رویدادهای ورزشی که از کمک‌های دولتی استفاده می‌کنند، همیشه مزایای اقتصادی مثبتی را در جامعه به وجود می‌آورند. به دلایل متعددی، مطالعات درباره‌ی اثر اقتصادی رویدادهای ورزشی صورت می‌پذیرد. یکی از این دلایل این است که ورزش نه به‌عنوان سرگرمی بلکه به‌عنوان یک صنعت است و ممکن است نتایج اثر اقتصادی، پایه‌ای برای توسعه کسب‌وکارها در جامعه باشد (لی، ۲۰۰۱). در نتیجه تیم‌ها و رویدادهای ورزشی برای کارآفرین یا مؤسسات ورزشی که آنها را سازمان و ارتقا می‌دهند و برای جوامعی که تیم‌ها و رویدادها را کمک مالی می‌کنند و آنها را میزبانی می‌کنند، سرمایه‌هایی برای کسب‌وکار هستند



1. Lee
2. Aminuddinn & Pariah



(کراپتان^۱، ۱۹۹۵). کسب و کار و ورزش به گونه‌ای صریح با هم شریک هستند. آنها همدیگر را به پیش می‌برند و الگوی همسازی که توسعه دوجانبه‌شان را حمایت می‌کند را شکل می‌دهند (گارتون، ارنسبرگ^۲، ۲۰۰۷). برای کسب و کارهای ورزشی مهم است که خودشان را به دلایلی مانند پاسخ آسان‌تر به چالش‌های جهانی شدن و ایجاد فرصت‌های کسب و کار جدید، و کسب مزیت ارتباط با رویدادهای ورزشی بزرگ، ورزشکاران و نمایندگان ورزشی دولت‌ها (آمینودین، پاریا، ۲۰۰۸)، به عنوان بخشی از صنعت گسترده ورزش در نظر بگیرند.

علاوه بر این بولارو و ادینگتون^۳ (۱۹۸۹)، پنج طبقه‌بندی برای کسب و کارهای ورزشی در نظر گرفته‌اند: توریسم و جهانگردی، خدمات مربوط به سرگرمی و تفریح، خدمات مربوط به اوقات فراغت، خدمات مربوط به هتل‌داری و خدمات خرده‌فروشی (کارلیز، ۲۰۰۶).

همچنین نمونه‌ای از کارآفرینی ورزشی را می‌توان نوآوری در ورزش انگلستان معرفی کرد که به عنوان بخش کلیدی ورزش این کشور شناخته شده است. از سال ۲۰۰۴ تاکنون ورزش انگلستان، واحد تحقیق و نوآوری را با هدف انحصاری فراهم کردن راه‌حل‌های اجرایی در ارتباط با هدایت ورزش‌های المپیک و پارا المپیک، اجرا کرده است. تا به امروز این پروژه منجر به انتقال بیش از پنجاه طرح با تمرکز بر عملکرد بخش خصوصی شده که به طور گزینشی بهترین تخصص از بخش‌های علمی - صنعتی و تجاری را تحت کنترل خود درآورده است. در واقع توسعه دانش بدون اثر اجرایی، روشی نارسا در سرمایه‌گذاری است. قلمروهای سرمایه‌گذاری شده تحقیق و نوآوری می‌تواند در تجهیزات ورزشکار، آماده‌سازی و اندازگیری فناوری‌ها، علم تمرین و مدیریت پزشکی، خلاصه شود. بخش گسترده‌ای از پروژه‌های تحقیق و نوآوری (R&I)^۴ نشان‌دهنده رشد و کاربردی بودن جریان تحقیق هستند که وجود مفاهیم و عقایدی را تقویت می‌کند که اغلب بر پایه دانش اصولی معتبر هستند؛ بنابراین تیم نوآوری در ورزش انگلستان، خواستار به‌کارگیری و ایجاد عقایدی است که بتواند ورزشکاران انگلستان را از رقابت و آموزش بهره‌مند سازد، ضمن آنکه این نوآوری‌ها بر عقاید مبتنی بر پتانسیل تجاری تمرکز می‌کنند (دراور^۵، ۲۰۰۸)؛ بنابراین ورزش انگلستان نماینده دولت برای سرمایه‌گذاری در حمایت از ورزشکاران و ورزش‌های المپیک و پارا المپیک است. همچنین ورزش انگلستان و

1. Crompton
2. Gartton, Arnesolberg
3. Bullaro, Edington
4. Research and Innovation
5. Drawer



مؤسسه فناوری دانشگاه لایبروف به سبقت‌جویی در به چالش فرا خواندن کارآفرینان به منظور ایجاد عقاید نو در ورزش اقدام کرده‌اند (سدان، بالدوین^۱، ۲۰۰۸).

ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تأمین سلامت و نشاط جامعه است. ورزش بر بهره‌وری ملی اثر می‌گذارد، در نتیجه بر رونق اقتصادی کشور تأثیر مثبت بر جای می‌گذارد. سرمایه‌گذاری در تولید محصولات و خدمات ورزشی از یک سو اشتغال ایجاد می‌کند و از سوی دیگر بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید (سند تفضیلی نظام جامع توسعه تربیت بدنی، ۱۳۸۴). در این راستا سازمان تربیت بدنی به‌عنوان متولی امر ورزش، سیاست خصوصی‌سازی را به‌عنوان راهبرد خویش انتخاب کرده است. این سیاست می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای کارآفرینی در بخش ورزش پیش رو قرار دهد. پشتیبانی طرح‌های ورزشی این فرصت را برای کارآفرینان پدید می‌آورد تا طرح‌های خود را با پشتوانه مالی مناسب پیش ببرند. اگر این طرح‌ها به‌خوبی هدایت شوند می‌توانند منشأ ایجاد بسیاری از فرصت‌های شغلی در حوزه تربیت بدنی و ورزش باشند (فروغی‌پور، ۱۳۸۶).

