

پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش

دوره ۱۴، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱

ص ص: ۱۱۹-۱۰۷

## عوامل زمینه‌ای مؤثر بر ایجاد کسب‌وکارهای نوین در ورزش کشور: یک مطالعه کیفی

علی اصغر پور گلفزان<sup>۱</sup> - محمدرضا اسماعیل‌زاده قندهاری<sup>۲\*</sup> - بهزاد دیوکان<sup>۳</sup> - مسعود طاهری لاری<sup>۴</sup>  
۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، مشهد، ایران. ۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، مشهد، ایران. ۳. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ۴. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، مشهد، ایران.  
(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۸، تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱)

### چکیده

هدف تحقیق حاضر عوامل بررسی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش کشور بود که به شیوه مطالعات کیفی و از روش استراوس و کوربین انجام گرفت. نمونه آماری پژوهش خبرگان و صاحب‌نظران در حوزه مدیریت ورزشی و کسب‌وکار ورزشی بودند که به شیوه هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند و حجم نمونه نیز با در نظر گرفتن فرض اشباع نظری انجام گرفت. ابزار جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه‌های باز نیمه‌ساختاریافته بود. جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل تفسیری همزمان انجام گرفت و در نهایت با استفاده از سه روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی، مقوله‌های اصلی و انتزاعی مشخص شدند. چهار مقوله ارتباطات، کار تیمی، دانش عملی و آموزش به‌عنوان مقوله‌های زمینه‌ای اثرگذار بر کسب‌وکارهای نوین شناسایی شدند. در نهایت مقوله‌های اصلی با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی مورد تحلیل متخصصان قرار گرفت و نتایج حاکی از آن بود که مقوله ارتباطات، مؤثرترین و مقوله آموزش، کم‌اهمیت‌ترین عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر ایجاد کسب‌وکارهای نوین در ورزش بودند. بنابراین پیشنهاد می‌شود در راستای کمک به ایجاد کسب‌وکارهای نوین در ورزش، تعامل دانشگاه‌ها با صنعت و ورزش حرفه‌ای و الزام به دروس مرتبط با کسب‌وکار و به‌صورت عملی در دانشگاه‌ها صورت گیرد.

### واژه‌های کلیدی

عوامل زمینه‌ای، کسب‌وکارهای نوین، کسب‌وکار ورزشی، مطالعه کیفی.

## مقدمه

در عصر حاضر ملت‌ها و دولت‌ها به‌منظور توسعه رشد اقتصادی، به‌ناچار باید به خلاقیت روی بیاورند. به همین سبب آنها سعی می‌کنند تا با تمام توان خود روحیه خلاقیت و نوآوری را در جامعه بهبود دهند. محققان بسیاری بیان کرده‌اند که عامل رشد اقتصادی دنیا در دهه گذشته و در آینده، کارآفرینی است که نیازهای جدیدی را تولید و به آن پاسخ می‌دهد و در نتیجه موجب رشد می‌شوند (۱). کارآفرینی را فرایند ایجاد، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت به‌منظور تولید کالاها و خدمات تعریف کرده‌اند (شین و ونکارمن به نقل از ۲).

فعالیت‌های ورزشی علاوه بر پایه اهداف تندرستی و تفریحی و تربیتی استوار است، به‌عنوان یک صنعت نیز مطرح است. صنعت ورزش با داشتن ظرفیت‌های زیادی به‌خصوص در زمینه لیگ‌های حرفه‌ای ورزشی توان درآمدزایی بسیار زیادی دارد. در کشورهایی چون اسپانیا، انگلستان، آلمان، ایتالیا و فرانسه درآمدهای حاصل از باشگاه‌داری سالانه به میلیون‌ها دلار می‌رسد (۳). تحقیقات نشان داده است که در دهه گذشته صنعت ورزش در دنیا به‌طور متوسط هر سال ۷ درصد رشد داشته است که این مقدار رشد از متوسط نرخ رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها بالاتر است. از همین رو ورزش از جایگاه مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های شغلی و اقتصادی جدید برخوردار است (۴).

ایجاد بنگاه‌های اقتصادی ورزشی جدید، رشد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی موجود، خلاقیت و نوآوری در عرضه خدمات ورزشی و فرایندهای ورزشی، نوآوری در تولید تجهیزات ورزشی، و نوآوری در سازماندهی امور ورزشی، از جمله بسترهایی است که در حوزه فعالیت‌ها و فرصت‌های

کسب‌وکار ورزشی تعریف کرده‌اند (هنری و مندعلی‌زاده ۱۳۹۲ به نقل از ۲).

اهمیت صنعت ورزش از یک سو و وضعیت نامناسب اشتغال در این صنعت در دهه گذشته در کشور (۵) سبب توجه بیشتر به اهمیت کسب‌وکارهای ورزشی شده است و تحقیقات انجام‌گرفته در داخل کشور نیز در سال‌های اخیر مؤید این اهمیت است. قربانی و اسماعیلی (۱۳۹۷) در مطالعه خود در استان خراسان جنوبی گرایش جامعه به ورزش، خصوصی‌سازی در ورزش و بهبود فضای کسب‌وکار را به‌عنوان عوامل علی مؤثر بر اشتغال‌زایی در ورزش این استان شناسایی کردند و درصد اشتغال در بخش ورزشی را در این استان پایین دانستند (به نقل از ۴).

نادریان جهرمی و پژوهان (۱۳۹۹) در تحقیق خود با عنوان «تحلیل نقش آموزش کارآفرینی در اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی» بیان کردند که مؤلفه‌های فناوری، فرهنگی، سیاست‌های اجرایی و آموزشی و پژوهشی و عوامل فردی بیشترین اهمیت را در توسعه کارآفرینی ورزشی دارند (۶). نیازی و همکاران (۱۳۹۹) نیز به‌منظور نیل به توسعه پایدار کارآفرینی ورزشی ضمن تأکید بر ضرورت ایجاد قوانین تسهیل‌کننده برای حضور کارآفرینان، اظهار کردند دولت باید به سمت خصوصی‌سازی حرکت کند و عرصه را برای بخش خصوصی باز کند و خودش نقش حمایت‌گر را ایفا کند (۷).

اکبری و همکاران (۱۳۹۹) نیز در تحقیق خود در زمینه توسعه کسب‌وکار لیگ برتر فوتبال ایران، بیان کردند صنعت فوتبال ایران با ایجاد بسترها و چارچوب‌های درست در حوزه ساختاری، سیاسی و مدیریتی می‌تواند در مسیر توسعه مالی قرار بگیرد. آنان همچنین بر اهمیت خصوصی‌سازی و حمایت دولت و رسانه‌ها و همچنین استفاده از منابع انسانی متخصص در مسیر توسعه و

نتیجه رسیدند که ویژگی‌های سازمانی و انواع ورزش‌های ارائه‌شده به‌عنوان متغیرهای راهبردی در بازار ورزش نسبت به راهبردهای سازمانی مناسب‌اند (۱۲). آهون<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) نیز در تحقیق خود در فنلاند حمایت دولت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در زمینه ورزش‌های قهرمانی را در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی مؤثر می‌داند (۱۳).

