

مطالعه‌ی موانع کارآفرینی در ورزش کشور

جهانگیر یدالهی فارسی^۱ - ناصر غلامی^{۲*} - مهرزاد حمیدی^۳ - علی کنعانی^۴

۱. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. کارشناسی ارشد مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی

۳. دانشیار دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران

۴. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۳/۱۸، تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۶/۳۱)

چکیده

با توجه به اهمیت بخش ورزش در اقتصاد به‌ویژه تولید و اشتغال و اهمیت این بخش برای تعالی جوانان، مساعد کردن محیط کسب و کار در این بخش در دست‌یابی به هدف‌های یادشده اثرگذار است. در این رابطه شناخت موانع کارآفرینی در ورزش به سیاست‌گذاری درست برای توسعه‌ی محیط کسب و کارهای ورزشی کمک می‌کند. هدف این مقاله شناسایی موانع‌های کارآفرینی در ورزش کشور است و به سوال توسعه‌ی مهمی پاسخ می‌دهد. بدین منظور با استفاده از روش تحقیق ترکیبی و بر مبنای نظریه‌ی سه‌شاخه‌گی موانع‌های رفتاری، ساختاری و محیطی کارآفرینی در ورزش شناسایی می‌شود. از یک جامعه‌ی ۲۷۵ نفری، نمونه ۱۰۰ تایی از دو گروه کارآفرینان ورزشی - تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داران - با روش مصاحبه و پرسش‌نامه، اطلاعات لازم گردآوری شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین دیدگاه‌های دو گروه یادشده تفاوت وجود ندارد و عامل‌هایی مانند میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان تشویق جو و فضای عمومی حاکم بر جامعه به خلق و اجرای ایده‌های جدید، میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری)، زیرساخت‌های کسب و کار: ارتباطات، حمل و نقل، خدمات بیمه و خدمات بانکی مانع اصلی کارآفرینی در ورزش کشور هستند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، موانع‌های کارآفرینی ورزش، موانع‌های فردی، موانع‌های ساختاری، موانع‌های محیطی

مقدمه

ورزش در کشور ما در حال تحول و رو به توسعه است که این امر می‌تواند زمینه‌های مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه ایجاد کند (فروغی پور، ۱۳۸۴، ۴۰). سرمایه‌گذاری در تولید محصولات و خدمات ورزشی [از جمله باشگاه‌داری] از یک سو اشتغال ایجاد می‌کند و از سوی دیگر بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید. از این منظر توسعه‌ی ورزش ملی بخش مهمی از توسعه‌ی اقتصادی-اجتماعی ملی است و موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می‌شود (سند تفصیلی نظام جامع توسعه‌ی تربیت بدنی کشور، منابع مالی، ۱۳۸۳).

شناسایی مانع‌های کارآفرینی در ورزش کشور از این نظر ضروری است که به سیاست‌گذاران و محققان بخش ورزش کمک می‌کند تا بتوانند راه کارهای مناسبی برای فائق آمدن بر مانع‌های موجود ارائه کنند. از این راه تعداد بیش‌تری از افراد به سوی تأسیس کسب‌وکار جدید و ایجاد اشتغال برای سایر بیکاران گام بر می‌دارند. در این مقاله محققان برآنند تا از دیدگاه کارآفرینان ورزشی به مطالعه‌ی مانع‌های کارآفرینی در ورزش کشور بپردازند و از این راه سهم خود را در تحول باورها و بینش مدیران و ارتقای سطح مشارکت بخش خصوصی در عرصه‌ی ورزش کشور ایفا کنند. برای پاسخ به این مسأله پس از مروری بر ادبیات موضوع و بیان روش تحقیق به بیان نتیجه‌های به‌دست آمده از تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از کارآفرینان مورد مطالعه با استفاده از مصاحبه و پرسش‌نامه، پرداخته شده است.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ کارآفرینی را به‌عنوان هر تلاشی که به وسیله‌ی افراد برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار (کسب‌وکارهای کم‌تر از ۱۰۰ نفر کارمند) و خود اشتغالی

1 GEM: Global Entrepreneurship Monitor

انجام می‌شود، تعریف می‌کند (زاللی و رضوی، ۱۳۸۷، ۱۵). هیستریچ و پیترز نیز کارآفرینی را فرایند خلق چیز جدید و با ارزش با اختصاص زمان و تلاش لازم، در نظر گرفتن خطرهای مالی، روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال می‌دانند (هیستریچ و پیترز، ۱۳۸۵، ۱۰).

کارآفرینی فرایند نوآوری و ایجاد پروژه‌های اقتصادی جدید با چهار بعد اصلی فردی، سازمانی، محیطی و فرایند است که از شبکه‌های مشارکت در دولت، آموزش و پرورش و نهادها کمک می‌گیرد (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳، ۶۸). "شومپتر"^۱ (۱۹۳۴) کارآفرینی را به‌عنوان موتور توسعه‌ی اقتصادی که در کارآفرین تجسم پیدا می‌کند، قلمداد کرده است (مقیمی سید محمد، ۱۳۸۳، ۸۰). به‌زعم "موریسون"^۲ نیز کارآفرینی ریشه در شم فردی، جامعه و فرهنگ دارد و به‌کارگیری فرایندهای نوآورانه توأم با پذیرش خطر و عامل تغییر در عامل‌های اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود (Morrison, 2000, p.59). "تیمونز"^۳ (۱۹۹۰) نیز در تعریف کارآفرینی آن را توانایی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ، مهارت کشف فرصت در جایی که دیگران آن را مبهم می‌بینند، تمایل به پذیرش خطرهای حساب شده، ساختن یک مؤسسه یا سازمان و توانایی بنیان‌گذاری گروهی که اعضای آن بتوانند مهارت‌ها و استعدادها را تکمیل کنند، توصیف می‌کند (Ashomere, 2004. p.1-2). تینا سیلیگ^۴ کارآفرینی را یک شیوه‌ی مدیریتی که شامل تعقیب فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که هم‌اکنون در کنترل است، می‌داند (Seeling, 2003, p.2). دراکر هم عقیده دارد که کارآفرینی یک رفتار می‌باشد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد (احمدپور، ۱۳۷۹، صص. ۲۲-۲۱).