با وجود ظرفیت‌های بی‌شمار کارآفرینی در ورزش ایران و زمینه‌های گسترده به‌منظور تعریف فعالیت‌های بی‌شمار در این زمینه، تاکنون به این مهم به صورت جدی پرداخته نشده است. گردش مالی ورزش ایران در برخی از رشته‌های ورزشی به گونه‌ای است که گسترش فعالیت‌های مرتبط با آن و ایجاد بسترهای ورود مردم به این عرصه به یکی از بزرگ‌ترین قطب‌های ایجاد کارآفرینی در ورزش تبدیل خواهد شد و شاید یکی از دلایل نپرداختن به این موضوع نداشتن متولی و حمایت‌های قانونی باشد.

ب - بُعد فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی در ورزش

ورزش به‌طور روزافزونی توسط فناوری‌های ارتباطی (ماهواره، اینترنت، تلفن و...) در میان اخبار، رسانه و فیلم، شکل گرفته است. این موضوع منجر به پراکندگی رویدادهای ورزشی می‌شود که به توسعه فرهنگ جهان کمک می‌کند. بنابراین ورزش در نتیجه جهانی شدن نه تنها پدیده‌ای اقتصادی است بلکه پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی نیز محسوب می‌شود (آمینودین، پاریا، ۲۰۰۸). به‌طور نسبی عقیده بر این است که کارآفرینان اجتماعی، مؤسسان سازمان‌های اجتماعی سودآوری هستند که مقیاس گسترده‌ای از مشکلات اجتماعی را توسط رویکردهای کسب‌وکار قابل اجرا، مستعد و نو حل می‌کنند تا بر مشکلاتی که بیشترین نیاز را دارند، اثرگذار

1. Seddon, Baldwin



باشند. اگرچه هیچ تعریف رسمی از کارآفرین اجتماعی در ورزش وجود ندارد، می توان آن را مانند شخصی توضیح داد که چهارچوب کارآفرینی اجتماعی را در زمینه ورزش و فعالیت های متغیر اجتماعی به کار می گیرد. اینکه ورزش به عنوان وسیله ای برای تغییر اجتماعی استفاده شده یا اینکه کارآفرین اجتماعی، تمایل دارد تا تغییر اجتماعی را در قالب بخش ورزشی ویژه انجام دهد، بر این مسئله تأکید دارد که یک ورزشکار، موضوع اجتماعی معنی داری را در داخل یا خارج از بخش ورزشی به نمایش می گذارد. همچنین در دهه های گذشته، افزایش پوشش رسانه های ورزشی برای ورزشکاران، قابلیت دید و شناخت بیشتری را نسبت به ورزشکاران گذشته، ایجاد کرده است. در نتیجه ورزشکاران حرفه ای قادرند تا شهرتشان را به کار گیرند تا تغییر اجتماعی را در سطوح بالاتری نسبت به یک موقعیت بشردوستانه، ایجاد کنند، اما ورزشکاران کمتری، این پتانسیل بی نظیر را درک می کنند، به گونه ای که ترجیح می دهند ابتکارات سودآوری را ادامه دهند (مرکز دانشگاهی شمال شرقی، ۲۰۰۷). علاوه بر شناسایی ورزشکاران به عنوان بنیان گذاران بالقوه برای تغییر اجتماعی، استفاده از چهارچوب کارآفرینی اجتماعی در ورزش و فعالیت های تغییر جامعه برای ایجاد نتایج موفق، بیشتر شده است؛ بنابراین ورزش و کارآفرین اجتماعی وسیله هایی برای ایجاد راه حل های نو برای مشکلات اجتماعی امروز و ورزشکاران هستند که می توانند تغییر اجتماعی کلی را تسهیل کنند (مرکز دانشگاهی شمال شرقی، ۲۰۰۷).

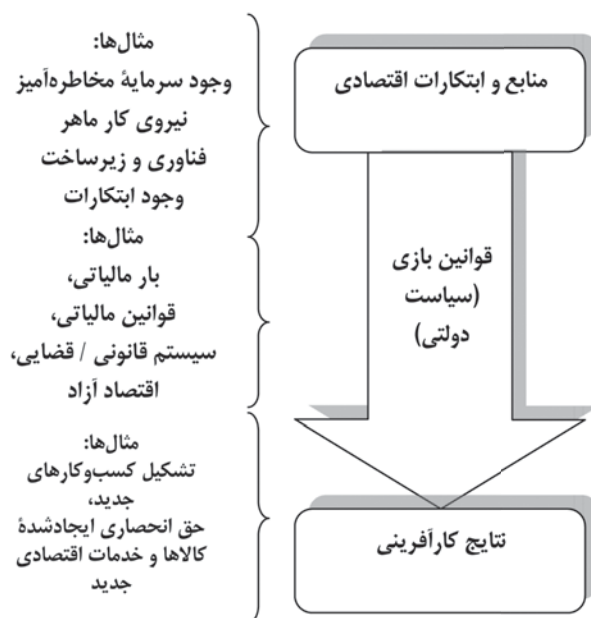
ج - بُعد سیاسی کارآفرینی در ورزش

کارآفرینی یا مطالعه ایجاد مخاطره جدید، توجه رو به افزایشی را از طرف سیاستمداران و دولت ها به دست آورده است زیرا برای کشورها ایجاد ثروت و اشتغال می کند و به عنوان ملاکی برای توسعه و رشد اقتصادی دیده شده است (سالیمت، ۲۰۰۶). ورزش نیروی مثبتی برای ارتقای ارتباطات بین المللی است. این بخش از ورزش، افزایش معنی دار رسانه ها و حامیان مالی به عنوان منبع درآمدی است که منجر به گسترش ورزش ها از شکل داوطلبانه کامل و فعالیت های پاره وقت به کسب و کارهایی با حجم معاملات بالا، پرداخت خوب و مشارکت تمام وقت تبدیل شوند (هالی هان، ۱۹۹۱).