به‌طور کلی بیان شده است که در زمینه توسعه کسب‌وکارها، دولت‌ها سه نوع سیاست کلی را در پیش گرفته‌اند. دولت‌ها با ارائه پشتیبانی مالی و ساده‌سازی مقررات در زمینه کارآفرینی، نقش تنظیم‌کننده در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کنند، زیرا قوانین و مقررات سرسختانه ممکن است فعالیت‌های کارآفرینانه را محدود سازد. دولت‌ها همچنین از طریق ارائه برنامه‌هایی به‌منظور اشاعه دانش و مهارت‌های لازم برای کارآفرینان جهت راه‌اندازی و مدیریت یک کسب‌وکار، محیط شناختی کارآفرینی را تقویت می‌کنند. همچنین دولت‌ها از طریق فعالیت‌های لازم، فرهنگ جامعه نسبت به کارآفرینی را در قالب محیط هنجاری بهبود می‌بخشند و در این زمینه نقش تسهیل‌کننده در راستای ارتقای فرهنگ کارآفرینانه در جامعه دارند (۲).

با مشخص شدن ماهیت و ابعاد مقوله جهانی شدن به معنای گسترش ارتباطات، اطلاعات و فناوری، پیوند و درهم‌تنیدگی جوامع در پهنه جهانی کارآفرینی به‌عنوان «محرك اقتصاد»، از اهمیتی مضاعف و جایگاهی راهبردی برخوردار شده است. از طرف دیگر ورزش در کشورمان در حال تحول و توسعه است که در سال‌های اخیر پیشرفت‌های زیادی در جهان ورزش حاصل کرده و این امر می‌تواند در کنار ویژگی‌های منحصر به فرد اقلیمی و راهبردی زمینه‌های

درآمدزایی برای باشگاه‌ها تأکید کردند (۳). همچنین قربانی و صفری جعفرلو (۱۳۹۹) در ارائه الگوی توسعه مشاغل ورزشی در ایران زمینه‌های موجود را بسترها و زیرساخت‌های پشتیبان، ضعف در تفکر کارآفرینی و حمایت مدیریتی، نفوذ ناکافی ورزش در جامعه، حمایت اجتماعی، نیروی انسانی متخصص، قصد کارآفرینی و حمایت مالی برشمردند که در صورتی که در سطح کلان به این بسترها توجه شود، پیامدهای مثبتی مانند رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی-فرهنگی را برای صنعت ورزش کشور در پی خواهد داشت (۴).

در پژوهش‌های دیگر مواردی مانند افزایش سرمایه فکری، انطباق با ارزش‌های محلی، ورود حامیان مالی، برگزاری دوره‌های علمی، بازاریابی، راهبردهای امنیتی و همچنین برند و اهمیت رویداد از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی ذکر شده است (۸). با عنایت به اهمیت ورزش و ورود فناوری به این عرصه بیان شده است در ژاپن بیش از ۱۲/۶ میلیارد دلار برای استارت‌آپ‌های ورزشی بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ در نظر گرفته شده است که این موضوع اهمیت و جایگاه کسب‌وکارهای ورزشی را نشان می‌دهد (۹). همچنین پرومن<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در تحقیق خود نشان می‌دهد که فناوری بر چگونگی تمرین کردن ورزشکاران و نحوه جذب هواداران نیز تأثیرگذار بوده است و بودجه فعلی برای استارت‌آپ‌های ۲/۵ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۴ به ۳۰ میلیارد دلار خواهد رسید (۱۰). همچنین پیرس<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در تحقیق خود نشان داد که دوره‌های فروش ورزشی در دانشگاه بسیار اهمیت دارد و باید افزایش پیدا کند و مهم‌ترین دلیل آن تقاضای صنعت ورزش و ایجاد اشتغال‌های جدید در ورزش است (۱۱). روسی<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۹) نیز در تحقیق خود به این

3. Rossi  
4. Aonen

1. Proman  
2. Pierce

## روش

روش پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی است و از الگوی مبتنی بر اشترواس و کربین پیروی می‌کند. این پژوهش به روش طرح‌های پژوهش کیفی اکتشافی انجام گرفت. فرایند اجرای پژوهش بدین‌گونه است که ابتدا مروری بر ادبیات، پیشینه و مبانی نظری موضوع، پژوهشگر را به سوی شناسایی مؤلفه‌های اصلی و فهرست مقدماتی عوامل موجود در حوزه کسب‌وکار ورزشی سوق داد. در مرحله بعدی پژوهشگر به مصاحبه‌های کیفی با صاحب‌نظران و نخبگان آگاه از موضوع پژوهش پرداخت. با عنایت به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها تحلیل و کدگذاری آنها نیز انجام پذیرفت. سپس به ترتیب تلخیص، عرضه و نتیجه‌گیری از یافته‌ها انجام گرفت تا به شناسایی فهرست نهایی عوامل زمینه‌ای اثرگذار بر کسب‌وکارهای جدید ورزشی منجر شد. با توجه به ماهیت اجرایی کار، برای انجام مصاحبه، محقق بنا به ماهیت تحقیق اقدام به مصاحبه با خبرگان و صاحب‌نظران در حوزه مدیریت ورزشی و کسب‌وکار ورزشی کرد. با استفاده از روش نمونه‌گیری به طریق گلوله‌برفی پس از شناسایی یا انتخاب اولین واحد نمونه‌گیری از آن برای شناسایی و انتخاب دومین واحد نمونه‌گیری استفاده می‌کند یا کمک می‌گیرد. در این روش، تعداد نمونه خاصی از قبل تعیین نمی‌شود و تا زمانی که مدل به مرحله ساخت و اشباع نرسیده است، نمونه‌گیری ادامه پیدا می‌کند. از این‌رو از دو روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی در این مرحله استفاده شد. بنابراین در بخش اول فرایند داده‌ها با استفاده از روش کتابخانه‌ای شامل بررسی اسناد و مدارک، گزارش‌های مستند، مقالات علمی معتبر و وبسایت‌های معتبر در زمینه موضوع پژوهش جمع‌آوری شد. در بخش

مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه ایجاد کند. از این‌رو توسعه ورزش بخش مهمی از توسعه اقتصادی-اجتماعی محسوب می‌شود که می‌تواند موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی شود، بنابراین با توجه به نقش مؤثری که امروزه ورزش در حوزه اقتصاد و ساختار ذهنی جامعه جهانی ایفا می‌کند، نیاز است تا متخصصان و کارگزاران این حوزه در کشور با شناسایی فرصت‌ها، در زمینه ایجاد و توسعه تولید کالا و خدمات ورزشی اقدامات لازم را انجام دهند. در این زمینه بهتر است برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید در ورزش به این‌گونه موارد توجه شود. با توجه به اینکه کسب‌وکار در ورزش می‌تواند بر رشد صنعت و توسعه پایدار در کشور و همچنین کمتر شدن وابستگی به اقتصاد نفت و گاز مؤثر باشد، بنابراین برای توسعه کسب‌وکار در بخش ورزش باید عوامل زمینه‌ای و ساختاری مؤثر در توسعه ورزش شناسایی شوند و براساس هدف‌هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های مؤثر در رشد کسب‌وکار ورزشی برنامه‌ریزی کرد. با وجود این تاکنون کمتر پژوهشی شرایط زمینه‌ای کسب‌وکارهای جدید ورزشی را بررسی کرده است. شرایط زمینه‌ای در واقع شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند که در این تحقیق پدیده موردنظر همان کسب‌وکارهای نوین در ورزش است. به این معنا که شرایط زمینه‌ای در واقع کمک‌کننده و اداره‌کننده پدیده موردنظر است. بنابراین این پژوهش در پی بررسی و شناسایی شرایط زمینه‌ای است که موجب به‌وجود آمدن کسب‌وکارهای ورزشی جدید می‌شود. در واقع انتظار می‌رود نتایج این تحقیق به سرمایه‌گذاران به‌منظور سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش کمک کند.

پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام گیرد. در زمینه روایی بیرونی یا انتقال‌پذیری نیز، سعی شد با توجه به تخصص و جایگاه سازمانی هریک از مصاحبه‌شوندگان و لحاظ کردن این موضوع در انتخاب آنها، احتمال انتقال مفاهیم به سایر محیط‌ها افزایش داده شود. همچنین برای سنجش پایایی در این پژوهش از روش «پایایی بازآزمون»<sup>۱</sup> به روش هولستی<sup>۲</sup> استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد که فرمول آن به شرح زیر است:

$$\% ۱۰۰ * \frac{\text{تعداد توافقات} * ۲}{\text{کل کدها مرحله اول} + \text{کل کدها در مرحله دوم}} = \text{درصد پایایی}$$

کدهای اولیه استخراج‌شده از آن مصاحبه‌ها و کدهای مجدد آنها جدول ۱ به‌دست آمد.

جدول ۱. میزان درصد پایایی بازآزمون

| ردیف | تعداد کل کدها در مرحله اول | تعداد کل کدها در مرحله دوم | تعداد توافقات | تعداد عدم توافقات | پایایی بازآزمون (درصد) |
|------|----------------------------|----------------------------|---------------|-------------------|------------------------|
| ۱    | ۴                          | ۳                          | ۳             | ۱                 | ۰/۹۰۳                  |
| ۲    | ۶                          | ۵                          | ۵             | ۱                 |                        |
| ۳    | ۷                          | ۶                          | ۶             | ۱                 |                        |
| کل   | ۱۷                         | ۱۴                         | ۱۴            | ۳                 |                        |

تحصیلات کارشناسی ارشد و ۴۱/۶ درصد (۵ نفر) نیز دارای مدرک دکتری بودند. همچنین ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان عضو هیأت علمی دانشگاه بودند و ۷ نفر نیز دارای کسب‌وکار ورزشی جدید با حداقل دو سال سابقه در کار خود بودند. همچنین ۱ نفر از مشارکت‌کنندگان زن و ۱۱ نفر مرد بودند.

دوم جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از مصاحبه‌های کیفی با نخبگان، به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پرداخته شد و همزمان با استفاده از تحلیل تفسیری کدگذاری و تحلیل شد. در این پژوهش، روایی درونی از طریق ارائه نتایج به‌دست‌آمده به آزمون‌شوندگان (مشارکت‌کنندگان در پژوهش) بررسی شد. به‌طوری‌که اگر آنها نیز یافته‌ها را تأیید کنند، می‌توان از روایی پژوهش بیشتر مطمئن شد. از این‌رو به‌منظور افزایش روایی داخلی، پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به‌دست‌آمده تا آن مرحله به افراد ارائه شد و این کار پس از مصاحبه انجام گرفت تا مصاحبه، خالی از هرگونه

پژوهشگر در حین انجام این پژوهش و در جریان کدگذاری مصاحبه‌ها چند مصاحبه را به‌عنوان نمونه در فاصله ۸ روزه مورد کدگذاری مجدد قرار داد. با مراجعه به

بنابراین می‌توان اطمینان حاصل کرد که مصاحبه‌های صورت‌گرفته از پایایی لازم برخوردارند.

### یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های تحقیق به شرح زیر است. ۲۵ درصد مشارکت‌کنندگان در مصاحبه (۳ نفر) دارای تحصیلات لیسانس، ۳۳ درصد (۴ نفر) دارای

**مرحله اول: کدگذاری باز**

در اولین مرحله بخشی از تحلیل که به‌طور مشخص به نامگذاری و دسته‌بندی پدیده از طریق بررسی دقیق داده‌ها مربوط می‌شود، انجام می‌گیرد. به‌عبارت بهتر در این نوع کدگذاری مفاهیم درون مصاحبه‌ها براساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند. در این بخش از روش کدگذاری نکات کلیدی استفاده شده است.