موانع کارآفرینی

"کارل و سپر" عمده‌ترین دلیل شکست کارآفرینان را نداشتن دانش عمومی مربوط به

1 Joseph Shumpeter

2 Morrison

3 Jeffrey Timmons

4 Tina seeling

فعالیت و آگاهی‌های لازم در مورد بازار، نبودن مهارت‌های فنی، مشکل جذب افراد متخصص، مشکل دست‌یابی به ۲۵ تا ۱۰۰ هزار دلار به‌هنگام آغاز فعالیت، نبودن مقبولیت اجتماعی برخی مشاغل همانند رفتگری، کنترل‌های انحصاری در حرفه‌های خاص مانند پزشکی و وکالت و رقابت جدی از سوی شرکت‌های بزرگ می‌داند (مقیم، ۱۳۷۹، ص. ۳۵). از نظر "بورینس" نیز مانع‌های کارآفرینی در بخش عمومی، به‌طور عمده از عامل‌های درون سیستمی بخش دولتی نشأت می‌گیرد تا عامل‌های بیرونی و یا دخالت‌های سیاسی. هم‌چنین براساس دیدگاه "کورنوال" و "پرلمن" برخی از مهم‌ترین مانع‌های کارآفرینی عبارتند از: کثرت و ابهام اهداف، استقلال مدیریتی محدود شده، افزایش رفتار مدیریتی محافظه کارانه، نظام‌های پاداش نامناسب، کوتاه‌مدت‌نگری و قید و بندهای مربوط به سیاست‌های پرسنلی (مقیم، ۱۳۷۹، ص. ۳۷).

نتایج مطالعه‌ی سازمان بین‌المللی کار، در زمینه‌ی شناسایی مانع‌های توسعه‌ی کارآفرینی در سال ۲۰۰۶، نشان می‌دهد که مهم‌ترین مانع‌های راه‌اندازی کسب‌وکار توسط جوانان عبارتند از (زاللی و رضوی، ۱۳۸۷، ص. ۲۹): ۱- نگرش فرهنگی و اجتماعی به کارآفرینی جوانان، ۲- محدودیت‌های آموزشی برای کارآفرینی، ۳- دسترسی به منابع مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار، ۴- مانع‌های اداری و قانونی، ۵- کمبودهای موجود در زمینه‌ی خدمت‌های حمایتی توسعه‌ی کسب‌وکار.

پژوهش‌گری به نام "اوکن" نیز، طی پژوهشی بیان کرده است که «رونق نداشتن کسب‌وکار، نبودن مهارت/دانش و پیچیدگی زیاد راه‌اندازی کسب‌وکار، بیش‌ترین اثرگذاری (منفی) در راه‌اندازی کسب‌وکار از دیدگاه کارآفرینان بالقوه را دارد. خطرپذیری مالی زیاد و نبودن سرمایه در رتبه‌ی بعدی قرار داشتند (همان منبع، ص. ۳۳). براساس پژوهشی که یونیدو^۱ در سال ۲۰۰۳ با همکاری وزارت صنایع و معادن، در ایران انجام داده است، پنج دسته مانع‌های توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران شناسایی شده که عبارتند از: مانع‌های بازار، مانع‌های مالی، مانع‌های ناشی از دخالت‌های

1. سازمان توسعه‌ی صنعتی ملل متحد

نامناسب دولت، مانع‌های ناشی از دسترسی نداشتن به اطلاعات مورد نیاز و مانع‌های قانونی توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط (همان منبع، ص. ۳۱). مقیمی (۱۳۸۲) در مقاله‌ی خود با عنوان "سازمان‌های غیردولتی کارآفرین" مانع‌های کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های غیردولتی را به سه دسته تقسیم کرده است: الف- عامل‌های محیطی (کمبود رقابت، مراجعان مختلف، مسئولیت‌پذیری عمومی، مقصود و هدف) ب- عامل‌های داخلی سازمان‌های غیردولتی (مدیریت ارشد، محدودیت اختیارات مدیریت، پیچیدگی اهداف) ج- عامل‌هایی که هم تحت تأثیر محیط خارجی و هم تحت تأثیر ساختارها و فرایندهای سازمانی هستند (فرهنگ و محیط خطرناپذیر، تعریف سنتی از موفقیت غیرانتفاعی، سرنوشت سازمان‌های غیردولتی ناکارآمد، تأمین بودجه و نگرش‌های کوتاه‌مدت).

کسب و کارهایی ورزشی

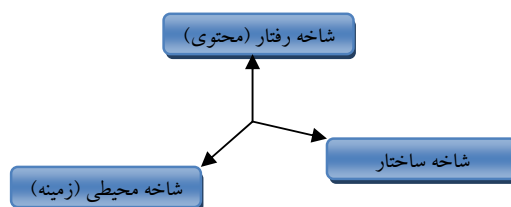
کسب و کارهایی هستند که برای تأمین امکانات و لوازم ورزشی و یا ارائه خدمات‌های ورزشی ایجاد شده‌اند. تهیه‌ی وسایل و لوازم ورزشی، دستمزد نیروی انسانی شاغل در امور ورزش، هزینه‌های نگهداری و تعمیر لوازم ورزشی، تأسیس باشگاه‌های ورزشی مختلف و ... ایجاب می‌کند که بخشی از منابع مالی هر جامعه‌ای به این موارد اختصاص یابد (سخدری، ۱۳۸۸، ص ۱۲۲۴). حجم وسیع تبادل‌های مالی در صنعت ورزش، تغییر شیوه زندگی و وقت‌های فراغت مردم؛ رویدادهای رو به گسترش ملی، منطقه‌ای، قاره‌ای، جهانی؛ ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و غیره همه فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار کارآفرینان ورزشی قرار می‌دهند (Hickman et al., 2005, pp.148-157). کارآفرین ورزشی بایستی از فرصت‌های موجود یا ممکن در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، توزیعی و یا سایر جنبه‌های فرعی مرتبط با ورزش برای خلق فعالیت کارآفرینانه نوپا استفاده کند (زارع، ۱۳۸۵، ص ۵۸). زمینه‌های اصلی کارآفرینی در ورزش عبارتند از: تبلیغات، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، مدیریت اماکن و تأسیسات ورزشی و مدیریت باشگاه‌ها، آموزش و پژوهش در ورزش، امور فرهنگی و ورزشی و ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی (فروغی‌پور، ۱۳۸۴، ص ص ۴۰-۵۹).

از دیگر زمینه‌های کارآفرینی می‌توان به طراحی و تولید بازی‌های فکری، بازی‌های

رایانه‌ای، روزنامه‌نگاری، بیمه، عکاسی، جهانگردی و بازاریابی در حوزه‌ی ورزش، نقل و انتقال بازیکنان و مربیان، فروش بلیط بازی‌های داخلی و خارجی اشاره کرد.

