

تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی در ایران

تقی عاشوری^{۱*}، مرتضی دوستی پاشا^۲، سیده‌محمدحسین رضوی^۳، ابوالحسن حسینی^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران.

۲. دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران.

۳. دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران.

۴. استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه مازندران.

تاریخ دریافت: (۹۵/۰۸/۰۳) تاریخ پذیرش: (۹۵/۰۹/۰۶)

Content Analysis of Sport Entrepreneurial Researches in Iran

T. Ashori^{1*}, M. Dosti Pasha², Seyed M. H. Razavi³, A.H. Hoseini⁴

1. Ph.D candidate of Sport Management, University of Mazandaran.

2. Associate Professor in Sport Management, University of Mazandaran .

3. Associate Professor in Sport Management, University of Mazandaran .

4. Assistant professor in Bussines Management University of Mazandaran .

Received: (2016/Oct/24)

Accepted: (2016/Nov/26)

Abstract

This paper studies content analysis of sport entrepreneurship researches in Iran.

Research method was Quantitative and based on content analysis with a descriptive-analytic approach to describe and evaluate target population. The number of population is equal to the sample included, 96 paper published in scientific journals and Sport entrepreneurship in Iran. That is up to the end of 2015. Published researches were in the Journal of Sport Management from university of Tehran with 17 papers. In most papers, economic and sociological aspects of entrepreneurship are the main issues. The research models, in most studies (86.5%) have been used; Groups and national (26%) level of analysis is the dominant sport entrepreneurship research. And many studies on staffs, experts and executives Administration (Sports and Youth) provinces and cities, board, staff and sports federations (20%) have taken place. More research, cross-sectional data (85.5%) with the questionnaire (77%) and then use longitudinal data are less common. Also, 55% were nation-wide studies mainly by two or three authors (70.75%) were published and (43.5%) had at least one woman writer. From the perspective of the research, entrepreneurship researches in Iran have an eminent growth since 2011.

Entrepreneurship researches not only should identify existing problems, limitations and past trends in the world of business and sport, but also should have future approaches to identify, discover and introduce sport entrepreneurship opportunities and direct entrepreneurship toward innovation and values creation.

Keywords

Entrepreneurship, Content Analysis, Sport Entrepreneurial Researches, Iran.

چکیده

هدف از این پژوهش تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی کشور می‌باشد. روش پژوهش از نوع کمی و مبتنی بر تحلیل محتوا با رویکرد توصیفی تحلیلی برای توصیف و ارزیابی محتوای مقالات جامعه هدف می‌باشد. جامعه برابر نمونه آماری شامل، تمام مقالات منتشره درباره کارآفرینی ورزشی در نشریات علمی و پژوهشی ایران تا پایان سال ۱۳۹۴ به تعداد ۹۶ مقاله است. یافته‌ها نشان داد بیشتر پژوهش‌ها در فصلنامه‌های مدیریت ورزشی دانشگاه تهران با ۱۷ مقاله منتشر گردید. موضوع اصلی پژوهش‌ها، بیشتر جنبه‌های اقتصادی و جامعه‌شناختی کارآفرینی بود. در (۸۶/۵٪) پژوهش‌ها از روش کمی استفاده شد؛ گروه (هیأت علمی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان دانشکده‌های تربیت‌بدنی و کارآفرینان ورزشی کشور) و نیز ملی (کمیته و آکادمی ملی المپیک، وزارت ورزش و جوانان) با (۲۶٪) سطح تحلیل غالب پژوهش‌ها است و بیشتر مطالعات روی کارکنان و مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان‌ها و شهرستان‌ها، کارکنان هیأت‌ها و فدراسیون‌های ورزشی با (۲۰٪) صورت گرفت. بیشتر پژوهش‌ها از داده‌های مقطعی (۸۵/۵٪) با ابزار پرسش‌نامه (۷۷٪) انجام شد و استفاده از داده‌های طولی کمتر رایج بود. (۵۵٪) پژوهش‌ها به‌طور ملی انجام شد که بیشتر توسط دو یا سه نویسنده (۷۰/۷۵٪) منتشر گردید. (۴۳/۵٪) پژوهش‌ها حداقل دارای یک نویسنده زن بودند. روند پژوهشی، پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی، از سال ۱۳۹۰ به بعد رشد چشم‌گیری دارد. نتایج نشان داد پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی باید علاوه بر شناسایی مسائل، مشکلات و محدودیت‌های موجود و روندهای گذشته در دنیای کسب و کار و کارآفرینی، رویکردی آینده‌نگر را به منظور شناسایی، کشف فرصت‌های کارآفرینی و جهت‌دهی کارآفرینان به سوی نوآوری و خلق ارزش در ورزش هدایت کنند.

کلید واژه‌ها

کارآفرینی، تحلیل محتوا، پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی، ایران.

