Shenakht Journal of Psychology and Psychiatry
Vol .11 / No.1 /2024
Page: 132-151

Compilation and validation of a questionnaire of cognitive-social and cultural components related to entrepreneurial capacity in the health center of Kurdistan region of Iraq

Ribaz Rahim Mohammad[1], Jafar Barki Moghadam[2], Habib Mohammad Puriqini[3], Hamid Janani.[4]

1- PhD student in sports management, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.
2- Assistant Professor of Physical Education Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran(Corresponding Author). E-mail: barghi@iaut.ac.ir
3- Assistant Professor of Physical Education Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran
4-Assistant Professor of Physical Education Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Received: 14/05/2023 **Accepted:** 24/03/2024

Abstract

Introduction: In order to meet the economic needs and also to create new businesses, one should use entrepreneurial capacities.

Purpose: The purpose of the present study was to develop and validate a questionnaire of cognitive-social and cultural components related to entrepreneurial capacity.

Method: The statistical population in the qualitative section included professors and experts in the field at the beginning, and finally the interviews were elites and experts in the field of entrepreneurship and sports entrepreneurship. The sample size in this research was equal to 17 people based on the theoretical saturation index, they were experts in the field of exercise and physical education, as well as clients of health and sports centers. Based on this, 370 people were selected as samples. The measurement tool was an open interview and was analyzed based on three stages of open, central and selective coding. and analyzed with Maxqda software. In the quantitative part, the research tool included a questionnaire extracted from the codes of the qualitative part, which was analyzed with Smart PLS software

Findings: Based on data analysis, 63 primary concepts, 14 main categories were identified. The identified components include attracting financial resources, cognitive and legal infrastructure, creating demand for sports, specialized teams in entrepreneurship, education, institutionalizing the culture of sustainable development, improving environmental factors, using entrepreneurial capacities, promoting and promoting entrepreneurship for Creating entrepreneurial capacity was economic factors, social factors, cultural, political-cognitive and structural factors.

Conclusion: Based on the results of the present study, social, cognitive and cultural factors lead to the successful modeling of entrepreneurship in the society and facilitate the processes of starting a business.

Keywords: entrepreneurial capacities, cognitive-social components, health centers.

Rahim Mohammad R, Barki Moghadam J, Mohammad Puriqini H, Janani H. Compilation and validation of a questionnaire of cognitive-social and cultural components related to entrepreneurial capacity in the health center of Kurdistan region of Iraq. Shenakht Journal of Psychology and Psychiatry 2024; 11 (1) :132-151
URL: http://shenakht.muk.ac.ir/article-1-2238-fa.html
Copyright © 2018 the Author (s). Published by Kurdistan University of Medical Sciences. This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Non Commercial License 4.0 (CCBY-NC), where it is permissible to download, share, remix, transform, and buildup the work provided it is properly cited. The work cannot be used commercially without permission from the journal.

مجله روانشناسی و روانپزشکی شناخت
سال :یازدهم شماره : ۱، ۱۴۰۳
صفحات: ۱۵۱-۱۳۲

تدوین و اعتباریابی پرسشنامه مؤلفه‌های شناختی–اجتماعی و فرهنگی مرتبط با ظرفیت کارآفرینانه در مرکز سلامت اقلیم کردستان عراق

ریباز رحیم محمد[۱]، جعفر برقی مقدم [۲]، حبیب محمدپوریقینی [۳]، حمید جنانی.[۴]

۱. دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۲. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران .(نویسنده مسئول) barghie@iaut.ac.ir
۳. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۴. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران .

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۲۴ **تاریخ پذیرش مقاله:** ۱۴۰۳/۰۱/۰۵

چکیده

مقدمه: برای رفع نیازهای اقتصادی و همچنین ایجاد کسب‌وکارهای جدید باید از ظرفیت‌های کارآفرینی استفاده کرد.

هدف: هدف پژوهش حاضر تدوین و اعتباریابی پرسشنامه مؤلفه‌های شناختی-اجتماعی و فرهنگی مرتبط با ظرفیت کارآفرینانه بود.

روش: جامعه آماری در بخش کیفی شامل اساتید و خبرگان حوزه در ابتدا قرار گرفت و در نهایت مصاحبه ها از نخبگان و صاحب‌نظران در حوزه کارآفرینی و کارآفرینی ورزشی بودند. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۷ نفر بود، کارشناسان حوزه ورزش و دانشجویان رشته تربیت بدنی و همچنین مشتریان مراکز سلامت و ورزش بودند. بر این اساس ۳۷۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری مصاحبه باز بود و بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد؛ و با نرم‌افزار Maxqda تحلیل شد. در بخش کمی ابزار پژوهش شامل پرسشنامه مستخرج از کدهای بخش کیفی بود که با نرم افزار Smart PLS تجزیه‌وتحلیل شد.

یافته‌ها: بر مبنای تحلیل داده‌ها ۶۳ مفهوم اولیه، ۱۴ مقوله اصلی شناسایی شد. مؤلفه‌های شناسایی شده شامل جذب منابع مالی، زیرساخت‌های شناختی و حقوقی، تقاضا سازی برای ورزش، گروه‌های تخصصی در کارآفرینی، آموزش، نهادینه کردن فرهنگ توسعه پایدار، بهبود عوامل محیطی، استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینانه، ترویج و ارتقا کارآفرینی برای ایجاد ظرفیت کارآفرینی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، سیاسی-شناختی و ساختاری بود.

نتیجه‌گیری: بر اساس نتایج مطالعه حاضر عوامل اجتماعی، شناختی و فرهنگی منجر به الگوسازی موفق کارآفرینی در جامعه و تسهیل فرآیندهای راه‌اندازی کسب‌وکار می‌گردد.

کلیدواژه ها: ظرفیت‌های کارآفرینانه، مؤلفه‌های شناختی-اجتماعی، مراکز سلامت.

تمامی حقوق نشر برای دانشگاه علوم پزشکی کردستان محفوظ است.

مقدمه

ورزش به عنوان بخش، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است (محمد کاظمی و امیدی،۱۳۹۰)، ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی تعریف کرد (شریفی فر ومحدیان، ۱۳۹۶) ورزش صنعت رو به رشد و گسترده‌ای است و از نظر جهانی ارزش آن ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده و توجه تمام جهان را به خود جلب کرده است (مندعلی زاده، احسانی و هنری،۱۳۹۵). امروزه صنعت ورزش برای همه حکومت‌ها اهمیتی دو چندان یافته است، چرا که در استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبود اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می‌شود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح می‌توان به این اهداف دست پیدا کرد؛ به عبارت دیگر، امروزه صنعت ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره مطرح است؛ لذا لزوم تبیین عوامل مؤثر بر رشد و توسعه این ابزار می‌تواند در نیل به اهداف و سیاست‌های راهبردی کشورها مؤثر واقع شود (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). این اعتقاد وجود دارد که کارآفرینی ورزشی باید ظرفیت‌های موجود در ورزش را شناسایی کند و با کشف فرصت‌ها از آن‌ها برای خلق فعالیت‌های سودآور اقتصادی بهره ببرد (رمضانی نژاد، برومند و احمدی، ۱۳۹۷). پارادایم جهانی شدن و نیازهای اقتصاد دانش بنیاد و فناوری‌های ارتباطی جدید، همه نهادها را شدیداً تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. انتقال از یک جامعه مدرن به پسامدرن، اهمیت انطباق نهادها با محیط و ضرورت مهندسی مجدد ساختار سازمانی را مورد تأکید قرار داده تا نهادهای مختلف بتوانند در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور مشارکت کنند. در حقیقت ایجاد ثروت در قلب کارآفرینی و مدیریت استراتژیک قرار دارد (هورانسبی و همکاران[1]، ۲۰۱۸). کارآفرینی پدیده‌ای چندوجهی با معانی و تعاریف گوناگون است. شومپیتر کارآفرینی را موتور توسعه اقتصادی و نوآوری در ارائه «ترکیبات نوین» در پنج بعد محصولات جدید، تکنولوژی‌های جدید، بازارهای جدید، مواد خام جدید و روش‌های جدید ساماندهی امور معرفی کرده و معتقد بود که ثروت زمانی ایجاد می‌شود که همه چیز تغییر می‌کند، چه از طریق معرفی یک دارایی یا یک محصول جدید، یک روش تولید جدید، باز کردن یک بازار جدید و یا ایجاد یک سازمان جدید. در گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی(۲۰۱۸)[2] پدیده کارآفرینی به عنوان هر نوع تلاش برای ایجاد یا مدیریت کسب‌وکار جدید (حتی خود اشتغالی) یا توسعه کسب‌وکار موجود توسط فرد یا گروه یا سازمان تعریف شده است. سازمان‌های برتر دنیا با تجربیات موفق خود در این زمینه نشان داده‌اند که توسعه‌ی علم، تکنولوژی، محصول، تجاری سازی و موفقیت در بازار از طریق کارآفرینی منجر به موفقیت در عصر رقابت می‌شوند. سیگل و رایت[3] (۲۰۱۵)، الحارثی[4] (۲۰۱۴)، نیز معتقدند که با توجه به نقش و اهداف در حال تغییر سازمان‌ها، به نقطه‌ای رسیده‌ایم که کارآفرینی سازمانی ضرورتی اجتناب‌ناپذیراست. محققان بسیاری آدریچ و دیگران[5] (۲۰۱۴)؛ هانون[6] (۲۰۱۳)؛ گوئررو و