الگوی مفهومی تحقیق

“الگوی سه شاخگی” اساس الگوی مفهومی این تحقیق است. الگوی یادشده یک ابزار تحلیلی می‌باشد که براساس آن می‌توان همه‌ی مفاهیم، رویدادها و پدیده‌های سازمانی را در قالب نظری سه شاخگی: ساختار- رفتار- زمینه^۱ (نمودار شماره ۱) بررسی و تجزیه و تحلیل کرد (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۷۷، ص ۳۱۵).



نمودار ۱. الگوی سه شاخگی

شاخه‌ی ساختار: همه‌ی عناصر، عامل‌ها و شرایط، فیزیکی و غیرانسانی هستند مانند فناوری، قوانین و مقررات دستگاه‌های اجرایی، آموزش و نظایر این‌ها.

شاخه‌ی محتوی (رفتاری): عبارتست از عامل‌های غیرانسانی مانند عامل‌های مربوط به کارآفرینان از قبیل علاقه‌های ذاتی به کنترل، حس استقلال‌طلبی، نیاز به توفیق، خطرپذیری، انگیزش، ارزش‌های فردی، خلاقیت و سوابق شغلی و فردی.

شاخه‌ی محیطی (زمینه): تمام شرایط و عامل‌های محیطی تأثیرگذار هستند و دربرگیرنده‌ی محیط اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، سیاسی- قانونی، فنی و محیط فراملی است که هر کدام از آن‌ها عامل‌های خاصی را شامل می‌شود.

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر گردآوری داده‌ها ترکیبی است. در روش اکتشافی با استفاده از مصاحبه عامل‌های اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در ورزش شناسایی شده و در روش کمی با استفاده از پرسش‌نامه اهمیت عامل‌های اثرگذار در توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش و وضعیت موجود آن‌ها با مطالعه میدانی، بررسی شده است (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۵، ۸۱).

جامعه آماری این تحقیق را کارآفرینانی که در زمینه مدیریت باشگاه‌های ورزشی و تولید تجهیزات ورزشی در ۱۰ سال گذشته در شهر تهران فعالیت خود را شروع کرده‌اند، تشکیل داده و نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای انجام شده است. برای تعیین حجم نمونه مورد نیاز (n) از فرمول $n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$ استفاده شد (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۵، ۱۸۶).

$$Z = \text{مقدار متغیر نرمال واحد متناظر با سطح اطمینان } 1 - \alpha$$

$$\sigma^2 = \text{واریانس متغیر مورد مطالعه و } d = \text{اشتباه مجاز عبارت است از: } d = |\mu - \bar{\mu}|$$

مقدار d به صورت تجربی توسط محقق تعیین می‌شود و سطح اطمینان (ضریب اطمینان) مورد نظر پژوهش‌گر به طور معمول ۰/۹۵ یا ۰/۹۹ در نظر گرفته می‌شود.

P برآورد نسبت صفت متغیر با استفاده از مطالعه‌های قبلی و $q = 1 - p$ است. چنانچه مقدار P در دسترس نباشد، می‌توان آن را مساوی ۰/۵ در نظر گرفت. چنانچه تعداد نمونه‌ی (n) به دست آمده نسبت به حجم جامعه (N) کوچک باشد ($\frac{n}{N} \leq 0.05$) حجم نمونه‌ی محاسبه شده به عنوان نمونه‌ی نهایی مورد نظر قرار می‌گیرد. در غیر این صورت، تعداد نمونه را n_0 نامیده و تعداد نمونه با استفاده از رابطه‌ی زیر، برای تعیین حجم نهایی تعدیل می‌شود.

$$n' = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

تعداد «تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی» و «اماکن ورزشی» خصوصی تهران که طی ۱۰ سال اخیر شروع به فعالیت کرده‌اند، به ترتیب ۵۲ و ۲۲۳ واحد است (حجم جامعه‌ی آماری مساوی ۲۷۵). با توجه به این که در این پژوهش مقدار d مساوی ۰/۰۸،

لذا: $p=q=0/05$ و سطح اطمینان ۹۵ درصد در نظر گرفته شده است.

$$n = \frac{(1/96)^2(0/25)}{(0.08)^2} = 150 \text{ و چون } n = 150 > 0/545 \text{ بنابراین: } \frac{n}{N} = \frac{150}{275}$$

$$n' = \frac{150}{1 + \frac{150}{275}} \approx 97$$

حجم نمونه مورد نظر ۹۷ واحد می باشد که براساس نسبت تعداد تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی به باشگاه های ورزشی تعداد ۱۸ واحد از حجم نمونه، تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی و ۷۹ واحد باشگاه های ورزشی است.

در این تحقیق از بین ۱۰۵ پرسش نامه ی تکمیل شده توسط دو گروه کارآفرینان، ۱۰۰ نسخه قابل قبول تشخیص داده شد. برای سنجش روایی پرسش نامه از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. به این ترتیب که عامل هایی براساس مطالعه ی ادبیات و پیشینه ی تحقیق به عنوان عامل های اثرگذار در توسعه ی کارآفرینی در صنعت ورزش تعیین و مبنای طراحی پرسش نامه قرار گرفته و به تأیید استادان تربیت بدنی و کارآفرینی و خبرگان و تعدادی متخصصان صنعت ورزش (از کارآفرینان ورزشی) رسید. به منظور آزمایش اولیه و تعیین پایایی، پرسش نامه توسط ۳۰ نفر از کارآفرینان ورزشی تکمیل شد. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسش نامه، ۸۷ درصد به دست آمد که نشان دهنده ی قابلیت اعتماد بالای پرسش نامه است (پیوست ۱).

نتیجه ی آزمون «کالموگروف-اسمینوف»، برای تعیین طبیعی بودن داده ها و تصمیم گیری درباره ی استفاده از آزمون های پارامتریک و ناپارامتریک نشان داد که فرض نرمال بودن داده ها تأیید نمی شود و بدین دلیل از آزمون ناپارامتریک «T» برای مقایسه ی دیدگاه های دو گروه کارآفرین ورزشی و بررسی تفاوت بین وضع موجود و وضع مطلوب عامل های (تحلیل شکاف) و از الگوی پارتو برای شناسایی مانع ها استفاده شد (Karuppusami and Gandhinathan, 2006 p.372-385).