به منظور فهم دقیق تر درباره بهترین روش سیاست دولتی برای توسعه کارآفرینی، فهمیدن

1. Northeastern University Center
2. Salimath
3. Houlihan

فرایندهایی که از طریق آن نتایج کارآفرینانه‌ای تولید شده‌اند، مهم است که در شکل ۱ نشان داده شده است. این شکل به رده‌بندی کردن اطلاعات بر فرایند کارآفرینی کمک می‌کند. منابع و ذخایر کارآفرینی از قبیل سرمایه‌مخاطره‌آمیز و میزان دسترسی به این منابع به نتایج کارآفرینانه ربط داده شده است. این مدل به‌روشنی نشان می‌دهد که افزایش کارآفرینی می‌تواند هم توسط افزایش منابع نسبت به فرایندها یا توسط ارتقای قوانین برای کارآفرینان به دست آید (هال، سوبل، ۲۰۰۶).



شکل شماره ۱. فرصت‌های کارآفرینانه (هال، سوبل، ۲۰۰۶).

در بخش ورزش مداخله دولت در آموزش به‌ویژه در بخش آموزش ملی با دلالت بر آموزش تربیت بدنی تأکید شده است. با آگاهی از نیازهای کارآفرینان و مشاغلی که نیاز به حمایت دارند، به‌نظر می‌رسد دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها

با هدف تشویق کارآفرینی ورزشی باشد. در این زمینه دولت (منظور از دولت، تمام اجزای نظام اداره‌کننده کشور) به‌عنوان ایجادکننده، کمک‌کننده و تسهیل‌کننده برای پیشبرد جامعه در مسیر توسعه پایدار کارآفرینی، می‌تواند با توجه به سرمایه‌گذاری صحیح در نظام آموزشی، حمایت اجرایی، مساعدت نسبت به کارآفرینان جدید و ایجاد گروه‌های تحقیقاتی و مراکز رشد دانشگاهی به این امر کمک کند (نطاق، ۱۳۸۳).

ضرورت بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش کشور

شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش کشور می‌تواند فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان جامعه معرفی کند تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی - اجتماعی بهره‌گیرند. به‌عبارتی کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند نقش بسیار مهم و برجسته‌ای در توسعه کشور داشته باشد. به لحاظ هدف‌های توسعه ملی، با توجه به فراگیر بودن ورزش و نفوذ آن در همه بخش‌های جامعه، توسعه کارآفرینی ورزشی جزء اولویت‌های مهم ملی است (یداللهی، ۱۳۸۷). علاوه بر این کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند (بال، ۲۰۰۵). از طرفی بحران بیکاری، خیل فارغ‌التحصیلان نظام آموزش عالی به‌رغم کمبود نیروی انسانی متخصص مورد نیاز، از یک سو و عدم استفاده بهینه از منابع و امکانات از مشکلاتی است که بازنگری در ساختار و نظام برنامه‌ریزی را ضروری ساخته است. علاوه بر موضوع اشتغال، کشور با مسائل و چالش‌های مهمی روبه‌رو است که برخورد هوشمندانه با آن مستلزم شناخت کافی از آن است.

با توجه به اهمیت کارآفرینی ورزشی و توسعه ورزش برای جامعه، لزوم شناسایی عوامل مثبت و منفی بر کارآفرینی برای این بخش از حوزه میان‌رشته‌ای باید مورد توجه قرار گیرد. بنابراین شناسایی فرصت‌ها و مشکلات برای کارآفرینی در ورزش به ایجاد خطوط کلی کسب‌وکار، برنامه‌ریزی به‌منظور ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی، برآوردن چالش‌های جهانی شدن مانند کیفیت تولید کالاهای ورزشی و خدمات نوآوری در طرح تولید، توانایی پیش‌بینی تغییر بازار و استفاده بهینه از فناوری برای رسیدن به حاشیه رقابتی، به ایجاد راهبردهای اشتغال برای جامعه به‌ویژه فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی کمک می‌کند.



روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی - پیمایشی از نوع کاربردی است. نمونه آماری برابر جامعه آماری شامل اساتید مدیریت ورزشی و کارآفرینی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران و مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، شامل ۶۴ نفر بود که به دلیل اهمیت موضوع کارآفرینی ورزشی برای مدیران سازمان تربیت بدنی به‌عنوان متولیان امر ورزش کشور و همین‌طور تجربه‌های استادان گروه مدیریت ورزشی و مدیریت کارآفرینی در این زمینه، این گروه‌ها به‌عنوان نمونه هدف در نظر گرفته شد.

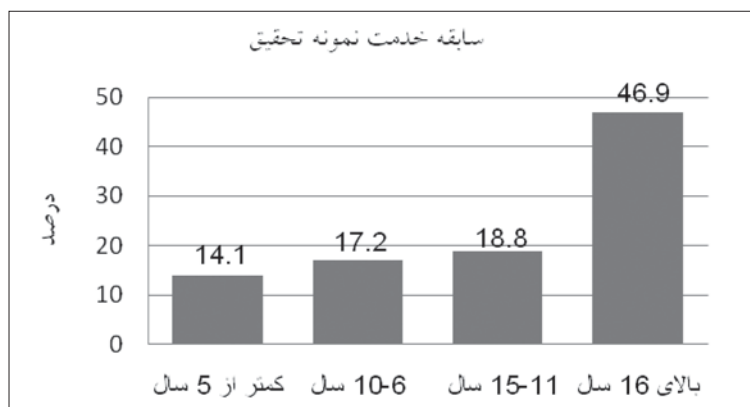
به‌منظور بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش کشور، داده‌ها و یافته‌های مورد نیاز، از طریق پرسش‌نامه گردآوری شد که این پرسش‌نامه‌ها با استفاده از نظرات اساتید مدیریت ورزشی، اساتید کارآفرینی (به صورت کیفی) و با استفاده از ادبیات پیشینه (مطالعات کتابخانه‌ای) به صورت محقق ساخته به دست آمد. پس از تعیین فرصت‌ها و مشکلات کارآفرینی ورزشی (به صورت کیفی)، پرسش‌نامه‌ای برای تعیین اولویت این عوامل با ۳۴ سؤال در بخش فرصت‌های کارآفرینی و ۴۱ سؤال مربوط به موانع کارآفرینی ورزشی، طراحی و در قالب مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت تنظیم شد.