*Corresponding Author: Taghi Ashouri

E-mail: t.ashouri86@yahoo.com

* نویسنده مسئول: تقی عاشوری

مقدمه

پژوهش همواره سبب گسترش مرزهای دانش در حوزه‌های علمی و تکامل هر منظومه علمی مانند کارآفرینی را فراهم می‌سازد. پژوهش‌های کارآفرینی قدمتی نزدیک به چهل سال دارند و به عنوان یک حوزه علمی مهم در بین پژوهشگران زیادی مطرح‌اند (لندستروم و همکاران، ۲۰۱۲). امروزه همزمان با توجه گسترده به پژوهش‌های کارآفرینی، رشد تعداد پژوهشگران، تعداد مقالات منتشر شده، تعداد کنفرانس‌ها و مجلات علمی، متمرکز بر کارآفرینی نیز اتفاق افتاد. این‌ها به پراکندگی زیاد پژوهش‌ها و موضوعات پژوهشی منجر شد که بیشتر ناشی از عدم درک یکسان از مفهوم کارآفرینی و دیدگاه متفاوت پژوهشگران بود (برازیل و هربرت، ۱۹۹۹).

کارآفرینی به عنوان مکانیسم مهم در دستیابی به رشد اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ اوربانو و آپاریچو، ۲۰۱۶؛ پرماند و همکاران، ۲۰۱۶). اما آنچه بیش از پیش سبب حضور و ورود کارآفرینی در عرصه اقتصاد کشورهای توسعه یافته شده است، مطالعات و پژوهش‌های اولیه و مستمری است که در این زمینه صورت گرفته است. بورگل و مورای (۲۰۰۰) اذعان می‌دارند که کارآفرینی در علوم، صنایع، فعالیت‌های کسب‌وکارانه جدید و بخش‌های تکنولوژی محور امری رایج است. در دهه گذشته، بیشتر تحقیقات صورت گرفته در کارآفرینی بر روی این حوزه‌ها و محدوده بسیار ناچیزی از بخش ورزش تمرکز یافته بود. با این شرایط آیا واژه‌ای به اسم کارآفرینی ورزشی وجود دارد؟ و اگر وجود دارد به چه معنی است؟ آیا به معنی کاربرد مفهوم کارآفرینی در زمینه‌های ورزشی است؟ با تغییرات سریع در نیازها و انتظارات مشتریان، نوآوری مدام در کسب و کار برای برآورده ساختن و ارضای این نیازها و انتظارات در حال رشد، ضروری است، و کارآفرینی را برای بخش فراغت، ورزش و گردشگری حیاتی می‌سازد. با توجه به این تعریف کارآفرینی ورزشی چیست؟ تعریف کارآفرینی در زمینه ورزش این‌گونه است: استفاده فرد از دانش تخصصی - فنی (مثل مربی) و یا دانش تجاری عمومی (مثل مالک باشگاه)، قدرت نوآوری و روحیه خالق برای تولید محصولی نو در بخش ورزش، جهت تحقق بخشیدن به یک فرصت در بازار (طالب‌پور و همکاران، ۱۳۹۳).

کارآفرینی ورزشی امری است پویا و بر حوزه‌های متعددی از مدیریت همچون استراتژی کسب و کار، مدیریت بحران، توسعه ورزش‌های جدید، مدیریت عملکرد، نوآوری در تولید، استراتژی‌های ترویجی، موضوعات اجتماعی و توسعه فناوری

اثر می‌گذارد. تربیت‌بدنی به عنوان عرصه‌ای گسترده، زمینه‌های فراوانی از اشتغال را در دل خود نهفته دارد. دانش ورزش پیشرفت چشمگیری در زمینه‌های گوناگونی داشته است (شریفیان و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین کارآفرینی نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته دارد و در احیاء و توسعه اقتصاد مؤثر است (ریتولد و همکاران، ۲۰۱۶).

در کشورمان پژوهش‌های کارآفرینی ابتدا از حوزه مدیریت برخاست و به تدریج در بین گروه‌های مختلف دانشگاهی، پژوهشگران و نهادهای علمی متعددی رواج یافت. امروزه کارآفرینی حوزه‌ای است که پژوهشگران آن را به عنوان یک رشته مستقل مورد بررسی قرار می‌دهند (ساراسوئی، ۲۰۰۳). بنابراین باید به صورتی نظام‌مند، پژوهش‌های این حوزه را بررسی کرد تا درک درستی از دست آوردهای آن و همچنین نیازهای پژوهشی آینده به دست آید. پژوهش حاضر در پی آن است که با تحلیل محتوای مقالات منتشر شده در نشریات تخصصی کشور در سال‌های اخیر (سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۴) وضعیت پژوهش‌های کارآفرینی را از منظر موضوعات کلیدی و روش پژوهش مورد بررسی قرار دهد. بنابراین پژوهشگران درصدد پاسخ‌گویی به سؤالات زیر هستند.