یافته ها

۱. از آنجایی که جامعه ی آماری این تحقیق از دو گروه کارآفرین شامل

تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داران ورزشی تشکیل شده، برای بررسی این که بین دیدگاه دو گروه یادشده درباره‌ی موانع‌های کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد یا نه؟ فرضیه‌ی زیر طرح و آزمون شد:

فرضیه ۱- بین دیدگاه دو گروه کارآفرین در ورزش کشور (تولیدکنندگان تجهیزات ورزشی و باشگاه‌های ورزشی) درباره‌ی موانع‌های کارآفرینی تفاوت وجود دارد. برای آزمون این فرضیه، فرض آماری زیر طرح و آزمون شد:

H_0 : بین دیدگاه دو گروه کارآفرین در ورزش کشور (تولیدکنندگان تجهیزات ورزشی و باشگاه‌های ورزشی) درباره‌ی موانع‌های کارآفرینی تفاوت وجود ندارد.
 H_1 : بین دیدگاه دو گروه کارآفرین در ورزش کشور (تولیدکنندگان تجهیزات ورزشی و باشگاه‌های ورزشی) درباره‌ی موانع‌های کارآفرینی تفاوت وجود دارد.

با فرض این که $\mu_d = \mu_1 - \mu_2$ است، به صورت زیر نیز بیان می‌شود:

$$\begin{cases} H_0 : \mu_d = 0 \\ H_1 : \mu_d \neq 0 \end{cases}$$

نتیجه‌ی آزمون T (مقایسه‌ی زوجی) در جدول شماره (۱)، برای آزمون فرض آماری یادشده با درجه‌ی آزادی ۶۲ نشان می‌دهد که sig آزمون بزرگ‌تر از ۵ درصد (۰/۱۵۹) است، از این رو H_0 در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. به عبارت دیگر؛ بین دیدگاه‌های دو گروه کارآفرین در ورزش کشور (تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی و باشگاه‌ها) تفاوت وجود ندارد.

جدول ۱. جدول آزمون مقایسه‌ی زوجی برای مقایسه‌ی دیدگاه‌های کارآفرینان

سطح معنی‌داری (sig)	درجه آزادی	t	اختلاف زوجی				زوج	
			۹۵٪ فاصله اطمینان اختلاف		میانگین خطای استاندارد	میانگین استاندارد		
			حد بالا	حد پایین				
۰/۱۵۹	۶۲	۱/۴۲۶	۰/۰۶۶۸	-۰/۰۳۸۲۹	۰/۰۶۶۸	۰/۵۳۰۱۹	۰/۹۵۲۴	باشگاه‌ها و تولیدی‌ها

معنی‌داری در سطح ۵٪

۲. برای بررسی تفاوت بین وضع موجود و مطلوب عامل‌های سه‌گانه‌ی (رفتاری، ساختاری و محیطی) فرضیه‌های زیر طرح و آزمون شد.

فرضیه ۲- بین وضع موجود و وضع مطلوب عامل‌های رفتاری کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۳- بین وضع موجود و وضع مطلوب عامل‌های ساختاری کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۴- بین وضع موجود و وضع مطلوب عامل‌های زمینه‌ای (محیطی) کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد.

برای آزمون فرضیه‌های یادشده، فرض آماری زیر مطرح شد:

$$\begin{cases} H_0: \mu_1 = \mu_2 & \text{وضع موجود و وضع مطلوب عامل‌های رفتاری کارآفرینی یکسان است.} \\ H_1: \mu_1 \neq \mu_2 & \text{بین وضع موجود و وضع مطلوب عامل‌های رفتاری کارآفرینی تفاوت وجود دارد.} \end{cases}$$

تحلیل خروجی به دست آمده در جدول شماره (۲)، نشان می‌دهد که sig به دست آمده از آزمون T، (۰/۰۰۰) برای هر سه فرضیه کوچک‌تر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر تأیید نمی‌شود. به عبارت دیگر؛

- بین وضع موجود و مطلوب عامل‌های رفتاری کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد.
- بین وضع موجود و مطلوب عامل‌های ساختاری کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد.
- بین وضع موجود و مطلوب عامل‌های محیطی کارآفرینی در ورزش کشور تفاوت وجود دارد.

جدول ۲. آزمون T بین وضع موجود و وضع مطلوب عوامل رفتاری، ساختاری و محیطی

سطح معنی‌داری (sig)	درجه آزادی	t	اختلاف زوجی				میانگین خطای استاندارد	میانگین انحراف استاندارد	میانگین	زوج وضع مطلوب و موجود
			۹۵٪ فاصله اطمینان اختلاف		میانگین خطای استاندارد	میانگین				
			حد بالا	حد پایین						
۰/۰۰۰	۲۶	۱۲/۰۷۹	۰/۵۳۴۵	۰/۳۷۹۰	۰/۰۳۷۸	۰/۱۹۶۵	۰/۴۵۶۷	عامل‌های رفتاری		
۰/۰۰۰	۷	۷/۰۰۶	۱/۷۴۷۲	۰/۸۶۵۴	۰/۱۸۶۴	۰/۵۲۷۴	۱/۳۰۶۳	عامل‌های ساختاری		
۰/۰۰۰	۲۷	۹/۴۱۰	۱/۱۴۹۴	۰/۷۳۷۹	۰/۱۰۰۲	۰/۵۳۰۶	۰/۹۴۳۶	عامل‌های محیطی		

معنی‌داری در سطح ۰/۰۵٪

۳. به منظور شناسایی و اولویت‌بندی مانع‌های کارآفرینی، ابتدا براساس پاسخ‌های داده

شده به سؤال مربوط به وضعیت مطلوب، اهمیت نسبی هر یک از عامل‌های محاسبه شده، سپس در عدد مربوط به اختلاف وضع مطلوب و وضع موجود که از تحلیل شکاف (براساس آزمون t زوجی) به دست آمد، ضرب شده است تا وزن (شدت) هر عاملی تعیین شود (جدول شماره ۲). در نهایت با استفاده از الگوی پارتو، آن دسته از عامل‌هایی که در مجموع بر روی هم ۸۰ درصد وزن کل عامل‌ها را تشکیل می‌دهند، به عنوان مانع‌های اصلی انتخاب شدند (جدول شماره ۳) که در جدول شماره (۴) در قالب الگوی سه شاخگی (رفتاری، ساختاری و محیطی) ارائه شده است.