### جدول ۲. نشانه‌ها و کدگذاری باز مصاحبه‌های صورت‌گرفته

| کدهای باز  | گزاره‌ها  |    |
|--|---|----|
|  | <b>مصاحبه اول</b>   |    |
| داشتن رابطه با ارگان‌های دولتی                                   | دانشجویان تربیت بدنی و به‌طور کلی همه برای ایجاد کسب‌وکار باید بتوانند برای خود ارتباطات مناسبی در ارگان‌های دولتی از طرق مختلف برای خود ایجاد کنند.  | ۱  |
| ذی‌نفعان متعدد   | باید طوری باشد که ذی‌نفع‌های متعددی برای یک کسب‌وکار وجود داشته باشد، چون پیگیری‌ها بیشتر می‌شود ارتباطات بیشتر می‌شود و ...  | ۲  |
| الزام به کار عملی در دانشگاه                                     | فکر می‌کنم اگر دانشگاه‌ها به کار عملی الزام داشته باشد، کسب‌وکارهای جدیدی در ورزش به‌وجود می‌آید.   | ۳  |
|  | <b>مصاحبه دوم</b>   |    |
| آموزش کسب‌وکار از مدارس  | از دوران ابتدایی باید نسبت به ارائه کسب‌وکار آموزش‌های لازم در همه درس‌ها ارائه بشه، در درس تربیت بدنی هم فضا بازتر است و می‌شود کسب‌وکار ایجاد کرد.  | ۴  |
| لزوم مراکز کارآفرینی در دانشگاه                                  | دانشگاه‌ها باید نسبت به مراکز آموزشی کارآفرین اقداماتی داشته باشند.   | ۵  |
| کلاس کارآفرینی در مدارس  | مدارس هم باید کلاس‌هایی در مورد کارآفرینی داشته باشند.  | ۶  |
| تلفیق علم و عمل در دانشگاه آموزش                                 | اگر در دانشکده‌های تربیت بدنی تلفیق علم و عمل صورت بگیرد، می‌توانیم شاهد خلق ایده‌های خوبی برای کسب‌وکارهای جدید باشیم.   | ۷  |
|  | <b>مصاحبه سوم</b>   |    |
| نیازسنجی در ورزش   | اول باید نیازسنجی شود. چون در زمینه ورزش نیازهای مردم خیلی گسترده است و خود نیازسنجی می‌تواند ایده‌های خیلی خوبی ایجاد کند که تا قبل اصلاً نمی‌دانستیم.   | ۸  |
| هدایت دانشجویان تربیت بدنی به سمت ایجاد کسب‌وکارهای جدید در ورزش | اگر کسی این افراد تحصیل کرده در حوزه ورزش را به سمت ایجاد کسب‌وکارهای جدید هدایت کند و ذهن آنها را از این واقعیت که همه قرار نیست استخدام دولت شوند سوق دهد، می‌توانیم شاهد ظهور کسب‌وکارهای جدید در حوزه ورزش باشیم. | ۹  |
| هدایت دانشجویان به کسب‌وکار جدید در دانشگاه                      | یکی از دلایل هم همین است که عرض شد، یعنی در دانشگاه‌ها هم اساتید می‌گویند که دنبال بازار آزاد هم باشید فقط به فکر استخدام نباشید.   | ۱۰ |
|  | <b>مصاحبه چهارم</b>   |    |
| ارتباط با استادان آموزش  | اگر تحصیلات آکادمیک دارند باید از اول اساتید به آنها بگویند که همه چیز درس خواندن استاد شدن نیست و دانشجویان نیز رابطه خود را با اساتیدی که شغل دومی در بازار دارند، حفظ کنند.  | ۱۱ |
| تشویق به کارگروهی در دانشگاه                                     | چون معمولاً جوان‌ها تکی هم کار نمی‌کنند، بنابراین وقتی تعداد زیاد باشد ایده‌هایی جدیدتری ارائه می‌شود و در نهایت کسب‌وکار جدید درست می‌شود.   | ۱۲ |
| تشویق دانشجویان در کلاس‌ها به کار جدید                           | ما به‌عنوان معلم یا استاد خیلی دانشجویان را سر کلاس تشویق به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید می‌کنیم و همین هم تا حدودی انگیزه ایجاد می‌کند.  | ۱۳ |
|  | <b>مصاحبه پنجم</b>  |    |
| ترکیب آموزش و فضای مجازی آموزش                                   | از اینترنت و فضای مجازی خیلی می‌شود استفاده کرد. می‌شود مثلاً کلاس‌های کنکور مجازی برگزار کرد. آموزش، بازاریابی، بازاریابی و خیلی از چیزهای دیگه را می‌شود با اینترنت انجام داد.                                      | ۱۴ |
| تغییر هنجارهای ذهنی در دانشگاه آموزش                             | یک سری هنجارهای ذهنی در دانشجو وجود دارد که متأسفانه اشتباه است و وظیفه دانشگاه و دولت است که این هنجارهای اشتباه از بین برود. مثل من که تحصیل کرده‌ام نباید کار آزاد داشته باشم.                                     | ۱۵ |

|                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| ۱۶                   | باید انگیزه داد. متأسفانه بسیاری از همکاران من دانشجویان را ناامید می‌کنند. واقعیت را می‌گویند، اما واقعاً نیاز نیست. چون چه اتفاقی می‌افتد اگر همش بگویند وضع خیلی خراب است و ... آیا بهتر می‌شود؟ یا بدتر؟  | ایجاد انگیزه در دانشجویان                |
| ۱۷                   | در زمان دانشجویی اگر دانشجویها فعال باشند می‌توانند در زمان نیاز از دانشگاه تسهیلات بگیرند و این نیازمند حفظ ارتباط مؤثر دانشجو با دانشگاه است.   | حفظ ارتباط با دانشگاه                    |
| <b>مصاحبه ششم</b>    |   |  |
| ۱۸                   | برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید باید یک گروه یا یک تیم کاربلد را تشکیل داد.   | داشتن تیم خوب کاری تیم کاری              |
| ۱۹                   | کار تیمی را باید از دانشگاه آموزش داد. متأسفانه ما کار تیمی را بلد نیستیم.  | لزوم آموزش کار تیمی تیم کاری             |
| ۲۰                   | ارتباطاتشان را گسترش دهند. ارتباط را به معنی پارتی نمی‌گوییم. به معنی شناساندن توانایی خود به دیگران. خیلی از افراد نمی‌دانند که شما چه توانایی‌هایی دارید. خب چگونه اعتماد کنند؟   | ارتباطات قوی                             |
| <b>مصاحبه هفتم</b>   |   |  |
| ۲۱                   | باید از ابتدا و از دوران پایه تحصیل دیدگاه کارآفرینانه را پرورش دهیم.   | پرورش دیدگاه کارآفرینانه                 |
| ۲۲                   | بخش عظیمی از دانشجویان تربیت بدنی دارای سواد مهارتی نیستند و اگر سواد مهارتی داشتند بیکار نمی‌ماندند و کاری جدید برای خود دست و پا می‌کردند.  | پرورش سواد مهارتی در دانشگاه آموزش       |
| ۲۳                   | یکی از راه‌های توسعه اطلاعات مشورت با متخصصان و افراد آگاه است. حتماً می‌بایست با کسانی که در زمینه صنعت ورزش کار کرده‌اند، مشورت کرد.  | مشورت با افراد آگاه                      |
| <b>مصاحبه هشتم</b>   |   |  |
| ۲۴                   | یکی از مواردی که می‌تواند تولید شغل کند اشراف به اینترنت است. خود اشراف کامل به اینترنت می‌تواند در زمینه ورزشی هم تولید شغل کند. مثلاً سایت‌های فروش و خرید بازیکن   | تسلط به اینترنت و استفاده در ورزش        |
| ۲۵                   | اگر واقعاً ایده نابی در زمینه ورزش دارند می‌توانند به جذب اسپانسر اقدام کنند که البته می‌بایست از فنون مذاکره و ارتباطات بالا برخوردار بود.   | فنون مذاکره و ارتباطات قوی               |
| ۲۶                   | دانشگاه‌ها هم فکر می‌کنم تسهیلاتی برای ایده‌های استارت‌آپی در نظر دارند. باید بتوانند دانشگاه را هم مجاب به ارائه تسهیلات به خود بکنند.   | دریافت کمک از دانشگاه                    |
| <b>مصاحبه نهم</b>    |   |  |
| ۲۷                   | الگو گرفتن از افراد باانگیزه می‌تواند بسیار مؤثر باشد در راه‌اندازی یک کسب‌وکار. متأسفانه در دانشگاه درسی که بتواند این چیزها را آموزش دهد نداریم.  | لزوم دروس مربوط به کسب‌وکار آموزش        |
| ۲۸                   | در کشوری که به فرایند آموزش کسب‌وکار توجه ویژه می‌شود و به دانشجویان برتر و نوابغ کشوری در زمینه ایجاد کسب‌وکارهای جدید فرصت‌ها و پاداش‌های بزرگ داده می‌شود، باید انتظار داشت که جریانی از طرح‌های کارآفرینانه شکل گیرد که متأسفانه اینجا از این اتفاق‌ها نمی‌افتد.      | توجه به فرایند آموزش                     |
| ۲۹                   | باید نوآوری را هم در دروس تربیت بدنی قرار دهیم و مثل فیزیولوژی و بیومکانیک آموزش دهیم تا دانشجویها بدانند که می‌توانند.   | لزوم وجود درس نوآوری در رشته تربیت بدنی  |
| <b>مصاحبه دهم</b>    |   |  |
| ۳۰                   | می‌بایست شرایطی فراهم شود که دانشکده‌های تربیت بدنی آموزش را با ایده‌های علمی پیوند دهند و دانشجویان را به شرکت‌های صنعتی بزرگ معرفی نمایند.  | تعامل دانشگاه با شرکت‌های صنعتی بزرگ     |
| ۳۱                   | اگر در آلمان همیشه باکیفیت‌ترین محصولات ممکن در اروپا تولید می‌شود و این کشور به جای کمبود بودجه در سال ۲۰۱۶ به میزان ۲۷۰ میلیارد دلار مزاد درآمد داشته است، همگی به‌خاطر طراحی سازوکار مناسب، دقیق و منظم برای ترکیب آموزش و صنعت و نهایتاً خلق فناوری‌های نوآورانه است. | برنامه‌های مدون برای ترکیب آموزش با صنعت |
| ۳۲                   | تلفیق علم تربیت بدنی و آگاهی نسبت به فضای مجازی می‌تواند ایده‌های جالبی برای کسب‌وکار ورزشی فراهم کند.  | تلفیق تربیت بدنی و اینترنت دانش عملی     |
| <b>مصاحبه یازدهم</b> |   |  |
| ۳۳                   | داشتن هدف مشخص برای تیم می‌تواند به تسریع در رسیدن به هدف منجر شود.   | هدف تیمی                                 |