در این پژوهش، به‌منظور برخورداری پرسش‌نامه از روایی صوری و محتوایی مناسب، در طراحی سؤال‌ها مواردی مانند ساختار پرسش‌نامه، استفاده از جملات قابل فهم و بدون ابهام مدنظر بود که به‌منظور اطمینان از روایی پرسش‌نامه محقق ساخته، ده تن از اعضای هیئت علمی رشته‌های کارآفرینی و مدیریت ورزشی، پس از مطالعه عمیق سؤال‌های پرسش‌نامه نظرات اصلاحی خود را اعلام کردند که پس از مصاحبه حضوری با این افراد و بحث و بررسی در مورد دیدگاه‌های مطرح شده، اصلاحات ضروری انجام شد. همچنین به‌منظور برآورد پایایی، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. برای این منظور ۳۰ پرسش‌نامه توسط بخشی از جامعه آماری تحقیق تکمیل و پس از داده‌پردازی، ضریب آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار SPSS محاسبه شد. میزان این ضریب که در اصل مشخص‌کننده میزان پایایی ابزار است، در سطح ۰/۹۵ به دست آمد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت و برای اولویت‌بندی عوامل از آزمون فریدمن استفاده شد. همچنین برای نرمال بودن توزیع از آزمون کلموگروف اسمیرنوف بهره گرفته شد که با توجه به $P > 0/05$ شرط طبیعی بودن توزیع، تأیید شد.



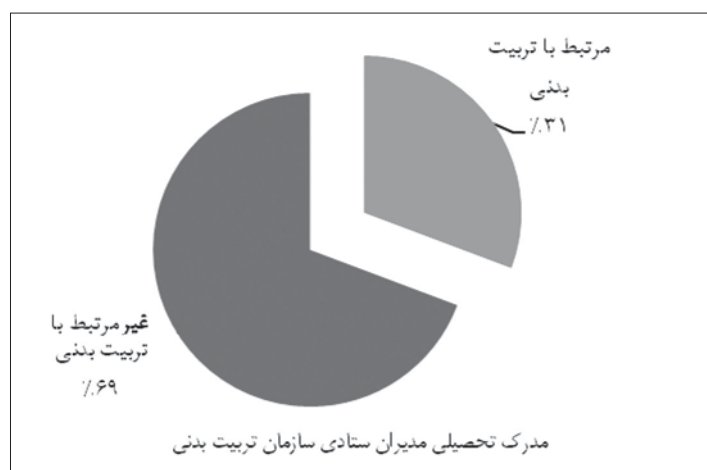
یافته‌های تحقیق

نمودار شماره ۱ داده‌های مربوط به توزیع درصدی سابقه خدمت نمونه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.



نمودار شماره ۱. توزیع درصدی سابقه خدمت نمونه‌های تحقیق

در این نمودار، اکثر نمونه‌های تحقیق (۶۷/۹ درصد)، سابقه خدمت بالای ۱۶ سال دارند که نشان‌دهنده تجربه کاری آنها، و کمترین نمونه‌های تحقیق (۱۴/۱ درصد) دارای سابقه خدمت کمتر از ۵ سال هستند.



نمودار شماره ۲. مدرک تحصیلی مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۲۷

بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی ...

بررسی فرصت‌های موجود کارآفرینی در ورزش کشور

با استفاده از آزمون فریدمن، رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینی در ورزش کشور به دست آمد و تفاوت معنی‌داری بین رتبه‌بندی این عوامل مشاهده شد ($\chi^2=341.81$, $p \leq 0.001$). در جدول شماره ۱ رتبه‌بندی این فرصت‌ها نشان داده شده است.

جدول شماره ۱. بررسی فرصت‌های اثرگذار بر کارآفرینی ورزشی

رتبه	میانگین رتبه	فرصت‌های کارآفرینی در ورزش کشور
۱	۲۱/۱	وجود متخصصان ورزشی در سازمان تربیت‌بدنی
۲	۲۰/۳۲	وجود فدراسیون‌های ورزشی
۳	۱۹/۹۹	وجود هیئت‌های ورزشی
۴	۱۹/۶۴	وجود سازمان تربیت‌بدنی
۵	۱۹/۱۶	وجود سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور
۶	۱۸/۸۴	برگزاری سمینارها و همایش‌های ملی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی
۷	۱۸/۷۷	وجود دفتر کارآفرینی و اشتغال در سازمان تربیت‌بدنی
۸	۱۸/۶۵	وجود نیروهای تحصیل‌کرده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی
۹	۱۸/۴۷	افزایش سطح علمی و فناوری ورزش در کشور
۱۰	۱۸/۳۸	پوشش رسانه‌ای و ماهواره‌ای رویدادهای ورزشی داخلی و برون‌مرزی
۱۱	۱۸/۲۱	بازار گسترده داخلی و علاقه جوانان و اقبال عمومی به ورزش
۱۲	۱۸/۱۳	چاپ کتاب‌ها و نشریات علمی - ورزشی در کشور
۱۳	۱۷/۹۷	توزیع آمایش ورزشی در استان‌های کشور
۱۴	۱۷/۹۲	ارائه واحدهای درسی مناسب در طول تحصیل به دانشجویان تربیت‌بدنی
۱۵	۱۷/۷۸	وجود جاذبه‌های توریسم و گردشگری
۱۶	۱۷/۷۳	رویکرد جوانان و تحصیل‌کردگان به استفاده از اینترنت
۱۷	۱۷/۶۶	وجود کمیته ملی المپیک
۱۸	۱۷/۵۶	تأسیس باشگاه‌های ورزشی در بخش خصوصی
۱۹	۱۷/۵۵	پذیرش میزبانی رویدادهای بین‌المللی ورزشی و پتانسیل میزبانی جامعه
۲۰	۱۷/۵	وجود ترکیب جمعیتی جوان مستعد در کشور
۲۱	۱۷/۳۱	طراحی نرم‌افزارهای کاربردی ورزشی مانند استعدادیابی، آمادگی جسمانی و...
۲۲	۱۷/۱۳	تبلیغات ورزشی و استفاده از نام ورزشکاران معروف برای تبلیغ
۲۳	۱۶/۹۹	تغییر سریع در صنعت و فناوری ورزشی
۲۴	۱۶/۹۱	افزایش و گسترش کالاها و خدمات مرتبط با ورزش برای بخش‌های مختلف بازار