[1] Hornsby et al
[2]. Global Entrepreneurship Watch Report. (GEWR)
[3] Cigel & Rayet
[4] ALharesi
[5] Adrich et al
[6] Hanon

اوربانو[1] (۲۰۱۵)؛ کایربای[2]، (۲۰۱۱)؛ معتقدند که به طور کلی فعالیت محوری سازمان‌ها ورزشی در جهان به عنوان آموزش و پرورش تعریف شده است؛ اما اخیراً سازمان‌های ورزشی برای انطباق با شرایط خارجی و مشروعیت بخشیدن به نقش خود در اقتصاد، تحولاتی درونی را ایجاد کرده‌اند تا به نوع جدیدی از سازمان‌های ورزشی به نام سازمان‌های ورزشی کارآفرین تبدیل شوند (به نقل از گومز[3]، ۲۰۱۶). پژوهشگران داخلی همچون، کیخا (۱۳۹۷)؛ حسن زاده و خدابنده بایگی، (۱۳۹۷)؛ غلامرضایی و نخلی برزکی (۱۳۹۷)؛ وکیلی (۱۳۹۷)؛ حاجی پور (۱۳۹۸)؛ سمیعی و همکاران (۱۳۹۷)؛ نادری و همکاران (۱۳۹۳)؛ فارسی و همکاران (۱۳۹۳)؛ عزیزی نژاد و همکاران (۱۳۹۳)؛ یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۹۳)؛ نقش کارآفرینی سازمان‌های ورزشی را در توسعه همه‌جانبه مهم دانسته و آن را هدف تحقیقات خود قرار داده‌اند. موضوع اشتغال و دستیابی افراد به شغل مورد نظر از اساسی‌ترین نیازهای یک جامعه است. مطالعات نشان می‌دهد که طی سال‌های اخیر وضعیت بیکاری در ایران رو به افزایش بوده و زمینه‌ساز نابهنجاری‌های زیادی شده است (براتی و همکاران، ۱۳۹۶). ربیعی (۱۳۹۴) وزیر وقت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حاشیه همایش بین‌المللی مهارت‌آموزی و اشتغال بیان کرد که ۴۰ درصد از بیکاران دانش‌آموخته دانشگاه هستند). در این خصوص انتظاریان (۱۳۹۰) بیان کرد که با فارغ‌التحصیلی حدود چهار میلیون دانشجو از دانشگاه‌های کشور، در سال‌های آتی تعداد فارغ‌التحصیلان بیکار افزایش می‌یابد (رستم زاده، ۱۳۹۳). می‌توان گفت که تجربه کشورهای پیشرفته و صنعتی، گویای این نکته اساسی است که این کشورها در نخستین گام توسعه خود نگاهی ویژه همراه با برنامه‌ریزی‌های دقیق در رابطه با فارغ‌التحصیلان خود داشته‌اند و ضمن توسعه همه‌جانبه صنعتی و علمی، توانسته‌اند با برنامه‌ریزی دقیق خود معضلات و مشکلاتی نظیر بیکاری را حل نمایند (قربانی و وحدانی، ۱۳۹۵). با این تفاسیر نیاز به یک برنامه استراتژیک انکارناپذیر است و برای تدوین برنامه جامع نیازمند بررسی مبانی و عوامل اثرگذار بر اشتغال از سه جنبه یعنی جامعه، آموزش عالی و خود فرد هست. از طرفی امروز ورزش به عنوان صنعتی رو به توسعه در جهان مطرح شده که افزایش فرایندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدید شده است. ورزش یکی از بخش-هایی است که در ایران و مشابه بسیاری از کشورهای توسعه یافته کاملاً پتانسیل این را دارد که از نظر بازار کار برای فارغ التحصیلان توسعه یابد؛ لذا باید فرصت‌های شغلی نامحدودی در این رشته ایجاد شود که هم باعث اشتغال افراد و هم باعث افزایش سطح سلامت جامعه شود در همین راستا، بسیاری از پژوهشگران کارآفرینی یکی از مهم‌ترین زمینه‌های کارآفرینی را، امور ورزشی می‌دانند (براتی و همکاران، ۱۳۹۶)؛ اما باید توجه کرد که توسعه کارآفرینی نیازمند آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی است. به این معنی که کارآفرینی با در نظر گرفتن ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مستلزم برنامه‌ریزی و اتخاذ رویکردهای راهبردی است (گوسنس و همکاران[4]، ۲۰۱۸). دستاوردها و فرصت‌های شغلی فراوانی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد؛ به عبارتی افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادهای ورزشی، در حال ایجاد

[1] Gorero & Urbano
[2] Kayerbai
[3] Gomez
[4] Gosens et al

تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است (دانشگاه جیمز کوک[1]، ۲۰۰۹). با این‌حال می‌توان گفت که کارآفرینی، به منظور رشد و نمو در جوامع، نیازمند وجود فرهنگ خاصی است (سیمونز و هارنسبی[2]، ۲۰۱۴) و نتایج پژوهش-های مختلف نیز حاکی از لزوم داشتن دید همه جانبه به مسئله کارآفرینی است. در این خصوص گستردگی کارکرد کارآفرینی در حوزه‌های متعدد علمی و اجتماعی منجر به ظهور نظریه‌پردازان و شکل‌گیری تئوری‌ها و نظریات اقتصادی، رفتاری، مدیریتی، اجتماعی و اخیراً منجر به شکل‌گیری نظریه اکوسیستم کارآفرینی[3] شده است (خوشکاب و رستگار، ۱۳۹۲). چرا که دیگر تنها تشویق یکسری از افراد به سمت کارآفرینی و حمایت مراکز رشد برای ترویج کارآفرینی کافی نیست و باید پذیرفت توسعه کارآفرینی در کشور نیازمند نگاه سیستمی مسئولان به کارآفرینی است (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی ورزشی نیز به عنوان رویکرد نوین و مشارکت کننده در جهت توسعه پایدار جوامع در نظر گرفته شده است، چراکه کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته ای داشته باشد، علاوه در این کارآفرینی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند. از طرفی کارآفرینی در ورزش می‌تواند با در نظر گرفتن محیط رقابتی در برنامه‌های ورزشی، توسعه باشگاه‌ها، ساخت اماکن ورزشی و تجهیزات ورزشی در جهت کمک به سلامت جامعه و پایداری و استمرار کسب و کارها ورزشی نقش مهمی داشته باشد. مشخصه اصلی کارآفرینی ورزشی، نوآوری، خطرپذیری و پیش فعالی است که کار آفرینان ورزشی، همانند مالکان کسب‌وکارهای ورزشی، بازیکنان و ستارگان دنیای ورزش و حتی دولت‌ها در این فرایندها درگیرند؛ بنابراین کارآفرینی در حیطه ورزش، سطوح مختلفی از افراد، سازمان و گروه‌ها را در برمی‌گیرد؛ بنابراین نه تنها ادامه حیات کارآفرینی و نهادینه شدن آن می‌تواند به توسعه اقتصادی کشورها منجر شود، بلکه پایداری کارآفرینی می‌تواند آسیب‌های اجتماعی را به حداقل برساند و این امر میسر نمی‌شود مگر آنکه محیط مساعدی برای این اهداف در نظر گرفته شود و این محیط با در نظر گرفتن نقش سازمان‌ها و نهادها به عنوان تسهیل کننده و هسته اصلی برنامه‌ریزی اهمیت بسیاری دارد؛ که در نهایت موجب می‌گردد که ظرفیت‌های کارآفرینی مشخص گردد و طبق این ظرفیت‌ها مسئولین و مدیران برای جذب سرمایه و کارآفرینی تصمیمات مناسب را اتخاذ نمایند و باعث بقا و استمرار سازمان‌های ورزشی شوند. در این رابطه افشاری‌پور و همکاران (۱۴۰۰)، پژوهشی با عنوان ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی انجام دادند، نتایج تحقیق نشان داد که مقدار T شرایط علی بر ظرفیت کارآفرینی ۰/۶۴، شرایط زمینه ای بر راهبردها ۴۷/، شرایط مداخله‌گر بر راهبردها ۰/۴۰، ظرفیت کارآفرینی بر راهبردها ۰/۵۶ و راهبردها بر پیامدها ۰/۷۱ تأثیر معناداری را دارند؛ بنابراین پیشنهاد می شود با ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان ورزشی و ارائه وام‌های کم‌بهره و بازپرداخت بلند مدت کسب و کارهای جدیدی راه اندازی شود. کریس هوویت[4] (۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان نقش میانجی مدیریت کارآفرینی در ارتباط با ظرفیت و