|                       |   |   |
|-----------------------|---|---|
| ۳۴                    | یکدلی در تیم‌های کاری و انگیزه بالا نیز می‌تواند قدرت و انسجامی را بالا ببرد.   | یکدلی و انگیزه تیمی                         |
| ۳۵                    | اگر همه افراد تیم ارتباطاتی در جاهای مختلف داشته باشد هیچ‌وقت تیم از رسیدن به هدف باز نمی‌ماند، چون گره‌ها باز می‌شوند.   | ارتباطات قوی                                |
| ۳۶                    | باید در بدو ورود به دانشگاه فرصت‌های شغلی مختلف برای دانشجویان تبیین شود تا راه خودشان را پیدا کنند.  | تبیین فرصت‌های شغلی در بدو ورود به دانشگاه  |
| <b>مصاحبه دوازدهم</b> |   |   |
| ۳۷                    | باید از برندهای صاحب کسب‌وکارهای جدید اطلاعات بگیرند و با آنها در ارتباط باشند این ارتباطات می‌تواند از هدر رفتن منابع جلوگیری کند  | ارتباط با برندهای کسب‌وکارهای جدید          |
| ۳۸                    | گرایش‌های مختلف تربیت بدنی در حد کلاس‌های درس چیزی بلد هستند، یعنی یک دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی نمی‌تواند جایی را اداره کند، چون تجربه ندارد.                                  | تجربه عملی در کلاس‌های درس تربیت بدنی       |
| ۳۹                    | وجود تخصص‌های مختلف در تیم‌های کاری می‌تواند تصمیم‌ها را راحت کند.  | لزوم تخصص‌های مختلف در تیم‌های کاری         |
| ۴۰                    | باید سعی شود در تیم‌های کاری تعداد زیاد نباشد یعنی بین ۵ تا ۹ نفر کافی است و حتماً سعی شود تا تعداد افراد تیم فرد باشد.   | تعداد افراد تیم بین ۵ تا ۹ و فرد بودن تعداد |
| ۴۱                    | باید سعی کنند از زمان دانشجویی خودشان را با افراد متمول لینک کنند تا زمانی که حمایتگر مالی خواستند آن حمایتگران به اینها اعتماد کنند وگرنه همین طوری که کسی به کسی کمک نمی‌کند. | ارتباط با افراد متمول برای حمایت مالی       |

و ایجاد انگیزه و تبیین فرصت‌های شغلی در دانشگاه، برنامه مدون برای تعامل دانشگاه و صنعت اشاره کنیم.

**مقوله دانش عملی:** مقوله زمینه‌ای دانش عملی در واقع عوامل مربوط به ترکیب علم و دانش بامهارت هستند که می‌تواند به اداره کسب‌وکارهای جدید در ورزش منجر شود. اگر بخواهیم کدهای محوری را از بین گزاره‌ها مشخص می‌کنیم، می‌توانیم به ترکیب علوم ورزشی و اینترنت و ترکیب علوم ورزشی با نیازسنجی در بازار اشاره کنیم.

**مقوله کار تیمی:** مقوله زمینه‌ای کار تیمی در واقع عوامل مربوط به کار گروهی یا تیمی است که می‌تواند به کسب‌وکارهای جدید در زمینه ورزش منجر شود. اگر بخواهیم کدهای محوری را از بین گزاره‌ها مشخص کنیم، می‌توانیم به وجود ذی‌نفعان متعدد و با تخصص‌های مختلف در تیم، آموزش تیمی و مشورت، هدایت و انگیزه و یکدلی در تیم کاری، تعداد افراد تیم فرد و بین ۵ تا ۹ نفر اشاره کنیم.

**مقوله ارتباطات:** مقوله زمینه‌ای ارتباطات در واقع در مورد ارتباطاتی است که می‌تواند به اداره و حفظ کسب‌وکارهای جدید در زمینه ورزش منجر شود. اگر

**مرحله دوم:** کدگذاری محوری: هدف از کدگذاری محوری ایجاد رابطه بین مقوله‌های تولیدشده در مرحله کدگذاری باز است. این عمل به‌طور معمول براساس الگوی پارادایمی انجام می‌گیرد و به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا فرایند نظریه‌پردازی را به‌سهولت انجام دهد. اساس ارتباطدهی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از مقوله‌ها قرار دارد.