۱. موضوعات پژوهشی مقالات مرتبط با کارآفرینی ورزشی

در مجلات علمی - پژوهشی دانشکده‌های تربیت‌بدنی

و علوم ورزشی ایران چیست؟

۲. میزان مشارکت مجلات پژوهشی در مقالات کارآفرینی

ورزشی ایران چگونه است؟

۳. چه روش‌های پژوهشی در مقالات مذکور استفاده

می‌شوند؟

۴. سطوح تحلیل در مقالات بالا چگونه طبقه‌بندی

می‌شوند؟

۵. نوع گردآوری اطلاعات در مقالات کارآفرینی چگونه

است؟

۶. منبع داده‌ها در مقالات کارآفرینی از نظر زمانی و

همچنین از نظر نوع ابزار گردآوری داده‌ها کدام است؟

۷. توزیع جغرافیایی و مکان انجام پژوهش‌های کارآفرینی

چگونه است؟

۸. روند چاپ مقالات کارآفرینی بر اساس دوره‌های زمانی

مختلف چگونه است؟

۹. در مقالات کارآفرینی مشارکت پژوهشی برحسب تعداد

نویسندگان و جنسیت آنها چگونه است؟

پیشینه پژوهش‌های کارآفرینی

کارآفرینی به‌عنوان پدیده‌ای چندبعدی مورد توجه است که سطوح مختلف تحلیل دسته‌بندی از فرد تا سطح کشوری را دربر می‌گیرد (اونرو و همکار، ۲۰۱۶). هریک از اندیشمندان، بُعدی از آن را مطالعه و برجسته کرده‌اند. اقتصاد به مطالعه پیامدهای کارآفرینی و خلق ارزش (چه)، جامعه‌شناسی به مطالعه در سطح سازمان و بستر کارآفرینی، روانشناسی به مطالعه در سطح فرد و ویژگی‌های کارآفرینان (چرایی) و مدیریت به مطالعه رفتار و فرآیند (چگونگی) پرداخته است. محققان سازمانی به سه دسته سؤال تحقیق درباره کارآفرینی توجه دارند: ۱- چه وقت و چگونه فرصت‌ها برای خلق کالاها و خدمات بوجود می‌آیند؟ ۲- چه وقت و چگونه برخی از افراد فرصت‌ها را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری برای فرصت‌های کارآفرینانه می‌کنند؟ ۳- چرا، چه وقت و چگونه از شیوه‌های مختلف برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه استفاده می‌شوند؟ (شین و ونکاترمن، ۲۰۰۳).

همان‌طور که در بالا نیز اشاره شده است تقسیم‌بندی‌های مختلفی در پژوهش‌های کارآفرینی از ابتدا تاکنون انجام شده است که عمده آنها را می‌توان در سه رهیافت زیر دسته‌بندی کرد و محور بررسی پژوهش حاضر نیز همین است:

رهیافت اقتصادی

شومپتر (۱۹۵۰) بر نقش نوآوری در توسعه اقتصادی تأکید دارد و کارآفرین را فردی نوآور می‌داند که از طریق معرفی محصولات جدید، ترکیبات جدیدی برای فرآیند توسعه اقتصادی ایجاد می‌کند، بدون آنکه مالک آن باشد. لذا، شومپتر بر رفتار نوآورانه به عنوان یکی از ویژگی‌های بدیهی کارآفرینان تمرکز می‌کند. شومپتر بیان می‌دارد که توسعه اقتصادی زمانی به وجود می‌آید که ترکیبات جدید به صورت ناپیوسته به وجود می‌آید. ترکیبات جدید ممکن است شامل:

معرفی محصول جدید یا کیفیت جدید از یک محصول

معرفی یک روش جدید تولید

گشایش یک بازار جدید

تسخیر یک منبع جدید عرضه کالا

سازماندهی جدید یک صنعت باشد (شومپتر، ۱۹۵۰).

هبرت و لینک (۱۹۸۸) لینک و سیجل (۲۰۰۷)، نظریه‌های کارآفرینی را به دو بُعد: بُعد عرضه و بُعد تقاضا تقسیم‌بندی کرده‌اند. نظریه بُعد عرضه کارآفرینی، بر نقش کارآفرین در تولید و عرضه کالاها و خدمات تأکید دارد که برای آن تقاضا

به‌صورت مستقل تعیین شده است. چنین نظریه‌هایی ضرورتاً این پرسش را مشخص کرده‌اند که آیا الگویی برای تقاضای کالاها و خدمات موجود وجود دارد و کارآفرین چه نقشی در بازار ایفا می‌کند؟ پرسش‌های اولیه در این زمینه بر این پرسش تمرکز کرده‌اند. نظریه بُعد تقاضای کارآفرینی، بر نقش کارآفرین در ماهیت تقاضا برای کالاها و خدمات از طریق تولید کالا و خدمات جدید و ترکیب کالاها و خدمات موجود می‌پردازد. چنین نظریه‌هایی ضرورتاً این پرسش را مشخص می‌کنند، آیا الگوی عرضه‌ای برای کالاها و خدمات موجود وجود دارد و کارآفرین چه نقشی در بازار ایفا می‌کند. پژوهش حاضر در این تقسیم‌بندی قرار می‌گیرد.