رتبه	میانگین رتبه	فرصت‌های کارآفرینی در ورزش کشور
۲۵	۱۶/۵۶	روند خصوصی‌سازی در ورزش کشور
۲۶	۱۶/۵۱	توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیک در ورزش نسبت به دو دهه گذشته
۲۷	۱۶/۳۶	وجود برنامه توسعه پنج‌ساله کشور
۲۸	۱۶/۲۱	برگزاری دوره‌های مربیگری، داوری و تربیت مربیان ورزش‌های حرفه‌ای و قهرمانی
۳۰	۱۵/۸۳	حمایت دولت از تبلیغ و گسترش کسب‌وکارهای کوچک و خصوصی‌سازی در ورزش
۳۱	۱۵/۷۸	وجود ظرفیت‌های لازم برای پذیرش مشاغل نو در جامعه
۳۲	۱۵/۶۵	وجود رسانه‌های مکتوب بسیار در ورزش کشور
۳۳	۱۴/۶۶	وجود سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور (افق ۱۴۰۴ هـ ش)
۳۴	۱۴/۰۲	مقبولیت کارآفرینی، کار و تلاش به‌عنوان ارزش در جامعه

بررسی موانع پیش روی کارآفرینی در ورزش کشور

با استفاده از آزمون فریدمن، رتبه‌بندی موانع کارآفرینی در ورزش کشور به دست آمد و تفاوت معنی‌داری بین رتبه‌بندی این عوامل مشاهده شد ($\chi^2=76.596$, $p \leq 0.001$). در جدول شماره ۲ رتبه‌بندی این فرصت‌ها نشان داده شده است.

جدول شماره ۲. بررسی موانع اثرگذار بر کارآفرینی ورزشی

رتبه	میانگین رتبه	موانع کارآفرینی در ورزش کشور
۱	۲۳/۶۶	کارآمد نبودن و تغییر مکرر مدیریت ورزش کشور در دوره‌های زمانی کوتاه
۲	۲۳/۵۹	فقدان سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد برای کارآفرینان ورزشی
۳	۲۳/۳۲	فقدان نظام شایسته‌سالاری در تعیین مدیران ورزشی کشور
۴	۲۳/۰۲	عدم انطباق شغل و مهارت در ساختار سازمان تربیت بدنی و ورزش کشور
۵	۲۲/۹۲	ضعف در جذب حامیان مالی ورزشی
۶	۲۲/۸	تعدد سیاست‌ها و تعارض بین آنها در مدیریت ورزش کشور
۷	۲۲/۲۱	شکاف میان سیاست‌ها و عملکرد برنامه‌ریزی در سازمان‌های دولتی و خصوصی در ورزش
۸	۲۲/۲۱	فقدان برنامه راهبردی کارآفرینی در ورزش کشور
۹	۲۱/۸۸	فقدان بهره‌گیری از نتایج تحقیقات و طرح‌های علمی پژوهشی ورزشی
۱۰	۲۱/۶۷	ناکارآمدی روش‌های سنتی مدیریتی در ورزش کشور
۱۱	۲۱/۳۸	فقدان نگرش مدیریت ورزش کشور به کارآفرینی



رتبه	میانگین رتبه	موانع کارآفرینی در ورزش کشور
۱۲	۲۱/۲	عدم ارائه خط مشی کارآفرینی در سند چشم‌انداز ورزش کشور
۱۳	۲۱/۰۷	هزینه اندک تحقیقات سازمان تربیت بدنی به‌منظور نوآوری و کارآفرینی
۱۴	۲۱/۰۲	نبود ارتباط سازمان تربیت بدنی با سایر مراکز کارآفرینی در جامعه
۱۵	۲۰/۹۷	نبود گروه‌های کاری و تیم‌های نوآوری برای حل مسائل سازمان و پیگیری ایده‌های جدید
۱۶	۲۰/۹۱	نبود خدمات مشاوره‌ای کارآفرینی در زمینه ورزش در سازمان تربیت بدنی
۱۷	۲۰/۹۰	نبود نظام تحقیق، توسعه و نوآوری در سازمان تربیت بدنی
۱۸	۲۰/۶۶	نبود نظام جامع شناسایی و پرورش استعدادها و ورزشی (توجه به استعدادیابی)
۱۹	۲۰/۵۷	فرایندها و الزامات اداری و ناکارآمدی نظام اجرایی ورزش کشور
۲۰	۲۰/۵۲	عدم ارائه برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در ورزش به جامعه
۲۱	۲۰/۴۵	تصور ذهنی و باور اجتماعی مبنی بر اینکه نظام اداری تنها محل اشتغال نیروی انسانی است.
۲۲	۲۰/۳۶	عدم تفویض اختیار کافی، پیچیدگی و تعدد اهداف سازمان تربیت بدنی
۲۳	۲۰/۳۰	تأثیرپذیری ورزش از جریان‌های سیاسی
۲۴	۱۹/۹۷	فاصله صنعت ورزش از دانشگاه
۲۵	۱۹/۸۹	وابستگی ساختار اقتصاد ملی به صادرات نفتی
۲۶	۱۹/۶۹	نبود زیرساخت‌های مناسب کسب‌وکار
۲۷	۱۹/۶۸	سهم اندک ورزش در سبد خانوار
۲۸	۱۹/۶۷	نامعلوم بودن رویه‌های سیاسی و استراتژی اقتصادی ورزش کشور
۲۹	۱۹/۵۲	سرمایه‌گذاری اندک زیربنایی دولتی و خصوصی در ورزش کشور
۳۰	۱۹/۵۱	بی‌ثباتی و عدم شفافیت قوانین و مقررات کشور در توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای ورزشی
۳۱	۱۹/۲۷	اقتصاد سنتی و فضای اندک آن برای جذب جوانان و دانش‌آموختگان
۳۲	۱۹/۱۶	نبود مشارکت سرمایه‌گذاری خارجی در ورزش کشور
۳۳	۱۸/۷۹	نبود توجه کافی به آموزش و پرورش در زمینه فرهنگ کار در بخش ورزش
۳۴	۱۸/۶۹	مشکلات اقتصادی کشور
۳۵	۱۸/۶۸	اجرای سیاست خصوصی‌سازی به شیوه نامناسب
۳۶	۱۸/۶۷	میزان اندک سرمایه‌گذاری برای بخش خصوصی در ورزش و از دست دادن حامیان مالی
۳۷	۱۸/۶۲	رشد اندک تجهیزات و لوازم ورزشی و عدم حمایت جدی از تولیدات داخلی ورزشی
۳۸	۱۸/۴۷	فعالیت سایر دستگاه‌های اجرایی در ورزش کشور
۳۹	۱۸/۴۳	نبود دسترسی سرمایه‌گذاران به اطلاعات اقتصادی در ورزش کشور
۴۰	۱۷/۳۴	فقدان ایفای نقش رسانه‌ای در توسعه نگرش کارآفرینی ورزشی و معرفی کارآفرینان ورزشی
۴۱	۱۶/۹	فقدان توسعه همه‌جانبه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش کشور