**مرحله سوم:** کدگذاری انتخابی: کدگذاری انتخابی عبارت است از فرایند انتخاب دسته‌بندی اصلی، مرتبط کردن نظام‌مند آن با دیگر دسته‌بندی‌ها که در نهایت به تشکیل مفاهیم انتزاعی منجر می‌شود. مراحل دو و سه در قالب یک مدل مفهومی که از روش رتبه‌بندی تحلیل سلسله‌مراتبی نیز کمک گرفته شده است، ارائه می‌شود.

**مقوله آموزش:** مقوله زمینه‌ای آموزش در واقع عوامل مرتبط با آموزش است که می‌تواند به اداره کسب‌وکارهای جدید در زمینه ورزش منجر شود. اگر بخواهیم کدهای محوری را از بین گزاره‌ها مشخص می‌کنیم، می‌توانیم به الزام درس کارآفرینی و سواد مهارتی در مدارس و دانشگاه، لزوم کار عملی و تجارب کاری در سیستم آموزش، هدایت



بخواهیم کدهای محوری را از بین گزاره‌ها مشخص کنیم، می‌توانیم به داشتن ارتباط با ارگان‌های دولتی و دانشگاه، داشتن رفتار سیاسی، ارتباط با افراد حقیقی و حقوقی متمول به عنوان حامیان مالی اشاره کنیم.

Combined instance -- Synthesis with respect to: Goal: ranking

Overall Inconsistency = .01



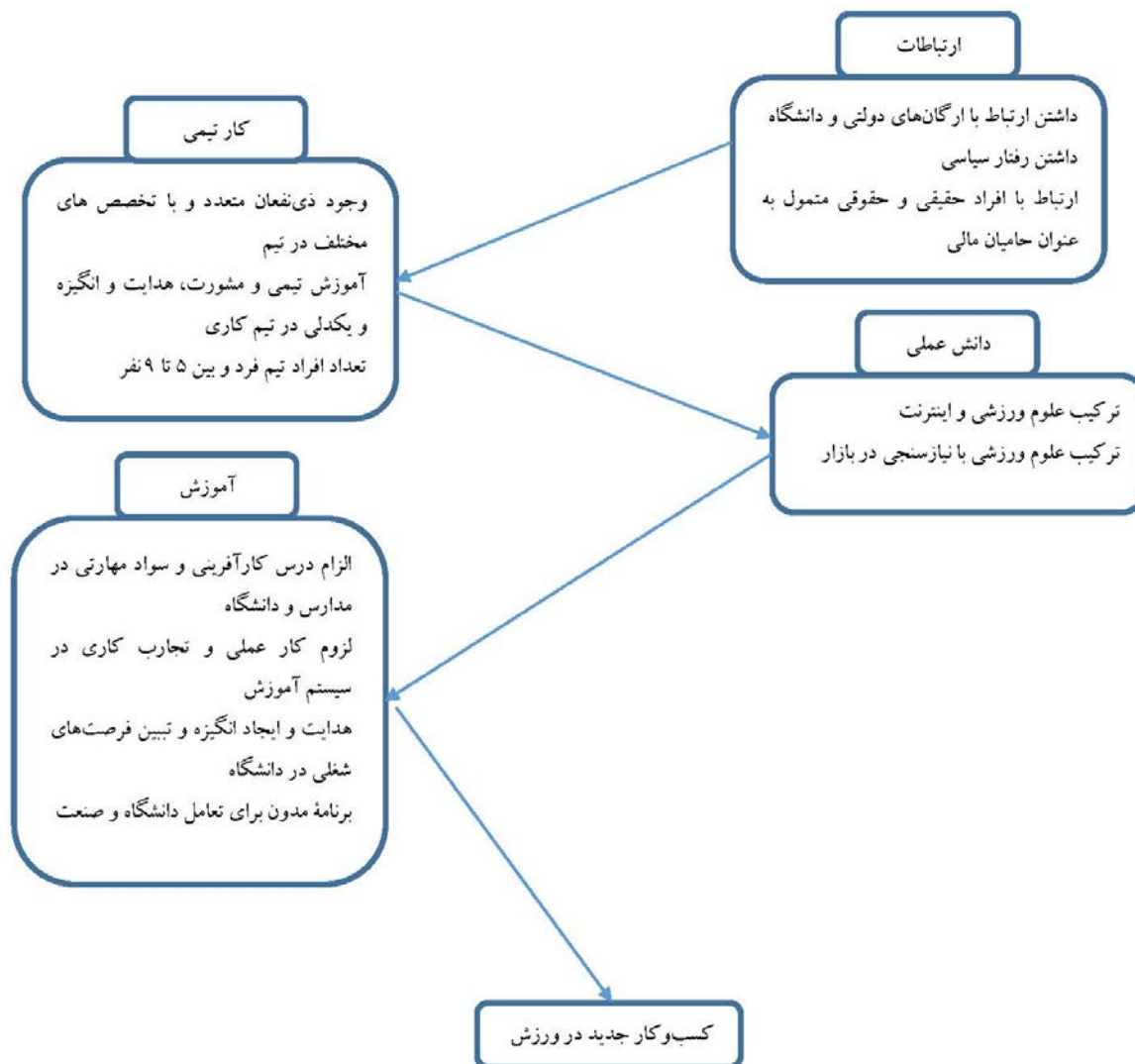
### شکل ۱. امتیاز نهایی نرمال‌نشده رتبه‌های متغیرهای عوامل زمینه‌ای

همان‌طور که شکل ۱ نشان می‌دهد امتیاز نرمال‌شده متغیر ارتباطات (۰/۴۱۵)، از سایر مؤلفه‌ها بیشتر است. از این رو در مورد عوامل زمینه‌ای مؤثر بر کسب‌وکارهای نوین در ورزش با اهمیت‌ترین شاخص، مؤلفه ارتباطات است. در رتبه دوم اهمیت متغیر کار تیمی با امتیاز نرمال‌شده ۰/۳۷۶ و در رتبه سوم متغیر دانش عملی با امتیاز نهایی نرمال‌شده ۰/۱۷۳، و در رتبه آخر عامل آموزش با امتیاز نهایی نرمال‌شده ۰/۰۷۱ قرار دارد.

### جدول ۳. ماتریس میانگین هندسی متغیرهای موجود در عوامل زمینه‌ای

| کار تیمی | دانش عملی | ارتباط | آموزش |           |
|----------|-----------|--------|-------|-----------|
| ۵/۴۷۷۲۳  | ۲/۲۸۹۴۳   | ۴/۷۸۴۸ |       | آموزش     |
| ۱/۱۲۲۴۶  | ۳/۵۹۵۳۶   |        |       | ارتباط    |
| ۲/۷۴۹۴۶  |           |        |       | دانش عملی |
|          |           |        | ۰/۰۱  | کار تیمی  |

میانگین هندسی شاخص‌های موجود در عوامل زمینه‌ای نیز نشان می‌دهد شاخص ارتباطات بالاترین میزان میانگین و پس از آن کار تیمی، دانش عملی و آموزش قرار دارد. همچنین نرخ ناسازگاری همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ۰/۰۱ است.