[1] James Cook University
[2] Simmons & Hornsby
[3] OECD
[4] Cric Houit

همکاری کارآفرینانه از دیدگاه متخصصان، تأثیر مدیریت کارآفرینی را بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی تائید و بر نقش میانجی آن تأکید کردند. ژانگ و همکاران[1] (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان صنعت ورزش و رشد اقتصادی به این سؤال که کشورهای در حال توسعه در محیط بازار جهانی چه کاری باید انجام دهند، این گونه پاسخ داده است که مسیرهای توسعه جهانی در ابعاد و نظریات متفاوت عرضه می‌شود و راه‌حل‌ها نیز متفاوت خواهد بود هیدوک و والکر[2] (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشه راهبردی ابعاد بازار کارآفرینی ورزش به عوامل تأثیرگذار خدمات، فروش، ارتباطات نیازهای مصرف‌کنندگان، بازی‌ها، فناوری رسانه و خرده‌فروشی‌ها پرداختند. از سوی دیگر تضعیف اقتصاد جهانی صنعت ورزش را تحت تأثیر خود قرار داده است و راه‌حل گریز از این مشکل استفاده از ظرفیت‌های پیش روی کارآفرینی را یادآور می شود.

از این‌رو با توجه به ظرفیت های متعدد کارآفرینی و اشتغال‌زایی در ورزش ایران با تحلیل ساختاری و راهبردی و الگوی تقسیم کار ملی و بین سازمانی با رویکرد نوین اکوسیستمی، توسعه اشتغال و کارآفرینی فراگیر و پایدار فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی محقق می گردد. علاوه بر این، این رشته در سال‌های اخیر شاهد رشد فزاینده‌ای از باب گرایش‌ها بوده است، به گونه‌ای که فرصت‌های زیادی برای تحصیل برای مشتاقان فراهم می‌آورد. از آنجایی که مسائل مرتبط با پدیده‌های اجتماعی بر اساس دیدگاه جامعه شناسان، از سه سطح کلان، میانی و خرد تقسیم شده است؛ بنابراین پرداختن به مسائل در صورتی که بتوانند در سه سطح کلان، میانی و خرد مسائل را مورد تجزیه‌وتحلیل قرار دهند از وجاهت علمی و کاربردی برخوردار است. در این پژوهش سعی خواهد شد که این امر نیز مد نظر قرار گیرد. با توجه به این‌که اقلیم کردستان یک مرکز نوپا است و به دلیل آسیب‌های که در دوران حکومت قبلی عراق دیده است هنوز نتوانسته است به خودکفایی لازم برسد. از طرفی وجود ظرفیت‌های مناسب طبیعی، ذخایر زیر زمینی و وجود منابع انسانی مناسب و تحصیل کرده بخصوص در حوزه علوم ورزشی و در نهایت وجود سرمایه گذاران در این منطقه ظرفیت‌های مناسبی برای سرمایه‌گذاری در همه حوزه‌ها بخصوص ورزش به وجود آورده است. ازاین‌رو سازمان‌های ورزشی با بهره‌گیری از این شرایط می‌توانند بسترهای لازم برای کسب‌وکارهای مناسب به وجود آوردند و بسترهای کارآفرینی را فراهم نمایند.

با بررسی مطالعات انجام شده به نظر می‌رسد، در شرایط فعلی به دلایل متعدد مانند بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و از دیگر سو خیل تازه واردان به عرصه‌ی کار، بیکاری به یک معضل بزرگ اقتصادی اجتماعی تبدیل شده است. از این رو پژوهش حاضر می‌خواهد به این سؤال پاسخ دهد که تدوین و اعتباریابی پرسشنامه مؤلفه‌های شناختی-اجتماعی و فرهنگی مرتبط با ظرفیت کارآفرینانه در مرکز سلامت اقلیم کردستان عراق چگونه است؟

یافته ها

روش تحقیق با توجه به هدف تحقیق آمیخته که شامل دو روش تحقیق کیفی و کمی است. جامعه آماری شامل دو بخش بود. اساتید و خبرگان حوزه در ابتدا قرار گرفت و در نهایت مصاحبه‌ها از نخبگان و صاحب‌نظران در حوزه

[1] ZHng et al

[2] Haiduk & Valker

کارآفرینی و کارآفرینی ورزشی بودند. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی[1]، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۷ نفر بود. هنگامی که اشباع نظری رخ می‌دهد محقق نمی‌تواند اطلاعات بیشتری را به موارد قبلی اضافه کند و محقق شاهد الگوهای تکراری داده‌ها خواهد بود در این وضعیت نمونه-گیری خاتمه می‌یابد چرا که نمونه‌های بیشتر به بسط تحقیق و تبیین بیشتر آن کمکی نمی‌کنند. همچنین در این تحقیق جمع‌آوری اطلاعات به شکل کتابخانه‌ای و میدانی انجام گرفت. برای گردآوری اطلاعات ابتدا ادبیات و پیشینه تحقیق با استفاده از کتب، مجلات، پایان‌نامه‌های مربوط، آیین‌نامه و اسناد مرتبط و سایت‌های اینترنتی مورد بررسی قرار گرفت. پس از تهیه راهنمای مصاحبه به نمونه آماری مراجعه شد و داده‌های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه‌های باز جمع‌آوری شد

علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (۲۰۱۴) که در جدول شمارهٔ ۱ به آن اشاره شده، استفاده شد. (اسکینر، ادواردز و کوربت[2]، ۲۰۱۴).

جدول ۱- روش‌های اطمینان از روایی

روش‌های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشت‌های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت، توسط محقق و یک همکار (دانشجوی دکتری) آشنا به موضوع مورد پژوهش
چک کردن با مشارکت‌کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه شوندگان در خصوص نتایج
مثلث سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص بازاریابی در حوزه ورزش که در مراحل انجام پژوهش حضور داشته و از آگاهی مناسبی در خصوص این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی محاسبه شد

در جدول شمارهٔ ۲ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدهای که به ثبت رسیده است معادل ۴۱ کد، تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۱۶ است. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش معادل ۷۸ درصد است؛ لذا، با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بوده و می-توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبهٔ کنونی مناسب است.

[1]. Non probability

[2]. Skinner, Edwards & Corbett

جدول ۲- محاسبه پایایی

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای موردتوافق	کدهای عدم توافق	پایایی
۱	۴	۱۰	۴	۲	۰/۸۰
۲	۹	۱۵	۶	۳	۰/۸۰
۳	۱۲	۱۶	۶	۴	۰/۷۵
جمع		۴۱	۱۶	۹	۰/۷۸

سرانجام جهت تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در مرحله کیفی از تحلیل روایت استفاده شد. لازم به ذکر است کلیه تحلیل-های آماری با کمک نرم‌افزار Maxqda نسخه ۲۰ انجام گرفت.

جامعه آماری پژوهش در بخش کمی کارشناسان حوزه ورزش و دانشجویان رشته تربیت‌بدنی و همچنین مشتریان مراکز سلامت و ورزش بودند. برای تعیین حجم نمونه در مرحله کمی از نرم‌افزار SPSS Sample Power استفاده شد. با استفاده از این روش حجم نمونه برابر با ۳۷۰ نفر برآورد گردید که ۳۷۰ پرسشنامه در بین جامعه آماری پخش و جمع‌آوری گردید. همچنین در بخش کمی تحقیق از پرسشنامه استفاده شد سؤالات این بخش بر اساس الگوی برآمده از مرحله کیفی پژوهش به دست آمد. نوع امتیاز-دهی به این پرسشنامه بر اساس طیف ۵ ارزشی لیکرت بود. همچنین پرسشنامه از ۵ مؤلفه اصلی عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تشکیل شده بود؛ و در ادامه جهت اعتباریابی الگوی مطلوب مدل مورد نظر از مدل‌سازی معادلات ساختاری رویکرد تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. به این منظور از نرم‌افزار Smart PLS بهره گرفته شد.

یافته‌های بخش کیفی

در این بخش کدهای استخراج شده و مؤلفه‌های مربوط به هر یک از آن‌ها در اعتباریابی پرسشنامه ظرفیت کارآفرینانه در مرکز سلامت و ورزش اقلیم کردستان عراق ارائه خواهد شد. به گونه‌ای که پس از تجزیه و تحلیل صورت گرفته این امکان وجود دارد تا به سؤالات اصلی و فرعی مطرح شده پاسخ داده شود.