نتیجه گیری

ورزش آن گاه که به مثابه یک حرفه تلقی می شود، آفرینش کار و شغل را هم با خود همراه دارد. اگر زمانی ورزش تنها یک تفریح و سرگرمی محسوب می شد، امروزه ورزش حتی جای نبرد میان ملت ها را هم گرفته است. اهتمام ملت های جهان به این مقوله در عصر جدید، استلزاماتی را به دنبال داشته است که بررسی و تحقیق در باب آنها و تلاش برای تحقق آنها امری میان رشته ای است. یکی از این استلزامات میان رشته ای ورزش، کارآفرینی است. بحث بر سر این است که چگونه و طی چه سازوکارهایی می توان کارآفرینی ورزش را تقویت کرد و موانع تحقق و توسعه آن را کاست؟

در بررسی عوامل مثبت و اثرگذار بر کارآفرینی، وجود نیروهای متخصص در ورزش کشور مهم ترین عامل عنوان شد، زیرا یکی از عوامل موفقیت و برتری سازمان ها در قرن بیست و یکم، نیروی انسانی متخصص است (تسون و همکاران، ۲۰۰۴). میزان حمایت دولت از گسترش کسب و کارهای کوچک، وجود جاذبه های توریسم و گردشگری، گسترش کالا و خدمات، روند خصوصی سازی و ارائه واحدهای درسی مناسب از جمله فرصت های کارآفرینی در ورزش کشور را تشکیل می دهند که با نتایج کارلینز (۲۰۰۶)، فروغی پور و همکاران (۱۳۸۶) که زمینه های کارآفرینی را توسعه خصوصی سازی، و تمایل به پرداختن به اوقات فراغت و ورزش همگانی دانسته اند، همخوانی دارد؛ بنابراین با توجه به نتایج این تحقیق می توان گفت فرصت های کارآفرینی برای ورزش کشور به نسبت تقریباً زیادی گسترده است، زیرا ورزش زمینه های متعددی را شامل می شود که می تواند زمینه های تولیدی، خدماتی، توزیعی و یا سایر جنبه های فرعی مرتبط با ورزش را دربرگیرد (دانشگاه جیمز کوک استرالیا، ۲۰۰۹). واقعیت این است که توسعه کارآفرینی ورزشی در جامعه معلول عوامل مختلفی است که از جمله عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حمایت دولتی را شامل می شود (زالی و رضوی، ۱۳۸۷)؛ بنابراین دنیای تربیت بدنی جایگاه بسیاری از فعالیت های کارآفرینانه است. فرصت های بدیعی که برای عرضه محصولات جدید و ابداعات در این حوزه وجود دارد بسیاری از کارآفرینان را به خود جذب کرده است (تجاری، خدایاری، ۱۳۸۵).

از موانع کارآفرینی در ورزش کشور نبود مسائل مهمی نظیر نگرش مدیریت ورزش کشور به کارآفرینی، وجود برنامه راهبردی کارآفرینی در ورزش، میزان ارائه برنامه های آموزشی، کارآمدی مدیریت ورزش کشور، وجود نظام تحقیق و توسعه و میزان ارتباط سیاست و عملکرد در ورزش کشور است که با نتایج سیم و همکاران (۱۹۹۹)، تسون و همکاران (۲۰۰۴)، کارلینز (۲۰۰۶) و غلامی (۱۳۸۷) که از مهم ترین مشکلات کارآفرینی در ورزش را افزایش هزینه های اجرایی، فقدان مدیران





شایسته و تعارض اجرایی دانستند، همخوانی دارد. به نظر می‌رسد عمده‌ترین مشکلات کارآفرینی در مدیریت و برنامه‌ریزی ورزش کشور وجود دارد زیرا چگونگی مدیریت و رهبری کسب‌وکار در سازمان‌های کوچک و بزرگ، مولد سطح کارآفرینی و مهارت در فعالیت‌ها و کسب‌وکار است و هر روز بر اهمیت و قابلیت مدیریت در دنیا افزوده می‌شود. در واقع توجه به مدیریت و برنامه‌ریزی می‌تواند به توسعه کارآفرینی و ایجاد فضای کسب‌وکار کمک کند (هزارجریبی، ۱۳۸۴).