شکل ۲. مدل عوامل زمینه‌ای مؤثر بر ایجاد کسب‌وکارهای جدید در ورزش

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش کشور بود. این تحقیق از نوع مطالعات کیفی بود و ابزار جمع‌آوری اطلاعات داده‌ها، مصاحبه‌های باز نیمه‌ساختاریافته بود. کدگذاری مصاحبه‌ها در سه مرحله باز، محوری و انتخابی انجام گرفت. نتایج نشان داد ارتباطات، کار تیمی، دانش عملی و آموزش مقوله‌های زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش هستند. در نهایت با استفاده از تحلیل

سلسله‌مراتبی مقوله ارتباطات در بالاترین سطح و مقوله آموزش در پایین‌ترین سطح قرار گرفت. اهمیت مقوله ارتباطات در این پژوهش با نتایج تحقیق اکبری و همکاران (۱۳۹۹) (۳)، قربانی و صفری (۱۳۹۹) (۴) و نیلا و فایروز (۲۰۱۷) (۱۴) همسوست که در تبیین آن می‌توان گفت تأثیر ارتباطات در رفتار سیاسی و گرفتن منابع حائز اهمیت است، بدین معنا که با توجه به پتانسیل‌های فضای ورزشی داشتن ارتباط با ارگان‌ها دولتی و غیردولتی می‌تواند به استفاده از پتانسیل‌های موجود منجر شود. بنابراین ضرورت

مقابل تغییرات عملکرد بهتری داشت. همچنین استرس در حالت کار تیمی از کار فردی کمتر است که این مسئله به عملکرد بهتر منجر می‌شود (۱۸). بنابراین در راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، کار تیمی می‌تواند عملکرد بهتری را نسبت به کار فردی فراهم کند، از این‌رو در نهایت پیشنهاد می‌شود تا کار تیمی برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در ورزش در نظر گرفته شود. در رتبه بعد عوامل زمینه‌ای در جهت توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش، دانش عملی و آموزش قرار دارد.

پرومن (۲۰۱۹) (۱۰) و پیرس (۲۰۱۹) (۱۱) نیز به نتایج مشابهی در زمینه اهمیت دانش در توسعه کارآفرینی ورزشی رسیدند. قدرت تخصص در هر سازمانی وجود دارد و متعلق به افرادی است که دانش کاملی در مورد کسب‌وکار خود دارند. دانش به‌منظور آگاهی و شناخت است. این آگاهی و شناخت می‌تواند در زمینه‌های مختلفی مانند شناسایی نیازهای مردم و بازار باشد. در حوزه تربیت بدنی و ورزش در کار تیمی علاوه بر خصوصیات فردی و اجتماعی، می‌بایست افراد در زمینه دانش عملی نیز تخصص لازم را داشته باشند. یکی از عواملی که در این پژوهش به آن اشاره شده است، ترکیب علم و دانش عملی در ترکیب با فناوری اینترنت است. در واقع در این عصر که به‌طور کلی میزان تحرک در جامعه کم شده است، لزوم دانش عملی و استفاده از فناوری‌هایی مانند اینترنت می‌تواند فرصت‌های خوبی برای کسب‌وکارهای جدید فراهم کند. از این‌رو در این زمینه پیشنهاد می‌شود که دانشجویان تربیت بدنی علاوه بر تقویت خود در علوم ورزشی مانند حرکت‌شناسی، آسیب‌شناسی، تغذیه، علم تمرین و ... خود را در علمی مانند فناوری اطلاعات و زبان انگلیسی نیز تقویت کنند تا از علم روز بتوانند بهره لازم را برای کسب‌وکار خود ببرند. دانش نسبت به محیط نیز می‌تواند از جمله دانش‌های عملی در حوزه کسب‌وکار باشد. رصد کردن محیط، شناسایی زمان ورود به

دارد که مدیران کسب‌وکارهای ورزشی به‌منظور توسعه کسب‌وکار خود به مقوله ارتباطات توجه ویژه‌ای داشته باشند. از آنجا که از جمله وظایف سه‌گانه دولت‌ها در قبال کارآفرینی ساده‌سازی قوانین، غنای آموزش و ایجاد فرهنگ کارآفرینی برشمرده شده است (۲)، ارتباط با دولت می‌تواند انجام این وظایف را ارتقا دهد. همچنین ارتباط با دانشگاه به افزایش اعتماد عمومی و ارتباط با سرمایه‌گذاران به ورود منابع مالی در بخش ورزشی منجر می‌شود.

یکی دیگر از زمینه‌های مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش، لزوم کار تیمی است. کار تیمی به بهبود عملکرد و این عمل در نهایت به بهتر شدن کسب‌وکار منجر می‌شود. در برخی تحقیقات بر اهمیت کار تیمی تأکید شده است (۱۵، ۱۶). کار تیمی نیازمند وجود نیروی انسانی متخصص و ماهر است که همسو با این نتیجه پژوهش‌های قربانی و صفری (۱۳۹۹) (۴)، رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) (۱۷) بر اهمیت منابع انسانی در جهت توسعه کسب‌وکار ورزشی تأکید کرده‌اند. زمانی که قرار است کاری به‌صورت فردی انجام گیرد، جسارت کمتری در مورد پیاده کردن ایده‌ها وجود دارد. بنابراین کار تیمی، می‌تواند در راه‌اندازی یک کسب‌وکار نسبت به کار فردی موفق‌تر عمل کند. کار تیمی محدودیت‌هایی را که در زمان، تخصص و سرمایه نیاز است، جبران می‌کند و اجازه می‌دهد با سرعت بیشتر و صرف انرژی کمتری به نتیجه رسید. تخصص و مهارت بخشی از موفقیت شغلی است و به همان اندازه هم به بهبود مهارت‌های ارتباطی نیاز است، بنابراین کار تیمی علاوه بر داشتن تخصص‌های بیشتر، مهارت‌های ارتباطی مؤثرتری را فراهم می‌کند. کار تیمی سبب می‌شود که تجارب افراد به یکدیگر منتقل شود. در کار تیمی همه سیستم رشد می‌کند و به درکی جدید از کار و ارتباطات می‌رسد. این مورد از جمله مهم‌ترین فواید کار تیمی است، زیرا انعطاف‌پذیری به‌شدت افزایش می‌یابد و می‌توان در

باشگاه‌داری، مربیگری و تولید تجهیزات ورزشی لزوم آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینانه به‌ویژه برای دانشجویان رشته‌های علوم ورزشی ضروری است. در حال حاضر در دروس ارائه‌شده در دانشگاه‌ها الزامی برای درس‌های مرتبط با کارآفرینی ورزشی وجود ندارد. با آموزش تفکر کارآفرینی و همچنین آموزش مهارت‌های لازم در جهت کارآفرینی ورزشی انتظار می‌رود که بتوان کسب‌وکارهای ورزشی را توسعه داد. به‌طور کلی با توجه به مقوله‌های شناسایی‌شده در این پژوهش، پیشنهاد می‌شود نهادهای مدیریتی در برنامه‌ریزی‌های خود به‌منظور توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش به عوامل ارتباطات، کار تیمی، دانش عملی و آموزش توجه ویژه‌ای داشته باشند.