کدگذاری باز

در جدول شماره ۳، نحوه کدبندی سطح اول (اولیه) و سطح دوم (متمرکز) با عنوان درک معنای اعتباریابی پرسشنامه ظرفیت کارآفرینانه در مرکز سلامت و ورزش اقلیم کردستان عراق آمده است. به موجب نتایج این جدول، با تحلیل متن مصاحبه‌ها و پس از مفهوم‌پردازی در مرحله کدبندی باز، ۸۴ مفهوم اولیه (سطح اول) و ۲۰ مقوله عمده (سطح دوم) شناسایی شد.

جدول ۳- کدبندی اولیه و کد محوری

محوری	کد اولیه	بار عاملی	سطح معناداری
جذب منابع مالی	شناخت روش ها و تکنیک های سرمایه گذاری مالی	۰/۶۲	۰/۰۰۱
	ایجاد تناسب با سیاست های پولی و مالی	۰/۶۰	۰/۰۰۱
	بهتر شدن روش‌های تأمین مالی	۰/۶۳	۰/۰۰۱
	جذب درآمدهای مردمی	۰/۶۳	۰/۰۰۱
زیرساخت‌های حقوقی و قانونی	ایجاد زیرساخت‌های حقوقی و قانونی برای سرمایه‌گذاران	۰/۶۵	۰/۰۰۱
	ایجاد حمایت‌های قانونی در حوزه خدمات و دارایی‌های معنوی در ورزش	۰/۵۴	۰/۰۰۱
	شناسایی دلالان ورزشی و برخورد با آن‌ها	۰/۶۵	۰/۰۰۱
	ایجاد مکانیسم‌های تنبیه و توبیخ برای مدیران ورزشی	۰/۵۲	۰/۰۰۱
تقاضا سازی برای ورزش	نهادینه‌سازی فرهنگ ورزش	۰/۵۸	۰/۰۰۱
	ایجاد انگیزه	۰/۶۵	۰/۰۰۱
	آگاه‌سازی از فواید ورزش	۰/۶۴	۰/۰۰۱
گروه‌های تخصصی در کارآفرینی	ایجاد گروه‌های متخصص در ورزش و کارآفرینی	۰/۶۳	۰/۰۰۱
	شایسته سالاری و انتخاب متخصصین	۰/۵۵	۰/۰۰۱
	استفاده از افراد تحصیل کرده در رشته کارآفرینی	۰/۵۸	۰/۰۰۱
آموزش	برگزاری کلاس‌های آموزشی	۰/۶۴	۰/۰۰۱
	مهارت پروری برای کارآفرینی	۰/۴۹	۰/۰۰۱
	بستر سازی برای آموزش	۰/۶۵	۰/۰۰۱
	نیاز به سرفصل های آموزش	۰/۶۲	۰/۰۰۱
نهادینه کردن فرهنگ توسعه پایدار	مسئولیت در برابر نسل‌های آینده	۰/۶۵	۰/۰۰۱
	امانت‌دار بودن برای منابع آیندگان	۰/۵۳	۰/۰۰۱
	ضربه وارد نکردن به محیط زیست	۰/۵۳	۰/۰۰۱
	ارائه معیارهای توسعه پایدار توسط مدیران ورزشی	۰/۶۳	۰/۰۰۱
	توزیع متوازن منابع با نگاه پایداری	۰/۴۸	۰/۰۰۱
بهبود عوامل محیطی	ابتکارات دولت برای کاهش الزامات اداری شرکت‌های تازه تأسیس	۰/۴۷	۰/۰۰۱
	رفع موانع پیش روی انتقال کسب‌وکارها	۰/۵۲	۰/۰۰۱
	انتخاب خط مشی رسمی با هدف تسهیل فرایند شروع کسب‌وکارها و ایجاد ظرفیت-های مناسب کسب‌وکار در حوزه ورزش	۰/۴۲	۰/۰۰۱
	بهبود وضعیت زمان، هزینه شروع یک کسب‌وکار جدید	۰/۶۸	۰/۰۰۱
استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینانه	وجود ایده‌های تجاری	۰/۴۷	۰/۰۰۱
	استفاده از دانش فنی در حوزه کارآفرینی	۰/۷۴	۰/۰۰۱
	رفع موانع حقوقی و قانونی برای ایجاد کارآفرینی ورزشی در اقلیم	۰/۷۷	۰/۰۰۱
	استفاده از افراد خبره و کارشناس برای ایجاد ظرفیت‌های کارآفرینانه در حوزه ورزش در اقلیم کردستان	۰/۷۱	۰/۰۰۱
ترویج و ارتقا کارآفرینی برای	تخصیص قسمتی از بودجه ورزش اقلیم کردستان به ترویج فعالیت‌های کارآفرینی	۰/۴۷	۰/۰۰۱
	ایجاد نگرش کارآفرینی در افراد	۰/۵۲	۰/۰۰۱

ایجاد ظرفیت کارآفرینی	به‌کارگیری رسانه‌های گروهی از طریق دولت مرکزی اقلیم برای ترویج کارآفرینی در حوزه ورزش	۰/۴۶	۰/۰۰۱
	ارائه مستندات و اطلاعاتی که باعث کارآفرینی شده از سوی دولت	۰/۷۷	۰/۰۰۱
	ایجاد ارزش‌آفرینی فردی در پاسخ به نیازهای ورزش اقلیم	۰/۷۰	۰/۰۰۱
	ارائه تسهیلات و پاداش ویژه از سوی حکومت اقلیم کردستان به ایده‌ها و خلاقیت‌ها	۰/۴۹	۰/۰۰۱
عوامل اقتصادی	ایجاد امکان دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی	۰/۷۰	۰/۰۰۱
	وجود سرمایه کافی	۰/۷۳	۰/۰۰۱
	امکان فروش محصولات و خدمات ورزشی	۰/۷۷	۰/۰۰۱
	وجود نیروی کار فعال	۰/۵۲	۰/۰۰۱
	وجود نیروی کار ارزان	۰/۴۲	۰/۰۰۱
	معافیت‌های مالیاتی از مشاغل کارآفرین در حوزه ورزش	۰/۶۰	۰/۰۰۱
	ایجاد بسترهای دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز	۰/۶۳	۰/۰۰۱
عوامل شناختی-اجتماعی	حمایت و تشویق نهادهای حکومت مرکزی اقلیم	۰/۶۳	۰/۰۰۱
	وجود روحیه تعاون و همکاری اجتماعی در اقلیم کردستان	۰/۷۶	۰/۰۰۱
	حمایت‌های بیمه‌ای از کارآفرینان ورزشی	۰/۵۵	۰/۰۰۱
	ایجاد الگوسازی موفق کارآفرینی در جامعه	۰/۵۵	۰/۰۰۱
عوامل فرهنگی	فرهنگ‌سازی در زمینه استفاده از خدمات مبتنی بر کارآفرینی	۰/۵۱	۰/۰۰۱
	فرهنگ سازی در راستای افزایش اعتماد مردم نسبت به خدمات و محصولات مبتنی بر کارآفرینی	۰/۶۵	۰/۰۰۱
	ارتقای سطح فرهنگ استفاده از فضای مجازی در راستای ثروت آفرینی	۰/۷۱	۰/۰۰۱
	معرفی نمونه‌های موفق کارآفرینی برای الگو برداری سایرین	۰/۶۱	۰/۰۰۱
	فرهنگ سازی در مورد مزایای کارآفرینی به عنوان شغل خانگی	۰/۶۵	۰/۰۰۱
عوامل سیاسی	ثبات سیاسی در اقلیم کردستان	۰/۶۱	۰/۰۰۱
	ارتقای سطح روابط بین‌المللی برای افزایش دامنه فروش محصولات و خدمات مبتنی بر کارآفرینی	۰/۵۵	۰/۰۰۱
	وجود گرایش‌های سیاسی حامی فعالیت‌های مبتنی بر کارآفرینی	۰/۴۱	۰/۰۰۱
عوامل ساختاری	کاهش و حذف قوانین و مقررات زائد	۰/۵۴	۰/۰۰۱
	شفاف سازی فرایندهای مورد نیاز برای کارآفرینی	۰/۵۵	۰/۰۰۱
	تسهیل دریافت مجوزهای لازم برای کارآفرینی	۰/۷۶	۰/۰۰۱
	فراهم آوردن بستر مناسب برای تبلیغات آسان در زمینه محصولات و خدمات تولیدشده به وسیله کارآفرینی	۰/۵۵	۰/۰۰۱
	فراهم آوردن بستر مناسب برای فعالیت موسسه‌های مشاوره در جهت افزایش موفقیت کارآفرینی	۰/۵۵	۰/۰۰۱
	تدوین و اجرای قوانین لازم در جهت تثبیت حق مالکیت فکری برای ایده‌های کارآفرینی	۰/۵۱	۰/۰۰۱
	تأسیس شرکت‌های مجری برای پیاده‌سازی ایده‌های مبتنی بر کارآفرینی	۰/۵۲	۰/۰۰۱