رهیافت روانشناختی

شخصیت و ویژگی‌های کارآفرینان موضوع عمده مباحث در اوایل دهه ۱۹۸۰ بوده است. پیشینه کارآفرینی اغلب ویژگی‌های افراد را برای کشف عناصر حیاتی کارآفرینی در فرایند رشد و بهره‌وری بررسی کرده‌اند. در مجموع روان‌شناسی سه بُعد مرتبط به هم را بررسی می‌کند: شخص، فرآیند و انتخاب. شخص نشان می‌دهد که واحد تحلیل در پژوهش‌های روان‌شناسی، فرد است. فرآیند، اهمیت بستر محیطی و ساختاری را یادآوری می‌کند، که بر رفتار انسان اثر می‌گذارد. انتخاب به کنش انسان اشاره دارد که به سازوکارهای روان‌شناسی شکل می‌دهد و از طریق آن نیت شناختی افراد به تصمیم و اقدام تبدیل می‌شوند. مهم‌ترین کمک پژوهش‌های روان‌شناسی به رشته کارآفرینی، مطالعه انگیزه، به ویژه رفتارهای ریسک‌پذیر است. روان‌شناسی، دو رویکرد را برای مطالعه رفتار انسانی، به ویژه انگیزه ارائه کرده است: رویکرد شناختی و رویکرد غیرشناختی. توجه اندکی به پویایی‌های درونی فرد دارد و بیشتر به رفتار افراد توجه دارد که تحت تأثیر محرک‌های خارجی است. بیشتر مطالعات درباره رفتار ریسک‌پذیر و دیگر رفتارهای کارآفرینانه با رویکردشناختی ارتباط دارند. رویکرد شناختی تلاش می‌کند که رفتار افراد را از طریق شخصیت، پیشینه خانوادگی، تعلیم و تربیت و جامعه‌پذیری درک کند. این عوامل بر پویایی‌های درونی افراد اثر می‌گذارند و الگوی رفتاری و نگرش افراد را تعیین می‌کند. روان‌شناسی، رویکرد شناخت را برای مطالعه شخصیت ریسک‌پذیر افراد به-کار می‌گیرد تا ماهیت اقدام کارآفرینانه و رفتارهای نوآورانه را درک کند (مقیم و همکاران، ۱۳۹۲).

بیشتر تحقیقات در زمینه کارآفرینی بر روی شخص

و رومانلی (۱۹۹۰) سه دیدگاه سازمانی را خلاصه کرده‌اند: ۱- مدل اکولوژیکی، ۲- مدل انطباق و ۳) مدل تحول. به مانند دیدگاه داروینیسم، مدل اکولوژیکی، ایده‌های انتخاب محیطی را می‌پذیرد. مدل انتخاب محیطی بیان می‌کند که هر سازمانی تغییرات مستمری را برای انطباق با محیط متغیر ایجاد می‌کند. مدل انطباق به بررسی اثر عوامل محیطی بر تغییرات سازمانی می‌پردازد. این مدل فرض می‌کند که سازمان‌ها به تعدیلات تدریجی در برابر محیط متغیر گرایش دارند. در نقطه مقابل، مدل تحول بر اصلاحات ریشه‌ای در پاسخ به تغییرات محیطی تأکید دارند. جامعه‌شناسی کمک‌های نظری بسیار زیادی به مطالعه کارآفرینی کرده است. نخست، جامعه‌شناسی مطالعه کارآفرینی را به قلمروهای مختلف از جمله کسب‌وکار، مدیریت دولتی و سیاست توسعه داده است؛ دوم، جامعه‌شناسی با تمرکز بر تغییرات سازمانی و نوآوری سازمانی، محور سازمانی را برای مطالعه کارآفرینی ارائه کرده است؛ سوم، اثر عوامل محیطی را بر تغییرات سازمانی کشف کرد و چهارم، جامعه‌شناسی به درک عمیق اثرات ساختار سازمانی و فرهنگ بر رفتار سازمانی کمک کرد (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۲).

برخلاف رویکرد روانشناختی که بر ویژگی‌های شخصیتی فرد تأکید دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های کارآفرین تأکید دارد، یعنی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین تابع رفتار او می‌باشد و به دنبال پاسخ به این سؤال می‌باشد که چگونه یک شرکت نوپا به‌وجود می‌آید؟ آرتورکول اولین اقتصاددانی بود که با اتخاذ یک دیدگاه رفتاری، وظیفه کارآفرین را به عنوان یک عامل اقتصادی این گونه شرح داد: کارآفرین تمامی ابزار تولید (یعنی کارگر، زمین و سرمایه) را در هم ادغام می‌نماید (جیننگز، ۱۹۹۴). در این دیدگاه پدیده کارآفرینی همچون یک فرآیند انگاشته می‌شود که در آن سازمان‌های جدید ایجاد می‌شوند. در این رویکرد ایجاد سازمان، شرکت یا کسب‌وکار جدید نتیجه فرآیندی پیچیده و رخدادی محتوایی می‌باشد که متغیرهای بسیاری بر آن تأثیرگذار می‌باشند. آنچه فرهنگی (۱۳۸۴)، مدهوشی و همکاران (۱۳۹۰) و عاشوری و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان دادند کارآفرینی فرآیندی است متشکل از سه مؤلفه ایده پردازی، کشف فرصت از ایده‌های تولید شده و بهره برداری از ایده. فرای (۱۹۹۳) پنج جز اصلی در فرآیند کارآفرینی که شامل: کارآفرین، فرصت، ساختار، منابع و استراتژی هستند را لازم می‌دانست.