جدول ۳. محاسبه وزن عوامل کارآفرینی

ردیف	عامل	اهمیت در وضع مطلوب	اهمیت نسبی	شکاف بین وضع مطلوب و موجود	وزن عامل
۱	اعتقاد به توانایی ایجاد تغییر در شرایط	۳,۷۳۷	۰,۰۰۷۶	۰,۵۸۱۶	۰/۰۰۴۴
۲	اعتقاد به شانسی بودن شرایط پیش آمده	۳,۱۸۸	۰,۰۰۶۵	۰,۵۷۲۹	۰/۰۰۳۷
۳	تمایل ورود به فعالیت‌های تجاری	۳,۶۶۳	۰,۰۰۷۵	۰,۳۴۰۲	۰/۰۰۲۵
۴	مصمم بودن در انجام تصمیم	۴,۰۸۲	۰,۰۰۸۳	۰,۳۹۸۰	۰/۰۰۳۳
۵	تمایل به انجام کار جدید و دارای خطر	۳,۸۷۲	۰,۰۰۷۹	-۰,۶۳۴۴	-۰/۰۰۵۰
۶	لذت ناشی از رضایت در انجام خوب یک کار	۴,۲۶۵	۰,۰۰۸۷	۰,۳۶۷۴	۰/۰۰۳۲
۷	اعتقاد به تجربه‌ی شخصی	۳,۹۷۰	۰,۰۰۸۱	۰,۲۲۲۲	۰/۰۰۱۸
۸	تلاش فرد برای رفع نیازهای خود	۳,۹۹۰	۰,۰۰۸۱	۰,۴۲۷۱	۰/۰۰۳۵
۹	علاقه داشتن به انجام کارها به صورت فردی	۳,۵۷۷	۰,۰۰۷۳	۰,۴۴۳۳	۰/۰۰۳۲
۱۰	تمایل به انجام کارها حتی اگر اطرافیان همراهی نکنند	۳,۶۶۷	۰,۰۰۷۵	۰,۲۲۴۵	۰/۰۰۱۷
۱۱	تمایل به استقلال مالی	۴,۱۹۴	۰,۰۰۸۵	۰,۲۶۵۳	۰/۰۰۲۳
۱۲	اعتقاد به تصمیم‌گیری فردی در باره‌ی مطالب مهم	۳,۷۱۷	۰,۰۰۷۶	۰,۲۴۲۴	۰/۰۰۱۸
۱۳	بیان باورها و اعتقادات بدون واژه	۴,۰۳۱	۰,۰۰۸۲	۰,۵۴۶۴	۰/۰۰۴۵
۱۴	نیاز نداشتن به تأیید دیگران	۳,۷۹۶	۰,۰۰۷۷	۰,۳۸۱۴	۰/۰۰۲۹
۱۵	اعتقاد به توان و مهارت شخصی و پذیرفتن خطر آن	۳,۸۳۷	۰,۰۰۷۸	۰,۴۲۸۶	۰/۰۰۳۳
۱۶	نترسیدن از متفاوت بودن با دیگران	۳,۸۲۵	۰,۰۰۷۸	۰,۲۸۸۷	۰/۰۰۲۲
۱۷	مسئولیت‌پذیری و انجام کار واگذار شده	۴,۰۶۱	۰,۰۰۸۳	۰,۴۲۱۱	۰/۰۰۳۵
۱۸	توان پذیرش خطر به دست آمده از سرمایه گذاری مالی	۳,۸۴۷	۰,۰۰۷۸	۰,۷۲۴۵	۰/۰۰۵۷

ردیف	عامل	اهمیت در وضع مطلوب	اهمیت نسبی	شکاف بین وضع مطلوب و موجود	وزن عامل
۱۹	اقدام به کارهای جدید	۳,۹۲۹	۰,۰۰۸۰	۰,۵۲۵۸	۰/۰۰۴۲
۲۰	تلاش برای کاهش خطر و ابهام قبل از اقدام	۳,۹۱۸	۰,۰۰۸۰	۰,۵۴۱۷	۰/۰۰۴۳
۲۱	علاقه به کسب تجارب جدید	۴,۱۷۵	۰,۰۰۸۵	۰,۳۸۱۴	۰/۰۰۳۲
۲۲	پای‌بندی به کیفیت محصولات و مشتری محوری	۴,۲۱۶	۰,۰۰۸۶	۰,۳۲۹۹	۰/۰۰۲۸
۲۳	پای‌بندی به اصول اخلاقی (مانند صداقت و ...)	۴,۳۳۷	۰,۰۰۸۸	۰,۱۵۳۱	۰/۰۰۱۴
۲۴	خلق ایده‌ها، محصولات و خدمات‌ها	۴,۱۴۶	۰,۰۰۸۴	۰,۶۷۰۲	۰/۰۰۵۷
۲۵	تحصیلات مرتبط	۳,۸۹۷	۰,۰۰۷۹	۱,۰۶۳۲	۰/۰۰۸۴
۲۶	کسب تخصص و تجربه‌ی کافی در زمینه‌ی مرتبط	۴,۳۴۰	۰,۰۰۸۸	۰,۵۷۲۹	۰/۰۰۵۱
۲۷	داشتن الگویی تشویق‌کننده در بین اطرافیان	۳,۹۵۹	۰,۰۰۸۱	۰,۵۴۰۸	۰/۰۰۴۴
جمع عامل‌های رفتاری					
		۱۰۶,۲۳۵	۰,۲۱۶۲	۰,۲۱۶۲	۰,۴۵۷۰
۲۸	آموزش برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی	۴,۰۵۳	۰,۰۰۸۲	۱,۴۰۴۳	۰/۰۱۱۶
۲۹	قوانین و مقررات	۴,۱۶۷	۰,۰۰۸۵	۰,۸۷۲۳	۰/۰۰۷۴
۳۰	سیاست‌های دولت در زمینه‌ی کسب و کارهای ورزشی	۴,۰۶۲	۰,۰۰۸۳	۱,۰۹۳۸	۰/۰۰۹۰
۳۱	میزان تأمین اعتبارهای مورد نیاز توسط بانک‌ها و مؤسسه‌ها	۳,۹۷۹	۰,۰۰۸۱	۲,۱۱۸۳	۰/۰۱۷۱
۳۲	میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف	۳,۷۷۹	۰,۰۰۷۷	۰,۹۸۸۸	۰/۰۰۷۶
۳۳	خدمات مشاوره‌ی کسب و کار در زمینه‌ی ورزش	۴,۰۷۴	۰,۰۰۸۳	۰,۵۵۴۴	۰/۰۰۴۶
۳۴	زیرساخت‌های کسب و کار: ارتباطات، حمل و نقل، ...	۴,۱۱۷	۰,۰۰۸۴	۱,۳۸۳۰	۰/۰۱۱۶
۳۵	میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش	۴,۰۵۳	۰,۰۰۸۲	۱,۴۰۴۳	۰/۰۱۱۶
جمع عامل‌های ساختاری					
		۱۳۷,۸۱۳	۰,۲۸۰۴	۱,۳۰۰۶	۰,۳۶۶۲
۳۶	میزان رقابت در بازار ورزشی	۴,۰۸۶	۰,۰۰۸۳	۱,۹۰۳۲	۰/۰۱۵۸
۳۷	امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۴,۱۲۸	۰,۰۰۸۴	۱,۵۱۶۱	۰/۰۱۲۷
۳۸	تمایل به کسب سودهای کوتاه‌مدت در افراد جامعه	۴,۰۷۴	۰,۰۰۸۳	۰,۸۸۳۰	۰/۰۰۷۳
۳۹	میزان همکاری تأمین‌کنندگان مواد اولیه و تجهیزات	۳,۲۰۷	۰,۰۰۶۵	۱,۵۷۴۵	۰/۰۱۰۳
۴۰	میزان رفاه عمومی جامعه	۳,۸۷۲	۰,۰۰۷۹	-۰,۲۱۷۴	-۰/۰۰۱۷
۴۱	میزان تشویق جامعه به خلق و اجرای ایده‌های جدید	۴,۱۱۶	۰,۰۰۸۴	۱,۲۵۸۱	۰/۰۱۰۵
۴۲	تعداد افراد موفق به‌عنوان الگو در عرصه‌ی ورزش	۴,۰۵۳	۰,۰۰۸۲	۱,۵۴۷۴	۰/۰۱۲۸
۴۳	تلقی فضای عمومی جامعه، از کار و تلاش به‌عنوان ارزش	۴,۰۶۳	۰,۰۰۸۳	۱,۴۰۴۳	۰/۰۱۱۶
۴۴	امکان بروز خلاقیت و ابتکار در حوزه‌ی ورزش در خانواده	۳,۸۸۲	۰,۰۰۷۹	۱,۳۷۹۰	۰/۰۱۰۹