یافته‌های بخش کمی

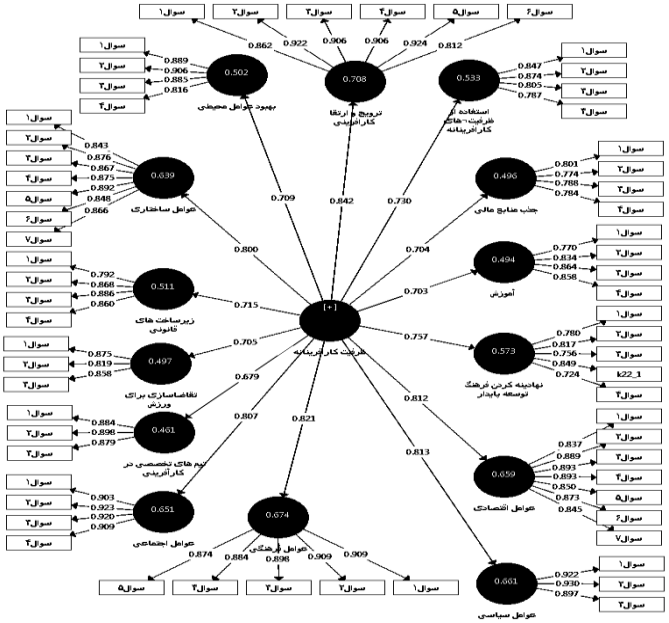
یافته‌های کمی تحقیق در بخش اطلاعات توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی نشان داد ۵۲/۲٪ از نمونه آماری متأهل و ۴۷/۸٪ از نمونه آماری مجرد بوده‌اند. همچنین ۹/۸٪ از نمونه آماری دارای سن کمتر از ۳۰ سال، ۴۲/۷٪ از نمونه آماری دارای سن بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۴۲/۳٪ از نمونه آماری دارای سن ۴۱ تا ۵۰ سال و ۵/۲٪ از نمونه آماری دارای سن بالاتر از ۵۰ سال بودند. میزان تحصیلات ۶/۴٪ از نمونه آماری فوق دیپلم، ۴۲/۷٪ کارشناسی، ۴۲/۹٪ کارشناسی ارشد و ۸/۴٪ دکتری بود.

بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان (سازه) و متغیر آشکار (شاخص) مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص می‌کند. هرچه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند (داوری و همکاران، ۱۳۹۷). اگر بار عاملی کمتر ۰/۳ باشد ضعیف است و از آن صرف نظر می شود. بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد بسیار مطلوب است (کلینی و همکاران[1]، ۲۰۱۴). همان گونه که در جدول شمارهٔ سه مشاهده می‌شود، در مدل پژوهش، تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی پرسش-ها بیشتر از (۰/۵) است. جدول ۳ بارهای عاملی (λ) را برای هریک از معرف‌ها (متغیرهای آشکار) نشان می‌دهد. مقادیر بارهای عاملی گویه های تحقیق بالاتر از آستانه (مقدار قابل انتظار) ۰/۳ قرار دارند. بر این اساس، اعتبار همگرایی در متغیرهای مذبور برقرار است. همچنین مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی نیز از مقدار پیشنهادی ۰/۷ بزرگتر بودند به علاوه تمامی مقادیر میانگین واریانس استخراج شده بالای استاندارد پیشنهادی بود و از مقدار حداقلی ۰/۵۰ تخطی کردند. بر این اساس می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش از برازش قابل قبولی دارد (هنسلر و همکاران[2]، ۲۰۰۹).

زمانی که یک سازه بزرگ خود از چند متغیر پنهان تشکیل شده باشد، از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم استفاده می‌شود. در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم علاوه بر بررسی رابطه متغیرهای مشاهده‌پذیر با متغیرهای پنهان، رابطه متغیرهای پنهان با سازه اصلی خود نیز بررسی می‌شود.

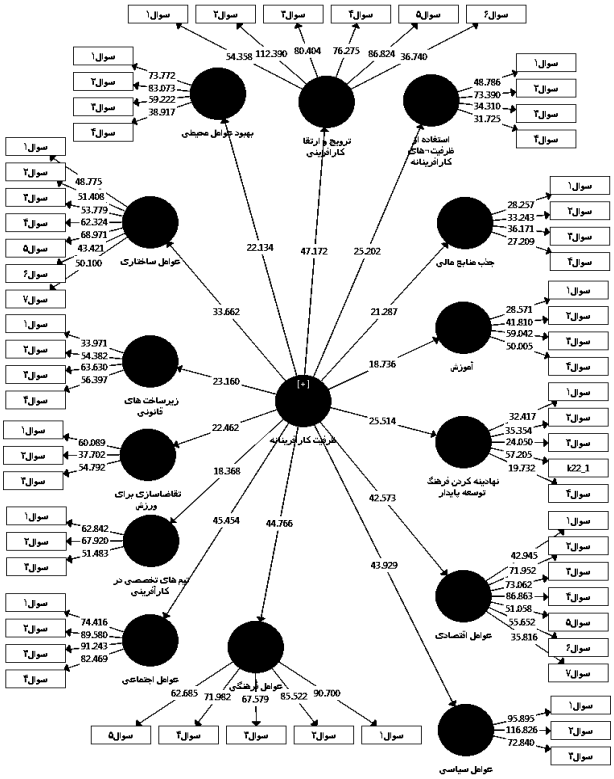
[1] Kelini et al

[2] Henseler et al



شکل (۱): مدل اندازه‌گیری پرسشنامه ظرفیت کارآفرینانه در مرکز سلامت و ورزش اقلیم کردستان عراق (حالت معناداری)

با توجه به مقادیر شکل (۱)، تمامی ضرایب معناداری t از ۱/۹۶ بیشتر هستند که این امر معنادار بودن رابطه بین گویه-ها و سازه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۵ نشان می‌دهد.



شکل (۲): مدل اندازه‌گیری پرسشنامه ظرفیت کارآفرینانه در مرکز سلامت و ورزش اقلیم کردستان عراق (حالت استاندارد)

همچنین شـــکل (۲) بارهای عاملی (λ) را برای هریک از معرف‌ها (متغیرهای آشـکار) نشـان می‌دهد. بنا بر نتایج به دست آمده مقدار بارهای عاملی متغیرهای آشکار از نقطه برش ۰/۴ و مقدار آماره تی آن‌ها نیز از نقطه برش ۱/۹۶ بزرگتر بود (P<۰/۰۵).

در ادامه روایی همگرا، واگرا و پایایی سازه‌های مدل عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینانه در ورزش اقلیم کردستان عراق محاسبه شده که نتایج آن به شرح زیر است.

جدول (۴): ضرایب پایایی سازه‌های متغیر عوامل مؤثر بر ظرفیت کارآفرینانه در ورزش اقلیم کردستان عراق

خرده مقیاس	آلفای کرونباخ	پایایی همگون rho	پاپایی ترکیبی	روایی همگرا
زیرساخت های قانونی	۰/۸۷۴	۰/۸۷۶	۰/۹۱۴	۰/۷۲۶
آموزش	۰/۸۵۱	۰/۸۵۳	۰/۹۰۰	۰/۶۹۳
استفاده از ظرفیت های کارآفرینانه	۰/۸۴۸	۰/۸۵۶	۰/۸۹۸	۰/۶۸۷
بهبود عوامل طبیعی	۰/۸۹۷	۰/۹۰۰	۰/۹۲۹	۰/۷۶۶
ترویج و ارتقا کارآفرینی	۰/۹۴۷	۰/۹۴۸	۰/۹۵۸	۰/۷۹۱
تقاضا سازی برای ورزش	۰/۸۰۹	۰/۹۴۸	۰/۹۵۸	۰/۷۲۴
گروه‌های تخصصی در کارآفرینی	۰/۸۶۵	۰/۸۶۶	۰/۹۱۷	۰/۷۸۷
جذب منابع مالی	۰/۷۹۵	۰/۷۹۶	۰/۸۶۷	۰/۶۱۹
عوامل اجتماعی	۰/۹۳۴	۰/۹۳۵	۰/۹۵۳	۰/۸۳۵
عوامل اقتصادی	۰/۹۴۶	۰/۹۴۷	۰/۹۵۶	۰/۷۵۵
عوامل ساختاری	۰/۹۴۵	۰/۹۴۵	۰/۹۵۵	۰/۷۵۱
عوامل سیاسی	۰/۹۰۵	۰/۹۰۶	۰/۹۴۰	۰/۸۴۰
عوامل فرهنگی	۰/۹۳۸	۰/۹۳۸	۰/۹۵۳	۰/۸۰۱
نهادینه کردن فرهنگ توسعه پایدار	۰/۸۴۵	۰/۸۵۳	۰/۸۹۰	۰/۶۱۹

مقادیر گزارش شده در جدول (۴) نشان از تائید پایایی و روایی همگرای متغیرهـای تحقیق دارد. در ادامـه برای بررســـی میزان افتراق مشـــاهده پذیره های متغیر پنهان از روش فورنل و لارکر استفاده شد.