از طرفی وجود زیرساخت‌های لازم برای کارآفرینی، میزان ارتباط صنعت ورزش با دانشگاه، وضعیت اقتصادی و سیاسی کشور، امنیت سرمایه‌گذاری و سهم اندک ورزش در سبد خانوار، از مهم‌ترین موانع برای کارآفرینی در ورزش عنوان شد که با نتایج تحقیق سیم و همکاران (۱۹۹۹)، تسون و همکاران (۲۰۰۴)، کارلیز (۲۰۰۶) و غلامی (۱۳۸۷) که از جمله موانع را بی‌ثباتی در اقتصاد و فقدان سرمایه، مشکلات اقتصادی، محیط سیاسی و قوانین دولتی عنوان کرده‌اند، همخوانی دارد. ساور (۱۳۸۸)، مهم‌ترین موانع و مشکلات کارآفرینی ورزشی را عدم رسمیت دفتر کارآفرینی و اشتغال در نمودار سازمانی استان‌ها، نبود پیش‌بینی منابع مالی کافی برای حمایت بخش خصوصی، پرداخت نکردن وام با بهره کم و افزایش ندادن مدت زمان بازپرداخت تسهیلات در بخش ورزشی دانسته است (ساور، ۱۳۸۸). در واقع یکی از مهم‌ترین ضعف‌ها و تهدیدها، بی‌ثباتی در اقتصاد است. فقدان پول و توزیع سرمایه، از توسعه مؤسسات ورزشی، تفریحی و فراغتی کوچک جلوگیری می‌کند (کارلیز، ۲۰۰۶).

پیشنهادها

با توجه با نتایج این پژوهش، راه‌حل‌هایی برای توسعه کارآفرینی ورزشی ارائه می‌شود.

۱. از آنجاکه مدیریت ترکیبی از علم و هنر است که مدیران ارشد باید از آن بهره‌مند باشند، ولی با توجه به اینکه مدارک و تحصیلات آنها غیرمرتبط با تربیت بدنی است (نمودار شماره ۲)، متأسفانه مدیریت علمی و شایسته در ورزش کشور که نوآوری، خلاقیت و تغییر را در عرصه ورزش و روح پویایی را در جوانان ایجاد کند، جایگاه و هدف خود را به دلیل مسائل سیاسی و حاشیه‌ای از دست داده است؛ لذا پیشنهاد می‌شود مدیرانی که دارای تحصیلات و تخصص در رشته تربیت بدنی باشند برای ورزش کشور تصمیم‌گیری کنند؛
۲. با توجه به تغییرات سریع در صنعت ورزش، تغییرات زیاد اقتصادی و سیاسی در جامعه و جوان بودن جمعیت، مدیران به‌ویژه مدیران ارشد در ورزش، باید به موضوع کارآفرینی و قرار دادن آن در جایگاه رسمی در سازمان تربیت بدنی توجه کنند و در این راستا با اجرای



- برنامه راهبردی کارآفرینی، در بازنگری سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور در افق ۱۴۰۴ هـ.ش، کارآفرینی و اقتصاد در صنعت ورزش را مدنظر قرار دهند؛
۳. توسعه فناوری و انتقال دانش از طریق برگزاری همایش‌ها و سمینارها، چاپ کتاب‌ها و نشریه‌های ورزشی و به‌کارگیری نوآوری‌های فنی در ورزش کشور؛
۴. امنیت اجتماعی در میان صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی (پوشش بیمه، شکست کسب‌وکار و بیکاری) با در نظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی به‌منظور مشارکت بخش خصوصی ارتقا پیدا کند؛
۵. از آنجاکه نبود مهارت، دانش و تجربه برای کارآفرینان جوان ممکن است منجر به خاتمه مؤسسه‌های کوچک ورزشی شود، لذا پیشنهاد می‌شود آموزش کارآفرینی در تمام سطوح سیستم آموزشی (شامل برنامه‌های علمی، فهم فرایند برنامه‌ریزی کسب‌وکار و تصمیم‌گیری برای استفاده از آن) با تمرکز بر دانشکده‌های تربیت‌بدنی به‌عنوان مراکز دانش به‌منظور توسعه ورزش و هدایت بخش تحقیق در جامعه، ارتقا و گسترش پیدا کند؛
۶. قرارگیری رویدادهای بزرگ ورزشی (ملی و بین‌المللی) در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به‌منظور توسعه توریسم مرتبط با ورزش در کشور و ایجاد فرصت‌هایی به‌منظور جذب حامیان مالی؛
۷. واگذاری بخش‌های وابسته به سازمان تربیت‌بدنی به بخش خصوصی مانند لیگ‌های دسته برتر فوتبال و کوچک کردن بدنه سازمان تربیت‌بدنی؛
۸. ایجاد بانک اطلاعات اقتصادی در ورزش برای سرمایه‌گذاران با حمایت سازمان تربیت‌بدنی؛
۹. ایجاد و تقویت ارتباط مراکز علمی دانشگاه‌ها با صنعت ورزش و تأسیس مرکز تحقیق صنعت ورزش در راستای حمایت سازمان تربیت‌بدنی، دانشکده‌های تربیت‌بدنی و همین‌طور پژوهشکده تربیت‌بدنی به‌منظور نوآوری در ورزش و تجاری‌سازی دانش در بخش ورزش؛
۱۰. آسان‌سازی همکاری با توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در بازارهای داخلی از طریق کاهش مالیات بر کالاهای ورزشی تولیدشده در داخل کشور و ساده‌سازی پیچیدگی‌های مالیاتی و کاهش نیاز به مستندسازی کسب‌وکارهای ورزشی، در میان سادگی نظام اجرایی و اداری؛
۱۱. تلاش در به دست آوردن میزبانی رویدادهای بین‌المللی و ملی از طریق رایزنی‌های دولت و سازمان تربیت‌بدنی با در نظر گرفتن جاذبه و ظرفیت‌های توریسم ورزشی در کشور؛
۱۲. حمایت از متخصصان ورزشی و توسعه پژوهش‌های کاربردی، گسترش تکنولوژی داخلی و به‌کارگیری این فناوری‌ها با غنی کردن علوم ورزشی با دیگر رشته‌های علوم فنی.