در نخستین مطالعه مهم از نوع تحلیل پژوهش‌های کارآفرینی، پاتولین و همکاران (۱۹۸۲) تعداد ۸۱ مورد از مطالعات انجام شده را بررسی کردند و نشان دادند (۸۰٪) پژوهش‌ها استقرایی است و در (۶۴٪) پژوهش‌ها، راهبرد نمونه پیمایشی انتخاب شده بود. تنها در تعداد اندکی از مقالات، مطالعات میدانی و

کارآفرین تمرکز داشته و همواره این سوال مطرح شده که چرا افراد معینی، شرکت‌هایی را تأسیس می‌کنند، درحالی که افراد دیگر تحت همان شرایط این کار را نمی‌توانند انجام دهند که علت آن خصایص درونی معین می‌باشد. این تمرکز در هر تحقیقی که درصدد شناسایی ویژگی‌های متمایزکننده کارآفرینان و غیرکارآفرینان بوده، وجود دارد. خلاقیت و نوآوری، نیاز به موفقیت، کنترل درونی، مخاطره‌پذیری و... از ویژگی‌هایی بوده‌اند که مورد توجه قرار گرفته‌اند (کارلند و دیگران، ۱۹۸۴).

ولف (۱۹۸۴) در نظریه کارآفرینی خود چنین بیان نمود که افرادی که دارای جوهره کارآفرینی می‌باشند کارآفرین می‌شوند و افرادی که دارای این گونه ویژگی‌های طبیعی و شخصیتی نباشند به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود. بسیاری از محققان نشان دادند که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می‌کنند تا انگیزه‌های اقتصادی (اسکین، ۱۹۹۴). فرای (۱۹۹۳) نیز معتقد است وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا نمود که بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای را حاصل نمی‌نمایند. کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند قادرند به طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف روبرو شوند (جیننگز، ۱۹۹۴) و ضمن رفع ابهامات آن‌ها را به نفع خود تغییر دهند. درواقع ابهام سبب انگیزش آن‌ها می‌شود (تراپمن و همکار، ۱۹۸۹). به زعم فرید (۱۳۸۸) از میان تمام ویژگی‌های کارآفرینی، انگیزه پیشرفت بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. جیننگز و همکاران (۱۹۹۴) نقش والدین بر تقویت نیاز به توفیق را در دوران کودکی نشان دادند. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند اما رضایت آن‌ها از آنجا حاصل می‌شود که علیرغم محدودیت‌های اقتصادی و محیطی خود، تصمیم می‌گیرند کارها را به شیوه خود انجام دهند، طبق برنامه خود عمل می‌نمایند و سودی که خود ایجاد نموده‌اند را برداشت می‌کنند (جیننگز و همکاران، ۱۹۹۴).

رهیافت جامعه‌شناختی (رفتاری)

در حالی که روان‌شناسی تحلیل فردی را به کار می‌گیرد، جامعه‌شناسی، تحلیل در سطح سازمانی و جامعه را ارائه می‌دهد. جامعه‌شناسی به درک نوآوری و ویژگی‌های سازمانی، تغییرات سازمانی و فرآیندهای نشر کمک شایانی کرده است. مطالعه کارآفرینی پیوند نظری تنگاتنگی با مطالعه تغییرات و نوآوری‌های سازمانی (که در ادبیات سازمانی رهیافت جامعه‌شناختی کشف شده است) پیدا کرده است. مقیمی و همکاران (۱۳۹۲) به نقل از توشمن

مؤسسان کسب و کار غالب‌ترین روش گردآوری داده‌ها بود. بنابراین، داده‌ها به شکل مقطعی گردآوری شده و مطالعات طولی مد نظر قرار نگرفت. عربیون و همکاران (۱۳۹۴) در تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی در ایران، ۱۸۹ مقاله چاپ شده درباره کارآفرینی و کسب و کار کوچک تا پایان سال ۱۳۹۱ را بررسی نموده و بیان داشتند که از نظر الگوهای پژوهشی (۶۳٪) از روش کمی استفاده کردند. سطح تحلیل غالب پژوهش‌های کارآفرینی، فرد با (۳۹٪) و سازمان با (۲۹/۶٪) بودند و بیشتر مطالعات روی دانشجویان و دانش‌آموختگان (۱۸/۵٪)، از داده‌های مقطعی (۳۹/۶٪) و با ابزار پرسش‌نامه (۶۴٪) صورت گرفت و از داده‌های طولی کمتر استفاده شد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کمی و بر اساس تحلیل محتوا است و از رویکرد توصیفی تحلیلی برای توصیف و ارزیابی محتوای مقالات جامعه هدف استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش تمام مقالات چاپ شده در مورد کارآفرینی و کسب و کار ورزشی در نشریات علمی-پژوهشی دانشکده‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های کشور تا پایان سال ۱۳۹۴ به تعداد ۹۶ مقاله را در بر می‌گیرد. جهت تعیین جامعه پژوهش، با مراجعه به سایت‌های پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۱ و بانک اطلاعات نشریات کشور^۲ و دانشکده‌های تحصیلات تکمیلی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی و سازمان‌های مربوط (پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، کمیته و آکادمی ملی المپیک)، نشریات هدف شناسایی و انتخاب شدند (جدول شماره ۱). در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری انجام نشد، زیرا تمام جامعه بررسی و تحلیل گردیدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها، فهرستی طراحی شد که شامل دو بخش؛ اطلاعات کلی مقالات و نشریات و واژه‌های مرتبط با کارآفرینی و کسب و کار ورزشی در مقالات مورد نظر بود. لذا واژه‌های مورد نظر در سرعنوان‌های موضوعی فارسی، سایت‌های نشریات دانشگاهی، جست‌وجو و مستند شدند. همچنین برای کاهش خطا و افزایش اعتبار نتایج پژوهش، تحلیل محتوای مقالات توسط دو پژوهشگر انجام شد به این ترتیب خطاهای صورت گرفته در هر مرحله از پژوهش شناسایی و حذف شدند. برای تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش از آمار توصیفی فراوانی مؤلفه‌ها و درصد به‌کار گرفته شد. با مرور تحقیقات داخلی و خارجی نظیر