جدول (۵): ماتریس جدول روایی واگرا به روش فورنل و لارکر سازه‌های پژوهش

خرده مقیاس	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
زیرساخت‌های قانونی	۰/۸۵۲												
آموزش	۰/۶۸۶	۰/۸۳۲											
استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینانه	۰/۷۰۲	۰/۷۸۶	۰/۸۲۹										
بهبود عوامل طبیعی	۰/۶۸۷	۰/۶۴۳	۰/۷۵۵	۰/۸۷۵									
ترویج و ارتقا کارآفرینی	۰/۴۶۷	۰/۴۴۲	۰/۴۶۹	۰/۴۶۶	۰/۸۹۰								
تقاضا سازی برای ورزش	۰/۷۹۹	۰/۶۸۷	۰/۷۳۱	۰/۷۴۶	۰/۴۵۲	۰/۸۵۱							
گروه‌های تخصصی در کارآفرینی	۰/۷۲۰	۰/۷۵۷	۷۲۹	۰/۶۶۵	۰/۴۵۰	۰/۷۸۷	۰/۸۸۹						
جذب منابع مالی	۰/۷۷۳	۰/۶۷۳	۰/۷۰۹	۰/۶۴۲	۰/۴۰۳	۰/۷۲۶	۰/۶۲۸						
عوامل شناختی - اجتماعی	۰/۳۵۶	۰/۳۱۹	۰/۳۶۴	۰/۳۵۰	۰/۸۴۲	۰/۳۲۲	۰/۲۷۷	۰/۹۱۴					
عوامل اقتصادی	۰/۳۵۷	۰/۳۴۵	۰/۳۶۳	۰/۳۵۴	۰/۷۵۱	۰/۳۱۲	۰/۳۴۹	۰/۸۶۷	۰/۸۶۹				
عوامل ساختاری	۰/۳۷۵	۰/۳۵۸	۰/۳۶۹	۰/۳۷۴	۰/۸۱۴	۰/۳۷۳	۰/۳۲۹	۰/۷۷۳	۰/۷۲۹	۰/۸۶۷			
عوامل سیاسی	۰/۳۵۵	۰/۳۴۷	۰/۳۵۱	۰/۳۵۹	۰/۷۲۸	۰/۳۲۷	۰/۲۸۸	۰/۸۷۷	۰/۸۲۶	۰/۸۳۳	۰/۹۱۷		
عوامل فرهنگی	۰/۳۵۴	۰/۳۳۳	۰/۳۵۶	۰/۳۵۸	۰/۷۶۵	۰/۳۳۱	۳۰۲	۰/۳۸۱	۰/۸۶۰	۰/۸۰۸	۰/۹۰۲	۰/۸۹۵	
نهادینه کردن	۰/۶۶۳	۰/۷۹۶	۰/۷۶۹	۰/۷۴۷	۰/۴۶۹	۰/۶۸۹	۰/۶۸۴	۰/۳۸۰	۰/۴۰۸	۰/۴۳۵	۰/۴۲۰	۰/۴۲۱	۰/۷۸۷

مطابق با ماتریس بالا، مقادیر قطر اصلی تمامی سازه‌ها از مقدار همبستگی آن با سایر سازه‌ها بیشتر است که این امر روایی واگرای مناسب و برازش خوب مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

بحث

امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه شمرده می‌شود. توسعه و گسترش موفقیت‌های کارآفرینان یکی از راهکارهای اساسی برای رسیدن به توسعه پایدار است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹). پژوهش فوق با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد ظرفیت کارآفرینانه در ورزش اقلیم کردستان عراق به انجام رسیده است. آنچه قابل بیان است روش مورد کاربرد در این تحقیق است که از نظریه داده بنیاد با رویکرد گلیزر استفاده گردیده است. با استناد به نتایج به دست آمده از مطالعه کیفی، زیرساخت های حقوقی و قانونی، شرایط اقتصادی از عوامل مؤثر بر ایجاد ظرفیت‌های کارآفرینانه است. یکی از مهم‌ترین این مسائل وجود ثبات در اقتصاد است؛ وجود پول و توزیع سرمایه در توسعه مؤسسات ورزشی، تفریحی کوچک ایجاد می‌کند (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۴).

یکی دیگر از عوا مل که ظرفیت کارآفرینا نه در اقلیم کرد ستان را ایجاد می‌کند، ایجاد فرهنگ تو سعه پایدار و ایجاد تقاضا برای ورزش و عواملی ازاین‌دست است که می‌تواند باعث شود افراد به حوزه ورزش روی بیاورند به سرمایه‌گذاری در این بخش روی بیاورند و اینکه ایجاد شغل نمایند که افراد متعددی در این بخش به فعالیت‌های کسب‌وکار بپردازند؛ لذا لازم است که مسئولین بسترهای لازم برای ایجاد تقاضا را فراهم آورند. از این رو دلفانی و همکاران (۱۳۹۷) در اولو یت‌بندی موانع تأثیر گذار بر کارآفرینی در بخش خصوصی از دیدگاه فارغ‌التحصیلان نشان می‌دهد که وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر، اداری وجود برخی قوانین بیمه‌ای و شفاف نبودن مقررات قانونی مانعی در ایجاد و توسعه وا حد های تولیدی و بنگاه‌های کوچک بخش خصوصی است که عنوان می‌کند در مورد قوانین و مقررات و ارائه خدمات و تسهیلات به کارآفرینان بازنگری و شفاف سازی صورت پذیرد. پیشنهاد می‌شود یکی از این قوانین که حقوق مالکیت معنوی ا ست به خوبی تدوین و اجرا شود؛ حقوق مالکیت معنوی برای نوآوری‌ها و اختراعات که شامل ثبت اختراع علائم تجاری و طرح‌های ثبت شده است؛ این کار نشان دهنده حمایت از کارآفرین است. اگر زیرساخت‌های قانونی و حقوقی در زمینه‌های متفاوت در کشور ایجاد شود سرمایه گذار رغبت برای سرمایه گذاری در کشور خواهد داشت.

نهادینه کردن فرهنگ توسعه پایدار یکی از مقوله‌های دیگر بود که شناسایی شد. نظر به اینکه انسان برخلاف ماشین و صنعت تربیت پذیر و اهل اندیشه است با سرمایه‌گذاری در بعد فرا مادی وی که همانا اخلاق ا ست می‌توان او را به سمت‌وسوی دلخواه راهنمایی کرد و با درونی ساختن ارزش‌های اخلاقی رونق جامعه را به طور عام و فرهنگ را به طور خاص شاهد باشیم (فنی و همکاران، ۱۳۹۵) مقولهٔ مرکزی دیگر این مدل ایجاد تقاضا برای ورزش است افزایش رو به رشد توجه مردم به ورزش علاقه و تو جه به تماشاگران ورزش به عنوان مصرف‌کنندگان افزایش یافته است و سازمان‌های ورزشی علاقه‌مند به جذب حداکثر ممکن مشتریان برای خرید محصولات و خدمات هستند (رضوی محمودآبادی و همکاران، ۱۳۹۵). اگر برای چیزی که عرضه می‌شود تقاضایی وجود نداشته باشد، کسب‌وکار ادامه نخواهد یافت؛ بنابراین وجود تقا ضا بسیار حیاتی ا ست و تقا ضا را

می‌توان ایجاد کرد. برای ایجاد تقاضا باید مخاطبان از عرضه کالا و خدمات آگاهی داشته باشند و علاوه بر این نیاز از محصول یا خدمت در آن‌ها احساس شود.