منابع

- احمد پ، محمود، و سید محمد م. (۱۳۸۵)، *مبانی کارآفرینی*، تهران: نشر فراندیش.
- اسماعیلی، م. (۱۳۷۸)، *بررسی ویژگی‌های تدریس مدرسان رشته تربیت بدنی کارشناسی ارشد از دیدگاه دانشجویان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- جعفر، ه. ج (۱۳۸۴)، *کارآفرینی*، تهران: پژوهشکده امور اقتصادی.
- جهانگیر، ی. ف. (۱۳۸۷)، «کارآفرینی در ورزش کشور»، *همایش ملی مدیریت ورزشی با تأکید بر سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران*، آکادمی ملی المپیک و پارا المپیک.
- حمید، ف، سید امیر احمد، م و فریده، ا. گ (۱۳۸۶)، «ارزیابی و معرفی مهم‌ترین اولویت‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزش»، *پژوهش در علوم ورزشی*، شماره ۱۶، صص ۶۸-۵۵.
- خبرگزاری اقتصادی ایران، (۱۳۸۷).
- [www.aftab.ir/articles/economy_marketing_business/c2c_121031085_entrepreneurship]
۲۳ بهمن ۱۳۸۷.
- سازمان تربیت بدنی (۱۳۸۴)، *مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی*، تهران: ناشر سبب سبز.
- سیامک، ن. (۱۳۸۳)، *مقدمه‌ای بر کارآفرینی*، (چاپ سوم)، تهران: انتشارات کوهسار.
- عبدالرضا، س. (۱۳۸۸)، *گزارش عملکرد دفتر کارآفرینی و اشتغال سازمان تربیت بدنی در دو بخش عملکرد ستاد اجرایی ماده ۸۱ و کارآفرینی طی چهار سال گذشته*، دفتر کارآفرینی و اشتغال سازمان تربیت بدنی، تهران.
- فرشاد، ت و عباس، خ. (۱۳۸۵)، «مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش»، *پژوهش در علوم ورزشی*، شماره ۱۰.
- محمدتقی، ض. ب. (۱۳۸۲)، «موانع اشتغال و راهکارها»، *پژوهشنامه اقتصادی*، شماره ۹، صص ۱۳۰-۱۱۳.
- محمدحسین، ع. و خسرو، ن. (۱۳۸۰)، «بررسی مشکلات شغلی دانش‌آموختگان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی»، *نشریه حرکت*، شماره ۷، صص ۷۷-۸۹.
- محمدرضا، ز و سید مصطفی، ر. (۱۳۸۷)، *پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران*، تهران: دانشکده کارآفرینی.
- ناصر، غ. (۱۳۸۷)، *بررسی موانع کارآفرینی در ورزش کشور*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.

- Aminuddin, Y., Pariah, M. (2008), "Globalization, and Malaysian Sports Industry", *Journal of Intentional Studies*, 8, pp. 112-116.
- Avdretsh, D., Girlo, I., Thurik, R. (2007), "Entrepreneurship", *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*, The Presentation.
- Ball, S. (2005), "The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism", *Journal of the hospitality, Higher, Leisure, Sport Education and Tourism Academy Network*, 3, pp. 1-14.
- Crompton, J. L. (1995), "Economic Impact Analysis of Sport Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication," *Journal of Sport Management*, 9, pp. 14-35.
- Drawer, S. (2008), "Performance Research, Science & Innovation in Olympic and Paralympics Sport; A Call To UK Sciences Community", *The Sport & Exercise Scientist*, 16, pp. 4-7.





- European Commission (2008), "Entrepreneurship in Higher Education Especially Within Non-Business Studies", *Final Report of the Expert Group*.
- Gartton, C., Arnesolberg, H. (2007), The Economics of Sports Broadcasting. www.routledgeeconomics.com/books/the-economics-of-sports-broadcasting-isbn9780415357807 20 Aug 2009.
- Hall, J. C., Sobel, R. S. (2006), "Public Policy and Entrepreneurship", *The Center for Applied Economics/ School of Business*, University of Kansas, 5.
- Hindel, K, Rushworth, S. (2002), *Entrepreneurship-A Policy Primer*, Australian Graduate School of Entrepreneurship.
- Hit, M. A., Sirmon, D. G. (2003), "Managing Resources: Linking Unique Resources, Management and Wealth Creation in Family Firms", *Entrepreneurship and Practice Journal*, 27 (4), pp. 339-358.
- Houlihan, B. (1991), *The Government and Politics of Sport*, NY: Routledge.
- James Cook University of Australia, *Bachelor of Business* (Sports & Events Management): www.jcu.edu.au/business/JCUPRD_037555.html, 25 Apr 2009.
- Karlis, G. (2006), "The Future of Leisure, Recreation, and Sport in Canada: A SWOT for Small Sized Enterprises", *The Sport Journal*, 9, p. 2.
- Kuratko, D. F, Audrestsch, D. B. (2009), "Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of An Emerging Concept", *The Business Journals*: www.entrepreneur.com/tradejournals/article/192851028.html.
- Lee, S. (2001), «A Review of Economic Impact Studies on Sporting Events», *The Sport Journal*, 4, p. 2.
- Northeastern University Center (2007), Sport in Society, <http://www.northeastern.edu/sportinsociety/fitz/impact/index.html>.
- Ripsas, S. (1998), "Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 10: pp. 103-115.
- Salimath, M. (2006), *Application and Extension of Institutional a Nominee Theory of Entrepreneurship*, Social Institutions & Culture as Drivers of Cross National Entrepreneurial Activity.
- Santomier, J. (2002), "Sport Business Entrepreneurship", *New England Journal of Entrepreneurship*, 5, pp. 5-6.
- Seddon, A., Baldwin, H. (2008), University of Alberta Strategic Research Plan for Canada Foundation for Innovation and Canada Research Chairs Program. Executive Report of University of Alberta.
- Syme, J. H., Uysal, M. and Mciellan, g. K. (1999), "Entrepreneurship its Role in the Private Sector Outdoor Recreation", *Leisure Today*, Vol. 1, pp. 39-41.
- Tesone, D. V., Platt, A. and Alexalkis, G. (2004), "The Human Capital Factor: Strategies for Dealing with Performance Challenges in Business and Sport Management", *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, Vol. 9, No. 3, pp. 22-33.
- Welsch, H. P., Pistrui, D. (2008), «Entrepreneurial Expansion Plans an Empirical Investigation of Infrastructure Predictors», *New England Journal of Entrepreneurship*, Vol.8, pp. 19-32.