طولی صورت گرفته بود. به لحاظ طرح پژوهش، (۵۲٪) توصیفی و (۱۵٪) بدون روش‌شناسی غیرتجربی بوده است. در گردآوری داده‌ها، (۳۵٪) از پرسش‌نامه، (۴۸٪) از مصاحبه، (۵٪) با مشاهده (۱۲٪) از تعمق استفاده شده بود. مک‌الوی (۲۰۰۵) جهت تعیین روند روش شناختی و نظری و گرایش‌های پژوهشی کارآفرینی به تحلیل مقالات چاپ شده در مجله بین‌المللی کارآفرینی و نوآوری در سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ پرداخت. نتایج بیانگر غلبه پژوهش‌های کمی در مقایسه با پژوهش‌های کیفی و نیز وجود برخی ملاحظات سیاسی در مقالات مورد بررسی بود. مولن و همکاران (۲۰۰۹) به بررسی مباحث مربوط به روش‌های پژوهش کارآفرینی ۴۷۸ مقاله در سه مجله علمی، تخصصی و کلیدی کارآفرینی طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ پرداختند. نتایج نشان داد: (۵۷٪) مطالعات داده‌های مورد نیاز خود را از داده‌های اولیه (پیمایش ۵۴٪ و تجربه ۳٪) و (۳۲٪) از داده‌های ثانویه استفاده کردند. (۴۵٪) به بررسی یک صنعت پرداخته و (۹۰٪) مطالعات کیفی و (۱۰٪) کمی بودند. کروک و همکاران (۲۰۱۰) با تحلیل ۱۸۲ مقاله از ۸ مجله کارآفرینی طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ نتیجه گرفتند که سطح تحلیل سازمان (۵۸٪) نسبت به فرد (۲۶٪)، داده‌های اولیه (پیمایش ۵۱٪، مصاحبه ۳٪، تجربه ۳٪) نسبت به داده‌های ثانویه (۴۸٪) مطالعات مقطعی (۶۴٪) نسبت به طولی (۳۱٪) در پژوهش‌های کارآفرینی غالب بوده است و روند مطالعات طولی رو به افزایش بوده است و با افزایش پیچیدگی مدل‌ها سازه‌های مورد استفاده، طرح پژوهش و روش‌های اندازه‌گیری متغیرها نیز بهبود یافته است. کیس و همکاران (۲۰۱۲) در تحلیل ۸۸ مقاله مربوط به کارآفرینی بین‌المللی در اقتصادهای در حال ظهور نتیجه گرفتند که اگرچه این گونه پژوهش‌ها در آغاز، محدود و از نظر پوشش جغرافیایی بسیار نامتوازن و تا حدی پراکنده بودند اما روند چنین پژوهش‌هایی در حال افزایش است. در ایران تحقیقات تحلیل محتوا کمتر بر تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی متمرکز شده است. از نخستین پژوهش‌ها در زمینه تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی، توسط وکیلی و انصاری (۱۳۹۰) صورت گرفت که به تحلیل محتوای مقالات نشریه توسعه کارآفرینی ۹۲ مقاله تا سال ۱۳۹۰ پرداخت. یافته‌ها نشان داد که موضوعات کارآفرینی سازمانی و ایجاد یا توسعه کسب و کار دارای بیشترین فراوانی بودند. همچنین (۶۶٪) از مطالعات از روش کمی، (۱۳٪) از روش کیفی و (۱۶٪) از روش آمیخته استفاده کرده‌اند. بیشترها پژوهش، برای درک پدیده‌های کارآفرینانه، سطوح تحلیل فرد و سازمان در مطالعات بود و از یک منبع داده دست اول استفاده کردند و پیمایش پرسش‌نامه‌ای در بین کارآفرینان یا

نتایج و یافته‌های پژوهش

با عنایت به سه موضوع کلی، گرایش‌ها، الگوها و روند پژوهشی، نتایج پژوهش در قالب جداول مختلف ارائه می‌شوند.

الف- گرایش‌های پژوهشی: در قالب دو محور

نشریه‌ها و موضوعات منتخب بررسی شده است.