در ادامه، مقایسه مبانی اطلاعاتی برآمده از تحقیق با سایر پژوهش‌های مرتبط، هدفمندی و اعتبار یافته‌های تحقیق را تحلیل و تائید خواهد نمود. مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود از پیامدهای کارآفرینی پایدار، به کاهش هزینه های درمانی، پیشگیری از ناهنجاری های اجتماعی، بهبود گردش مالی، اشتغال‌زایی و رغبت در ایجاد کسب‌وکار رسیده‌اند؛ و عنوان کرده‌اند حمایت‌های دولتی و تغییر نگاه به سمت‌وسوی کارآفرینی می‌تواند زمینهٔ ایجاد رغبت در عموم را به منظور راه اندازی کسب‌وکارهای ورزشی افزایش دهد؛ علاوه بر این کارآفرینی نه تنها خود می‌تواند ابعاد اقتصادی داشته باشد، بلکه دربرگیرنده اهداف اجتماعی نیز است. میرصفیان در سال ۱۳۹۵ در پژوهش خود اذعان می‌کند در حال حاضر از جمله مؤثرترین عوامل محدودکننده کارآفرینی کارکنان در سازمان‌های ورزشی کشور سبک رهبری مدیران است و مواردی مانند شایسته‌سالاری، تفویض اختیار به کارکنان خلاق و نوآور را از مؤلفه‌های مهم مدیریتی و لازمه کارآفرینی می‌داند که این موارد با مفاهیم استخراج شده این پژوهش همخوانی دارد

در ادامه نتایج به دست آمده نشان داد که ترویج و ارتقا کارآفرینی یکی از عوامل مهم در بهبود ظرفیت کارآفرینی در ورزش اقلیم کردستان است. ترویج حوزه‌ای از خط مشی کارآفرینی بوده که نیازمند توجه بیشتر به دلیل نقش حیاتی آن در ایجاد یک فرهنگ حمایتی از کارآفرینی است که موجب تغییر نگرش ها شده و مؤلفه انگیزش را در چارچوب کارآفرینی تحت تأثیر قرار می‌دهد. ترویج شامل هر نوع فعالیت عمومی و کلی هماهنگ با تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه است که با یافته‌های استیون[1] (۲۰۰۵) ساکداری و برگرز (۲۰۱۸) همخوان است. ساکداری و برگرز[2] (۲۰۱۸) در پژوهش خود مشخص کرد که عوامل ترویج و ارتقا کارآفرینی تأثیر بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی تأیید و نقش میانجی دارد. روسیه و کشورهای اروپای شرقی، در جهت بهبود وضعیت اقتصادی خود استراتژی ترویج و ارتقا و، چین استراتژی بهبود محیط کسب‌وکار را انتخاب کرد. همچنین مقایسه تطبیقی سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی در کشورهایی شامل استرالیا تایوان ایالات متحده، کانادا، فنلاند، ایرلند، اسپانیا، هلند، سوئد و انگلستان نشان می‌دهد ابعاد سیاست‌های توسعه کارآفرینی را می‌توان در شش گروه طبقه‌بندی کرد که مهم‌ترین عامل این شش گروه ترویج و ارتقاء کارآفرینی بود که با یافته‌های این پژوهش همخوان است (هیدوک و والکر ۲۰۱۸) بررسی آزمون فرضیات نشان داد که عوامل، شناختی عوامل تنظیمی، عوامل نهادی فرصت ها بهبود محیط، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی از عوامل مهم در بهبود ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش است. همان‌طوری که بیان شد امروزه تقویت ظرفیت کارآفرینی به‌منظور افزایش عوامل شناختی، عوامل تنظیمی، عوامل، نهادی فرصت‌ها در ورزش ضروری است تا آن‌ها به‌طور اثربخش وارد فرآیند کارآفرینی شده و با به کارگیری فرآیندها و فنّاوری‌های نوین سیاست‌ها و استراتژی‌های جدید بتوانند مشاغل و ایده‌های جدیدی را به مشتریان ارائه نمایند که این نتایج هم‌سو با نتایج تحقیقات محققان پیشین از جمله

[1] Stiun

[2] Sakdari & Bargrz

ادمیک و سیمنکا (۲۰۱۶) ساکداری و برگرز (۲۰۱۸)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) است. در مسیر توسعه کارآفرینی نیاز است تا ظرفیت‌هایی در این خصوص ایجاد گردد. محیط پیرامون شامل جنبه های فرهنگی، اقتصادی اجتماعی و سیاسی نقش مهمی در شکل‌گیری و بهره‌برداری از ظرفیت های کارآفرینی دارد. الیزابس و همکاران[1] (۲۰۲۰)، اشاره داشتند که جنبه‌های محیطی نقش مهمی در بهبود وضعیت کارآفرینی دارد. هیندلی و همکاران[2] (۲۰۱۹) نیز اشاره داشتند که در جهت بهبود وضعیت کارآفرینی در ورزش می‌بایستی مسائل فردی و محیطی به صورت همزمان مدنظر قرار گیرد به نظر می‌رسد ترویج و ارتقا کارآفرینی نیازمند بهره‌گیری از مسائل مهمی در حوزه های فردی و غیر فردی دارد؛ به عبارتی ترویج و ارتقا کارآفرینی خروجی سرمایه‌گذاری در حوزه‌های اجتماعی اقتصادی، فردی محیطی، نهادی و شناختی است، به طور کلی نتایج این پژوهش نشان می دهد که مدل به کار گرفته شده در پژوهش حاضر این عوامل بر توسعه ظرفیت کارآفرینی را به خوبی پیش‌بینی می‌کند و به دولت و مسئولین کشور کمک می‌نماید تا با شناسایی این عوامل شرایط را به نحوی مهیا نمایند که افراد بیش‌ازپیش به کارآفرینی تمایل نشان دهند و مستقل از دولت در اقتصاد کشور نقش ایفا کنند؛ لذا تقویت ظرفیت کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصاد کشور، راه‌گشای بسیاری از مشکلات اقتصادی حال حاضر جامعه خواهد بود همچنین پژوهش ها حاکی از آن است که ایران به لحاظ قانون گذاری در صنعت ورزش به ویژه سیاست‌های توسعه و ساختار ورزش با ضعف‌های بسیاری روبه‌رو است نتایج پژوهش های مختلف در زمینه های اقتصادی و مالی نشان داده که در صنعت ورزش اقلیم کردستان شفافیت وجود ندارد و تأمین منابع مالی بیشتر از بخش های دولتی صورت می‌گیرد و کارآفرینی نقش بسیار محدودی در آن دارد از سوی دیگر، امروزه صنعت ورزش به عنوان یکی از بزرگترین ظرفیت‌های کسب‌وکار و دارای سریع‌ترین رشد در بین صنایع شناخته شده است. مطالعات نشان داده است که از سال (۲۰۰۹) تا (۲۰۱۴) صنعت ورزش در دنیا هر ساله به طور متوسط هفت درصد رشد داشته است که این مقدار رشد از متوسط نرخ رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها بالاتر است. بررسی‌های انجام شده بیانگر این است که صنعت ورزش در سال (۲۰۱۴)، حدود ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد داشته است و حدود یک در صد از کل تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص داده است. این آمار و ارقام نشان از اهمیت روبه رشد صنعت ورزش دارد. از منظری دیگر، منحصر به فرد بودن ورزش با در نظر گرفتن گسترش کارآفرینی در صنایع و سازمان ها، فرصت های پویایی را برای کارآفرینان فراهم کرده است. فرصت‌هایی که یا شناخته نشده‌اند و یا پتانسیل افراد در استفاده از چنین ظرفیت‌هایی همراستا نبوده است.

در تحقیق حاضر عوامل اجتماعی و عوامل اقتصادی به عنوان زیربنای بهبود ترویج و ارتقا کارآفرینی مشخص گردید. پراسیتیو و کیستانی[3] (۲۰۲۰) اشاره داشتند که جنبه‌های اقتصادی سبب تسهیل کارآفرینی می‌گردد. الیزابس و همکاران (۲۰۲۰) نیز مشخص نمودند که جنبه های اقتصادی می‌تواند به بهبود ظرفیت‌های کارآفرینی می‌گردد. از طرفی رودریگوئزلوپز و سوتو[4] (۲۰۲۰) اشاره داشتند که مسائل اجتماعی به واسطه تسهیل

[1] Elizabes et al
[2] Hindel et al
[3] Prositiv and Kistani
[4] Rodriguez Lopez and Soto