ردیف	عامل	اهمیت در وضع مطلوب	اهمیت نسبی	شکاف بین وضع مطلوب و موجود	وزن عامل
۴۵	وجود روحیه‌ی خودمحموری در جامعه‌ی ایرانی	۳,۹۷۹	۰,۰۰۸۱	۱,۲۶۸۸	۰/۰۱۰۳
۴۶	تمایل افراد جامعه به انجام کارها به صورت فردی	۳,۴۱۵	۰,۰۰۶۹	۱,۱۳۶۸	۰/۰۰۷۹
۴۷	فرهنگ توسعه‌ی کسب و کار در جامعه	۳,۳۴۰	۰,۰۰۶۸	۰,۴۴۶۸	۰/۰۰۳۰
۴۸	تلاش رسانه‌های گروهی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی	۴,۱۷۰	۰,۰۰۸۵	۰,۲۲۵۸	۰/۰۰۱۹
۴۹	توجه به کیفیت محصولات و خدمات‌ها	۴,۱۵۱	۰,۰۰۸۴	۱,۳۳۳۳	۰/۰۱۱۳
۵۰	تمایل افراد جامعه نسبت به تغییر عادت‌های رفتاری	۴,۱۳۸	۰,۰۰۸۴	۱,۶۶۳۰	۰/۰۱۴۰
۵۱	ارزیابی عملکرد افراد موفق براساس شاخص‌های علمی	۳,۸۰۶	۰,۰۰۷۷	۱,۲۹۰۳	۰/۰۱۰۰
۵۲	میزان سرعت پیشرفت فناوری در ورزش	۳,۹۵۵	۰,۰۰۸۰	۱,۰۴۳۵	۰/۰۰۸۴
۵۳	ورود فناوری‌های جدید با بررسی‌های دقیق به کشور	۴,۲۹۰	۰,۰۰۸۷	۱,۰۹۰۹	۰/۰۰۹۵
۵۴	نگرش مدیران دولتی به توسعه‌ی کسب و کار ورزشی	۴,۲۱۳	۰,۰۰۸۶	۱,۱۰۷۵	۰/۰۰۹۵
۵۵	نیاز به اخذ مجوزهای قانونی برای سرمایه‌گذاری جدید	۴,۱۴۷	۰,۰۰۸۴	۱,۱۴۸۹	۰/۰۰۹۷
۵۶	برخورداری افراد از حقوق یکسان در اخذ پروانه کار	۳,۷۳۴	۰,۰۰۷۶	۱,۲۳۱۶	۰/۰۰۹۴
۵۷	میزان تغییر و تحولات‌های مدیریت کلان کشور در ورزش	۳,۷۳۷	۰,۰۰۷۶	۰,۴۵۷۵	۰/۰۰۳۵
۵۸	ثبات قوانین و مقررات کشور	۳,۳۶۷	۰,۰۰۶۹	۱,۲۱۰۵	۰/۰۰۸۳
۵۹	تناقض در قوانین دولتی حاکم بر کسب و کارهای ورزشی	۳,۸۸۰	۰,۰۰۷۹	۰,۴۰۴۵	۰/۰۰۳۲
۶۰	تأثیر افراد و گروه‌ها (ائمه جمعه، نمایندگان مجلس، ...)	۲,۸۷۶	۰,۰۰۵۹	۱,۰۱۱۰	۰/۰۰۵۹
۶۱	تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی	۳,۱۷۶	۰,۰۰۶۵	۰,۲۸۴۱	۰/۰۰۱۸
۶۲	میزان فشارهای سیاسی در ورزش کشور	۲,۸۴۳	۰,۰۰۵۸	۰,۳۶۲۶	۰/۰۰۲۱
۶۳	اعتقاد به توانایی ایجاد تغییر در شرایط	۲,۷۹۱	۰,۰۰۵۷	۰,۰۵۶۲	۰/۰۰۰۳
جمع عامل‌های محیطی		۲۴۷,۴۱۹	۰,۵۰۳۴	۰,۹۴۴	۰,۴۷۵۲
جمع کل		۴۹۱,۴۶۷	۱,۰۰۰۰		