محور ۱- نشریه‌ها: جدول شماره ۱، نشان می‌دهد که از ۲۳

نشریه دانشگاهی بررسی شده بیشترین تعداد پژوهش‌های

کارآفرینی ورزشی در نشریه‌های فصلنامه مدیریت ورزشی

دانشگاه تهران با تعداد ۱۷ مقاله و فصلنامه مطالعات مدیریت

ورزشی پژوهشگاه تربیت بدنی با ۱۶ مقاله چاپ گردیده است.

(عربیون و همکاران، ۱۳۹۴)، (وکیلی و انصاری، ۱۳۹۰) و (کروک و همکاران، ۲۰۱۰) و... تأکید پژوهش حاضر به سه موضوع: الگوهای پژوهشی، روند پژوهشی و گرایش‌های پژوهشی به شرح زیر خواهند بود:

الف- گرایش پژوهشی: شامل نشریات مورد بررسی و

موضوعات منتخب؛

ب- الگوهای پژوهشی: شامل روش پژوهش، سطح

تحلیل، نوع گردآوری داده‌ها، منبع داده‌ها، توزیع جغرافیایی، تعداد نویسندگان و مشارکت پژوهشی زنان؛

ج- روند پژوهشی: که ناظر بر سال چاپ مقاله می‌باشد.

جدول ۱. نشریات علمی بررسی شده به تفکیک تعداد مقاله‌های مرتبط با کارآفرینی ورزشی

ردیف	نام مجله / نشریه دانشگاهی	ردیف	نام مجله / نشریه دانشگاهی	ردیف
۱	فصلنامه مدیریت ورزشی (حرکت) دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران	۱۷	۱۳	۳
۲	فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی (مشتق از نشریه پژوهش در علوم ورزشی) پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی	۱۶	۱۴	۲
۳	فصلنامه المپیک نوین (المپیک سابق) کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران	۸	۱۵	۲
۴	فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور	۶	۱۶	۲
۵	مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی دانشگاه پیام نور	۵	۱۷	۱
۶	فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی	۵	۱۸	۱
۷	فصلنامه پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی دانشگاه بوعلی‌سینا همدان	۴	۱۹	۱
۸	پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی دانشگاه مازندران	۴	۲۰	۱
۹	فصلنامه علمی بین‌المللی تازه‌های علوم کاربردی در ورزش دکتر طیبی	۴	۲۱	۱
۱۰	فصلنامه پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش جهاد دانشگاهی	۴	۲۲	۱
۱۱	فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی - انجمن مدیریت ورزشی ایران	۴	۲۳	۱
۱۲	فصلنامه علوم ورزش دانشگاه آزاد اسلامی کرج	۳		۹۶

ب- الگوهای پژوهشی: در قالب ۷ زیر الگوی: روش پژوهش، سطح تحلیل، نوع گردآوری داده‌ها، منبع داده‌ها، توزیع جغرافیایی، تعداد نویسندگان و مشارکت پژوهشی زنان بررسی شد.

زیر الگوی ۱، از نظر روش پژوهش: در جدول شماره ۳، با بررسی ۹۶ مقاله، اغلب از روش کمی (۸۶/۵٪)، و کمتر از سایر روش‌ها (۲٪) انجام گردیدند.

محور ۲- موضوعات منتخب: طبق جدول شماره ۲، از نظر موضوعات مورد مطالعه بیشترین محور و حوزه مورد مطالعه مربوط به حوزه اقتصادی (۳۳٪) و مطالعه عوامل، موانع، پیش‌برنده‌ها، بازدارنده‌ها، تقویت‌کننده‌های توسعه کارآفرینی و عوامل موفقیت (۱۳/۵٪) و مطالعه محورهای کارآفرینی دانشگاهی تجاری‌سازی و ارتباط با صنعت و محور توسعه مفهومی کارآفرینی با (۱۰٪) و سایر محورها به شرح جدول ذیل آمده‌است.

جدول ۲. موضوعات به تفکیک محورهای مورد توجه پژوهشگران در مقالات مذکور

ردیف	موضوع	محورهای مورد مطالعه	تعداد	درصد	مجموع	درصد
۱	اقتصادی	عوامل، موانع، پیش‌برنده‌ها، بازدارنده‌ها تقویت‌کننده‌های توسعه کارآفرینی و عوامل موفقیت	۱۳	۱۳/۵٪	۳۳	۳۳٪
		کارآفرینی شرکتی (باشگاه، رویداد مؤسسه تولیدی یا فروش محصول ورزشی)	۴	۴/۲۵٪		
		عملکرد و ارزیابی عملکرد کسب و کار (اشتغال) / کارآفرینان	۵	۵/۲۵٪		
		کارآفرینی دانشگاهی تجاری‌سازی و ارتباط با صنعت (باشگاه، رویداد مؤسسه تولیدی یا فروش محصول ورزشی)	۱۰	۱۰/۵٪		
۲	روانشناسی	ویژگی‌ها، روحیه، نگرش، قابلیت و مهارت کارآفرینانه	۶	۶/۲۵٪	۱۳	۱۳/۵٪
		قصد، رفتار، تصمیم، نیت، گرایش و تمایل کارآفرینانه	۳	۳٪		
		خلاقیت و نوآوری	۴	۴/۲۵٪		
۳	جامعه	کارآفرینی سازمانی	۷	۷/۲۵٪	۲۹	۳۰٪
		آموزش کارآفرینی	۱	۱٪		
		کارآفرینی محلی، باشگاهی و گردشگری	۷	۷/۲۵٪		
		توسعه مفهومی کارآفرینی	۱۰	۱۰/۵٪		
		فرآیند کارآفرینی و کسب و کار	۲	۲٪		
		کارآفرینی زنان	۱	۱٪		
راه‌اندازی کسب و کار	۱	۱٪				
۴	ترکیبی از ارتباط مؤلفه‌های (اقتصادی، روانشناسی، جامعه‌شناسی) باهم در کارآفرینی ورزشی	۱۶	۱۶٪	۱۶	۱۶٪	
۵	موضوع‌های متفرقه	۶	۶/۲۵٪	۶	۶/۲۵٪	
	مجموع		۹۶	۱۰۰٪	۹۶	۱۰۰٪