بازار و پاسخ به نیازهای موجود می‌تواند از جمله دانش‌های عملی در حوزه کسب‌وکار قلمداد شود. به هر ترتیب داشتن آگاهی و دانش درباره کاری که قرار است برای اولین بار در یک منطقه انجام گیرد، می‌تواند به برنامه‌ریزی بهتر و در نتیجه عملکرد بهتر منجر شود.

در رتبه چهارم عوامل زمینه‌ای که می‌تواند پیامد توسعه کسب‌وکارهای نوین در ورزش را کنترل و کمک کند، مقوله آموزش است. نادریان جهرمی و پژوهان (۱۳۹۹) (۶) و رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) (۱۷) نیز به نتایج مشابهی در زمینه اهمیت آموزش در توسعه کارآفرینی ورزشی رسیدند. در فرایند جهانی شدن ورزش و وجود استانداردهای جهانی در بسیاری از مشاغل مانند

#### منابع و مأخذ

1. Zarghami, H., Jafari, M., Akhavan, P. The study of relationship between creativity and motivation for innovation in research organizations (case study: Research center of Intelligent Signal Processing (RCISP)). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 2012; 1(4): 37-64. (in persian).
2. azimi delarestaghi, A., razavi, S., Boroumand, M. Identifying the Effective Context Conditions of Strategic Entrepreneurship Deployment in Sports Business. *Sport Management and Development*, 2019; 7(4): 70-87. doi: 10.22124/jsmd.2019.3253. (in Persian).
3. akbari asl hasouni K, Badri Azarin Y, Khodadadi M R. The Developmental Analysis of The Business of The Iranian Soccer Premier League. *new trends in sport management*, 2020; 8 (28) :147-158. (in Persian).
4. Ghorbani M H, Safari Jafarloo H R. A Model for Development of Sport Careers in Iran. *new trends in sport management*, 2021; 8 (31) :55-72. (in Persian).
5. Ramezanezhad, R., Malek akhlagh, E., Boroumand, M., Hematinezhad, M., Razavi, S. Analysis of physical education and sport sciences graduates' employment and their position in Iran based on strategic position and action evaluation matrix (SPACEM). *Sport Management and Development*, 2013; 2(1): 1-19. (in Persian).
6. naderian Jahromi M, Pazhouhan F. An Analysis of the Role of Teaching Entrepreneurship in Employing Sport Sciences Graduates. *New trends in sport management*. 2021; 8 (31) :125-137. (in Persian).

7. Niazy P, Nazari R, azimzade M. Developing the Model of Sustainable Development of Sport Entrepreneurship in Iran from the Perspective of Strategic Thinking Based on the Grounded Theory. 3. 2020; 8 (29) :87-103. (in Persian).
8. Perić, M., Vitezić, V., & Badurina, J. Đ. (2019). Business models for active outdoor sport event tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100561.
9. Ratten V. Sport Startups: What are They?. In *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship 2020* Oct 30. Emerald Publishing Limited.
10. Proman M. The future of sports tech: Here's where investors are placing their bets. Retrieved March. 2019;22:2020.
11. Pierce D. Analysis of sport sales courses in the sport management curriculum. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 2019 Jun 1;24:17-29.
12. Rossi L, Breuer C, Feiler S. Determinants of non-profit sports clubs' perceived competition from commercial sports providers. *Sport Management Review*. 2020 Aug 1;23(4):736-49.
13. Ahonen A. Entrepreneurial growth in elite team sport SME's in Finland. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*. 2019 Mar 11.
14. Neila, B., & Fayrouz, B. (2017). Political Connections and Debt Access: The Case of Tunisian. *International Journal of Economics and Financial*. Vol. 7, No. 3, pp. 180-185.
15. Khademian, Z. Teamwork Training in Healthcare Delivery System: A Review of the Literature. *Sadra Medical Journal*, 2017; 5(3): 173-186. (in Persian).
16. Wang L, Jiang W, Zhang H, Lin H. Leader information seeking, team performance and team innovation: Examining the roles of team reflexivity and cooperative outcome interdependence. *Information Processing & Management*. 2020 Nov 1;57(6):102343.
17. Ramzaninejad, R., Boroumand, M., ahmadi, F. (2019). 'Entrepreneurship Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sport', *Contemporary Studies On Sport Management*, 8(16), pp. 29-40. (in persian). doi: 10.22084/smms.2019.17945.2288
18. Wang Y, Huang Q, Davison RM, Yang F. Role stressors, job satisfaction, and employee creativity: The cross-level moderating role of social media use within teams. *Information & Management*. 2021 Apr 1;58(3):103317.

## Background Factors Affecting the Creation of New Businesses in the Country's Sports: A Qualitative Study

Ali Asgharpour Golfazani<sup>1</sup> - Mohammadreza Esmailzade Ghandhari\*<sup>2</sup> - Behzad, Divkan<sup>3</sup> - Masood, Taheri Lari<sup>4</sup>

1. PhD Candidate Islamic Azad University, Mashhad Branch Assistant Professor of Sport Management, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
2. Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education And Sport Science, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
3. Assistant Professor of Sport Management, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
4. Assistant Professor of Sport Management, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

(Received:2021/4/28;Accepted:2021/8/2)

### Abstract

The aim of the present study was to determine the Background Factors affecting the Create of new businesses in the country's sports, which was done by qualitative studies derived from the Straus and Corbin models. The statistical sample of this study was experts and experts in the field of sports management and sports business, who were selected in a targeted manner and snowball, and the sample size was chosen considering the assumption of theoretical saturation. The data collection tool in this study was semi-structured open interviews. Data collection and analysis were performed simultaneously with interpretative analysis, and then, using three coding methods including open, central and selective coding, the main and abstract categories were identified. Four categories of communication, teamwork, practical knowledge and training were identified as underlying categories affecting new businesses. Finally, the main categories were analyzed by experts using hierarchical analysis and the results showed that the category of communication was the most effective and the category of education were the least important underlying factors influencing the creation of new businesses in sports. It is suggested that in order to help create new businesses in sports, universities should interact with industry and professional sports and require business-related courses to be practiced in universities.

### Keywords

Background Factors, New Businesses, Sports Business, Qualitative Study.

---

\* Corresponding Author:Email: reza\_ismaeelzadeh@yahoo.com, Tel:+989153062310