ارتباطات بین فردی می تواند زمینه بهبود کارآفرینی را فراهم نماید با این توجه می‌توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات پراسیتیو و کیستانی،(۲۰۲۰) الیزابس و همکاران (۲۰۲۰) و رودریگوئزلوپز و سوتو (۲۰۲۰) همسو است. به نظر می‌رسد جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی سبب می‌گردد تا بستر اولیه جهت بهبود کارآفرینی ایجاد گردد به صورتی که مسائل اقتصادی به واسطه دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی داشتن سرمایه کافی امکان فروش محصول تولیدی وجود نیروی کار فعال وجود نیروی کار ارزان، دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز و معافیت‌های مالیاتی از مشاغل جدید در ورزش می‌تواند به بهبود شرایط حاکم بر کارآفرینی در صنعت ورزش منجر گردد. از طرفی عوامل اجتماعی فرهنگ مشوق اجتماعی برای کارآفرینی، حمایت و تشویق نهادهای دولتی وجود روحیه تعاون و همکاری، اجتماعی حمایت‌های بیمه ای از کارآفرین، الگوسازی موفق کارآفرینی در جامعه، آموزش‌های دانش‌افزایی و مهارتی تخصصی و تسهیل فرآیند های راه اندازی کسب‌و کار در ادارات برای کارآفرینان برگزاری کلاس‌های کارآفرینی سبب گردد تا حمایت‌های معنوی از کارآفرینی شکل می‌گیرد و این مسئله منجر به بهبود ظرفیت کارآفرینی در اقلیم کردستان می‌گردد. از بعدی دیگر، ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی 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؛ بنابراین فعالیت‌های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت‌های درون ورزش نیز هستند، این ظرفیت‌ها شامل ظرفیت‌های محیطی پیرامونی ورزش اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزش و محیط حاکم کارآفرین هستند. پژوهش‌های متعددی ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگونی بررسی کرده‌اند در محتوای این پژوهش‌ها ابعاد متعددی دیده می‌شود، این ابعاد شامل وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش ظرفیت تأسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی، ظرفیت آموزش‌ها و مهارت‌آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش، معلولان ظرفیت رسانه و ورزش و غیره نام برد. در واقع این ظرفیت‌ها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده است که بر اساس آن با این مقدمه و تفسیر این پژوهش به دنبال بررسی ظرفیت های موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به دنبال بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش. است در اینجا پیشنهادهایی در خصوص توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی ارائه می‌شود که اگر این پیشنهادها عملی شود به طور یقین توسعه کارآفرینی به مطلوبیت خواهد رسید.

نتیجه‌گیری

در پایان به این نکته اشاره می شود که نیاز جامعه ورزش و بازار کار به منابع انسانی کارآمد و کارآفرین ایجاب می‌کند که در کشور در جهت تربیت و آموزش افراد، گام‌های بزرگ و مثبتی برداشته شود. برای رسیدن به چنین اهدافی در تربیت و آموزش نیروی انسانی و تزریق آن به بازار کار، بخش تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و سازمان‌های ورزشی باید به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی صورت

پذیرد که هماهنگی منسجم و مناسب بین آنچه که آموخته می شود با نیازهای جامعه ورزش و فراگیران به وجود آید و تأکید نظام آموزشی عالی به انتقال صرف اطلاعات و منابع تخصصی حرفه‌ای به دانشجویان بدون در نظر گرفتن سایر قابلیت‌ها برای فرد کارآفرین که برای نیل به موفقیت در بیرون از دانشگاه به آن نیازمندند معقول و منطقی به نظر نمی‌رسد.

سپاسگزاری

در پایان ضروری است که از تمامی بزرگوارانی که در انجام پژوهش حاضر نقش داشته و در بهبود وضعیت مقاله اثرگذار بوده‌اند، تشکر فراوان داریم. همچنین در مورد اصالت مقاله حاضر باید بیان کرد که مقاله مورد نظر مستخرج از رساله دکترای مدیریت ورزشی آقای ریباز محمد رحیم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز است.

Refrenses:

Afshari Pour, N., Hakak Zadeh, M., & Razaghi, M. E. (2021). An Entrepreneurial
Capacity Model in Iran's Sports Industry with a Combination of Design Approaches.
Strategic Studies on Youth and Sports, 20(53), 193-212. (Persian).

Fanni, M. A., Hadian, I., & Samadi, A. H. (2016). An Evaluation of the Structure of Iran’s Economy based on Sustainable Development Approach. Strategic Studies Quarterly, 19(71), 7-42. (Persian).

Fanni, M. A., Hadian, I., & Samadi, A. H. (2016). An Evaluation of the Structure of Iran’s Economy based on Sustainable Development Approach. *Strategic Studies Quarterly*, *19*(71), 7-42. (Persian).

Mohamadkazemi, R., Zaffarian, R., khodayari, A., & Javadinia, M. (2014). Identifying Entrepreneurial Business Opportunities in Sports Industry with an IT Approach. Journal of Entrepreneurship Development, 7(1), 95-112. (Persian).

mondalizade, Z., ehsani, M., & honari, H. (2016). Developing Sustainable Entrepreneurship Model in Sport Based on the Grounded Theory. Sport Management Journal, 8(5), 709-725. (Persian).

Adamik, A., &Szymańska, K. (2016). Thebtechnological entrepreneurship capacity and partnering as elements of an open culture of small and medium-sized enterprises: Case study of Poland. In Entrepreneurship, Business and Economics-Vol. 1 (pp. 103-114). Springer, Cham.

Al harthy,S,H. (2014). Entrepreneurial University and The Entrepreneurial ENVIRONMENT: Environment Organizational

Barati, A., Yavari, E., & Sharif, H. (2017). Identification of Priority Indicators for Assessment of Entrepreneurship Ecosystems for Implementation in Iran. *Iranian journal of management sciences*, *12*(45), 41-60. (Persian).

Danaifard, H., Elwani, M., Azar, A. (2018). Qualitative research methodology in management: a comprehensive approach. Tehran: Ishraghi Publications, Safar. (Persian).

rostamzadeh P, sadeghi H, assari A, yavary K.(2015). The Effect of Government Investment inSports on Economic Growth in Iran. QJER; 14 (4) :177-210. (Persian) .

Rezaei, S., Salehipour, M. (2018). Analysis of Effective Factors in Development of Iran Sport Industry using Grounded Theory Approach. Human Resource Management in Sports, 6(1), 89-107. (Persian).

Razavi Mahmoodabadi, M.; Hero Tabrizi, K; Zarei Mahmoodabadi, m. (2015). "Identifying and ranking factors affecting
entrepreneurship in sports with a coherent approach of multi-criteria analysis and Cape Land". Journal of sports management and movement behavior, vol. 23, pp. 113-130. (Persian).

Ramzaninejad, R., Boroumand, M. R., & ahmadi, F. (2019). Entrepreneurship Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sport. Contemporary Studies On Sport Management, 8(16), 29-40. (Persian).

Salimi, M., Soltan Hosseini, M., & Naderian Jahromi, M. (2015). The Evaluation of Iran’s Sport Marketing Development Obstacles. Sport Management Studies, 7(29), 13-36. (Persian).

Analisis and Policy Considerations. A thesis submitted to The University of Manchester for the degree of Doctor of Philosophy in the Faculty of Humanities.

Audretsch, D.B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. J. Technol. Transfer, 39 (3), 313–321

Cris Houis, F. (2021). Entrepreneurial universities and the development of regional societies: A spatial view of the Europe of knowledge. In OECD. (2021). Higher Education Management and Policy. Special Issue: Entrepreneurship, 17(3), 65–90.

Elizabeth, C., Popoola, B. A., & Popoola, O. O. (2020). The influence of entrepreneurial training, access to finance, entrepreneurial capacity, entrepreneurial atmosphere o youth entrepreneurship. African Journal of Business and Economic Research, 15(1), 81-107.

Gosens, J. & et al. (2018). "The limits of academic entrepreneurship: Conflicting expectations about commercialization and innovation in China's nascent sector for advanced bio-energy technologies". Energy Research & Social Science, 37, pp: 11-1.

Guerrero, M. Urbano, D. & Cunningham, J, A. (2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United KingdomArticle in Research Policy, 44, 748–764.

Hannon, P,D.(2013). Letter from Academia Why is the Entrepreneurial University Important?, Journal of Innovation Management ,1, (2) 10-17.

Hayduk, T., & Walker, M. (2018). Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal, 14(3), 705-724.

Hayduk, T., & Walker, M. (2018). Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship. International Entrepreneurship Management Journal, 14(3), 705-724.

Hornsby, J.S. & et al. (2018). "Entrepreneurship Everywhere: Across Campus, Across Communities, and Across Borders". Journal of Small Business Management, 56, pp: 10-4.

Kirby,D.A.Guerrero,M.Urbano,D.(2011).Making universities more entrepreneurial: Development of a model. Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration, 28(3), 302-316.

Kreuger, L., & Neuman, W. L. (2006). Social work research methods: qualitative and quantitative approaches: with Research Navigator. Pearson/Allyn and Bacon.

Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality & sustainable economic growth. Entrepreneurship and Sustainability Issues, 7(4), 2575-2589.

Rodríguez-López, Á. & Souto, J. E. (2020). Empowering entrepreneurial capacity: training, innovation and business ethics. Eurasian Business Review, 10(1), 23-43.

Sakhdari, K., & Burgers, J. H. (2018). The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view. International Entrepreneurship and Management Journal, 14(4).

Siegel, D, S. & Wright. M. (2015). Academic Entrepreneurship: Time for a Rethink? British Journal of Management, 26(4).

Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). Research methods for sport management. Routledge.

Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T. Y., &Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues an challenges. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 19(2), 110-126.