بحث و نتیجه

یافته‌های این تحقیق با یافته‌های پژوهش‌های قبلی هم‌جهت است. همان‌طوری که نمودار شماره (۲) نشان می‌دهد، مهم‌ترین موانع‌های کارآفرینی در ورزش کشور (۱۰) اولویت اول) عبارتند از: ۱- میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، ۲- توجه به کیفیت محصولات و خدمات‌ها، ۳- میزان تشویق جو و فضای عمومی حاکم بر جامعه به

خلق و اجرای ایده‌های جدید، ۴- میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری، ۵- تعداد افراد موفق که در جامعه می‌توانند به‌عنوان الگوی کارآفرینی در عرصه‌ی ورزش معرفی شوند، ۶- زیرساخت‌های کسب و کار، ۷- برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی، ۸- تلاش رسانه‌های گروهی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی، ۹- تلقی فضای عمومی جامعه از کار و تلاش به‌عنوان ارزش، ۱۰- میزان رفاه عمومی جامعه.

جدول ۴. مانع‌های سه‌گانه‌ی کارآفرینی در ورزش کشور

مانع‌های محیطی	مانع‌های رفتاری
توجه به کیفیت محصولات و خدمات ۲	تحصیلات مرتبط ۱۹
میزان تشویق فضای جامعه به خلق و اجرای ایده‌های جدید ۳	توان پذیرش خطر حاصل از سرمایه‌گذاری مالی ۲۸
میزان رقابت در بازار ورزشی ۴	خلق ایده‌ها، محصولات و خدمات و کسب درآمد از طریق آن ۲۹
تعداد افراد موفق به‌عنوان الگو در عرصه‌ی ورزش ۵	کسب تخصص و تجربه کافی در زمینه مرتبط ۳۰
تلاش رسانه‌های گروهی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی ۸	
تلقی فضای جامعه، از کار به‌عنوان ارزش ۹	
میزان رفاه عمومی جامعه ۱۰	
تمایل به کسب سودهای کوتاه‌مدت در افراد جامعه ۱۱	
امکان بروز خلاقیت و ابتکار در حوزه ورزش در خانواده ۱۲	
تمایل افراد جامعه نسبت به تغییر عادات رفتاری ۱۳	
نگرش مدیران دولتی به توسعه کسب و کار ورزشی ۱۴	
میزان سرعت پیشرفت تکنولوژی در ورزش ۱۵	
ورود تکنولوژی‌های جدید با بررسی‌های دقیق به کشور ۱۶	
نیاز به اخذ مجوزهای قانونی جهت سرمایه‌گذاری ۱۷	
ارزیابی عملکرد افراد موفق براساس شاخص‌های علمی ۲۰	
میزان تغییر و تحولات مدیریت در ورزش ۲۱	
وجود روحیه خودمحموری در جامعه ایرانی ۲۲	
امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ۲۵	
تناقض در قوانین دولتی حاکم بر کسب و کارهای ورزشی ۲۷	
	مانع‌های ساختاری
	میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش ۱
	زیرساخت‌های کسب و کار ۶
	برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی ۷
	سیاست‌های دولت در زمینه کسب و کارهای ورزشی ۱۸
	میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف ۲۳
	قوانین و مقررات ۲۴
	سودبانکی وام‌های اعطایی بانک‌ها و مؤسسات مالی ۲۶
	خدمات مشاوره‌ی کسب و کار در زمینه ورزش ۳۱

پیشنهادها

براساس یافته‌های پژوهش و با توجه به اولویت‌ها و محدودیت‌های موجود، برای کاهش مانع‌های محیطی و ساختاری پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. افزایش سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی دولت در ورزش، از جمله توسعه‌ی فضاهای ورزشی و واگذاری آن به بخش خصوصی با تسهیلات مناسب و نیز اصلاح و بهبود میزان اعتبارهای مورد نیاز کارآفرینان ورزشی توسط بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی برای تحقق اهداف چشم‌انداز و برنامه‌ی چهارم و پنجم توسعه‌ی اقتصادی می‌تواند به رفع این مانع کمک کند. مطالعه و تدوین قوانین و مقررات حمایتی از کارآفرینان صنعت ورزش و همکاری با مجلس و دولت توسط سازمان تربیت‌بدنی برای تصویب کردن آن ضروری است.
۲. کیفیت محصولات و خدمات‌های ورزشی قابل ارائه توسط کارآفرینان عامل مهمی در ارتقای توان رقابت‌پذیری و کسب سهم بالایی از بازار است. پایین بودن سطح کیفیت محصولات ورزشی در ایران و قیمت تمام شده بالاتر باعث جذابیت بیش‌تر محصولات مشابه خارجی برای مصرف‌کنندگان داخلی می‌شود. توجه به کیفیت توسط تولیدکنندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات‌های ورزشی و حمایت دستگاه‌های ذی‌ربط می‌تواند نقش عمده‌ای در تبدیل این مانع به عاملی اثرگذار در موفقیت کارآفرینان ورزشی داشته باشد.
۳. دولتی بودن ساختار نظام ورزشی کشور و عدم ایفای نقش سازنده‌ی دستگاه‌های ذی‌ربط در تشویق و حمایت از کارآفرینان، موجب بی‌رغبتی بخش خصوصی به حوزه ورزش می‌شود. حمایت از بخش خصوصی، طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و فرهنگی توسط دستگاه‌های مختلف و سوق دادن پژوهش‌های دانشگاهی به سمت خلق و اجرای ایده‌های جدید می‌تواند موجب توسعه‌ی کارآفرینی در ورزش کشور شود.
۴. در کشور ما مراکز حمایت از کارآفرینان بسیار محدود بوده و کارآفرین با تمام مشکلات ضمن تلاش برای تبدیل ایده به محصول باید تمام خطر سرمایه‌گذاری را خود عهده‌دار باشند. با تولید دانش فنی یک محصول توسط کارآفرین، شرکت‌های تولیدی خارجی توسط عوامل خود در کشور از این توانایی‌ها اطلاع یافته و قیمت محصول خود را چنان پایین می‌آورند که کارآفرین توان رقابت را از دست بدهد. از

- این رو بایستی نظام کنترلی مناسبی برای واردات ایجاد کرد تا ضمن حفظ انگیزه در کارآفرین، محصول او چه از نظر قیمت و چه از نظر کیفیت قابل رقابت در بازار باشد.
۵. مشاهده‌ی موفقیت اشخاص دیگر، کارآفرینان را متمایل به پذیرش مخاطره‌ی کارآفرینی می‌کند. شناسایی و معرفی کارآفرینان نمونه در حوزه‌ی ورزش می‌تواند در تشویق دیگران به کارآفرینی اثرگذار باشد.
۶. توسعه‌ی زیرساخت‌هایی مانند ارتباطات، حمل و نقل، خدمات‌های بیمه‌ای و بانکی و از این قبیل عامل‌هایی هستند که به بهبود فضای کسب و کار کمک می‌کند. برنامه‌های دولت در زمینه‌ی بهبود فضای کسب و کار می‌تواند بستری را برای توسعه‌ی کسب و کارهای ورزشی ایجاد کند.
۷. کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یکی از دروس به دانش‌آموزان و دانشجویان، آموخته شود. برای آموزش کارآفرینی، می‌توان کتاب‌ها، جزوه‌ها، راهنماها و مأخذهای چگونگی شروع و مدیریت مؤسسه‌ها را در مدارس و کتابخانه‌ها توزیع کرد. بدین ترتیب آن‌ها آگاه‌تر شده و در زمان شروع کار خود آمادگی بیش‌تری خواهند داشت.
۸. تلویزیون و رادیو با مقبولیت و ضریب نفوذی که در جامعه دارد، می‌تواند نقش مناسبی در توسعه‌ی کارآفرینی ایفا کند. به‌طور مثال در بُعد رفتاری تهیه و پخش برنامه‌هایی که هدف‌شان ایجاد نگرش، دانش، مهارت و سرانجام ایجاد تغییر در رفتار افراد است، در بُعد ساختاری تهیه و پخش برنامه‌هایی در مورد زیرساخت‌های دولتی و سازمانی در حوزه‌ی ورزش و در بُعد زمینه‌ای تهیه و پخش برنامه‌هایی که هدف‌شان افزایش آگاهی عمومی و ایجاد زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی لازم برای توسعه‌ی کارآفرینی در ورزش کشور است.
۹. نگرش افراد به کسب و کار در هر جامعه‌ای الهام گرفته از آموزه‌هایی است که در فرایند اجتماعی شدن فرد، توسط نهادهای مربوط به وی انتقال می‌یابد. در عصر ارتباطات نقش تربیت و نهادهای تربیتی از جمله آموزش و پرورش و دانشگاه به‌عنوان نهادهایی مستقل از نهاد خانواده در انتقال ارزش‌ها و ایجاد نگرش‌های مثبت و منفی نسبت به کسب و کار به مراتب گسترش یافته است. آشناسازی دانش‌آموزان و

دانشجویان با آموزه‌های دینی و ارزش‌های کار به‌عنوان سنگ بنای ایجاد نگرش مثبت به کسب و کار توسط نهادهای یادشده اهمیت حیاتی دارد.

۱۰. بالا بودن سطح رفاه عمومی جامعه عاملی است که موجب بالاتر رفتن میزان تقاضا نسبت به محصولات و خدمات‌های ورزشی خواهد شد. از این رو کلیه برنامه‌هایی که منجر به ارتقای سطح رفاه عمومی جامعه بشود، به‌صورت غیرمستقیم در بهبود شرایط برای کارآفرینان ورزشی اثرگذار خواهد بود.

منابع

- احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۷۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: نشر شرکت پردیس ۵۷.
- بازرگان و همکاران، (۱۳۸۵)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، چاپ سیزده، تهران: نشر آگاه.
- هیستریچ و پیترز، (۱۳۸۵)، کارآفرینی، ترجمه‌ی علیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی‌یاری، تهران: مؤسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
- زارع، قاسم، (۱۳۸۵)، ارتباط بین عوامل روان شناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینان سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد. زالی، محمدرضا و رضوی، سیدمصطفی، (۱۳۸۷)، پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران، تهران: دانشگاه تهران، دانشکده‌ی کارآفرینی.
- سخدری، کمال، (۱۳۸۸)، دانشنامه کارآفرینی، چاپ اول، تهران: بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران و مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- سند تفضیلی نظام جامع توسعه تربیت بدنی کشور (۱۳۸۳).
- فروغی‌پور، حمید، (۱۳۸۴)، زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه کار، رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
- کوراتکو، هاجتس، (۱۳۸۳)، نگرشی معاصر بر کارآفرینی، ترجمه‌ی ابراهیم عامل محرابی، تهران: دانشگاه فردوسی مشهد.
- مقیم، سید محمد، (۱۳۸۲)، "سازمان‌های غیردولتی کارآفرین"، مجله فرهنگ مدیریت، شماره سوم، تابستان
- مقیم، سید محمد، (۱۳۷۹)، بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی، گروه پژوهشی مدیریت جهاد دانشگاهی واحد تهران، جلد دوم گزارش نهایی پروژه.

مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۳)، «کارآفرینی و عوامل محیطی موثر بر آن»، مجله فرهنگ

مدیریت، شماره پنجم، زمستان

میرزایی اهرنجانی، حسن، (۱۳۷۷)، مجموعه مقالات: دومین اجلاس بررسی راههای

حاکمیت وجدان کاری و انضباط، اجتماعی، چاپ اول، تهران: سازمان چاپ دانشگاه

آزاد اسلامی

Ashomere Cathy, (2004), Criteria for youth entrepreneurship education, Columbus, p.1-2

G.Karuppusami, R.Gandhinathan, Pareto analysis of critical success Factors of total quality management A literature review and analysis, The TQM Magazine, Vol.18, No.4, 2006

Hichman. Thomas M., Lawrence, Katherine E. & Ward, James C. "A Social Identities Perspective on the Effects of Corporate, Sport Sponsorship on Employees", Sport Marketing Quarterly, vol 14, no. 3, 2005, pp. 148-157

Morrison Alison, Entrepreneurship: What triggers it?, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol.6, N.2, p.59

Seeling Tina, (2003), High Technology Entrepreneurship Education: STVP and REE, Sao Paulo: Stanford Technology Ventures Program.

پیوست: محاسبه ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه از طریق SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.866	.877	137

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1.376	.242	2.992	2.750	12.344	.355	137
Inter-Item Covariances	.062	-2.030	2.295	4.326	-1.131	.216	137
Inter-Item Correlations	.049	-.897	.951	1.847	-1.060	.108	137

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
4.7250	1.345	36.674	137