جدول ۳. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک روش پژوهش

درصد	فراوانی	روش پژوهش
۸۶/۵٪	۸۳	کمی (میدانی / پیمایش پرسش‌نامه‌ای)
۴/۲۵٪	۴	کیفی
۷/۲۵٪	۷	آمیخته (ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی)
۲٪	۲	سایر روش‌ها (مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی منابع - فراتحلیل)
۱۰۰٪	۹۶	مجموع

زیر الگوی ۲، از نظر سطح تحلیل: نتایج پژوهش در جدول شماره ۴، نشان می‌دهد که سطح تحلیل غالب در مطالعه گروه (اعضای هیأت علمی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان دانشکده‌های تربیت‌بدنی کشور و کارآفرینان ورزشی) و نیز ملی

کمیته و آکادمی ملی المپیک، وزارت ورزش و جوانان/سازمان تربیت‌بدنی) با (۲۷٪) هستند و میزان مطالعه سایرین در جدول مذکور گزارش شده است.

جدول ۴. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک سطح تحلیل

درصد	فراوانی	سطح پژوهش تحلیلی
۱۸/۷۵	۱۸	شرکت/ سازمان شامل: (فدراسیون و هیأت ورزشی، اداره کل تربیت‌بدنی / ورزش و جوانان استان‌ها)
۱	۱	فرد (ورزشکار، رشته ورزشی)
۲۷	۲۶	گروه (هیأت علمی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان دانشکده‌های تربیت‌بدنی کشور و کارآفرینان ورزشی)
۲۷	۲۶	ملی (کمیته و آکادمی ملی المپیک / وزارت ورزش و جوانان، سازمان تربیت‌بدنی)
۲۱	۲۰	صنعت (باشگاه، رویداد ورزشی، مؤسسه تولیدی یا فروش محصولات ورزشی و گردشگری ورزشی)
۵/۲۵	۵	گزارش نشده (نامشخص)
۱۰۰	۹۶	مجموع

جدول ۵. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک گردآوری اطلاعات (جامعه و نمونه پژوهش)

درصد	فراوانی	جامعه و نمونه پژوهش
۱۶/۵٪	۱۶	دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، هنرجویان (ورزشکاران) و دانش‌آموزان
۱۸٪	۱۷	کارکنان، کارشناسان، مدیران ستادی سازمان تربیت‌بدنی (وزارت ورزش و جوانان)، کمیته و آکادمی ملی المپیک
۵٪	۵	مدیران، کارشناسان و اعضای هیأت علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی دانشگاه‌های کشور
۱٪	۱	گردشگران ایرانی و خارجی
۲۰٪	۱۹	کارکنان، کارشناسان و مدیران اداره کل (تربیت‌بدنی / ورزش و جوانان) استان‌ها و شهرستان‌ها، کارکنان هیأت‌ها و فدراسیون‌های ورزشی
۱۱/۵٪	۱۱	کارآفرینان، مدیران و مالکان کسب و کار (باشگاه، رویدادها، مؤسسه ورزشی تولیدی یا فروش محصولات ورزشی)
۴٪	۴	بررسی اسناد (کتابخانه‌ای، مقالات پژوهشی، اینترنتی و وب سایت‌ها)
۲۴٪	۲۳	جامعه آماری ترکیبی از (مدیران ستادی تربیت‌بدنی، میراث فرهنگی و گردشگری، کارشناسان و اساتید مدیریت ورزشی، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی مقطع کارشناسی و ارشد)
۱۰۰٪	۹۶	مجموع

جدول ۶. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک دوره (مدت زمان) انجام پژوهش

درصد	فراوانی	مدت زمان انجام پژوهش
۸۸/۵٪	۸۵	مقطعی
۰٪	۰	طولی
۸/۵٪	۸	ترکیبی از (طولی و مقطعی)
۳٪	۳	گزارش نشده (نامشخص)
۱۰۰٪	۹۶	مجموع

زیر الگوی ۳، نوع گردآوری داده‌ها: بر اساس جدول شماره ۵، بیشتر مطالعه‌ها از بررسی کارکنان، کارشناسان و مدیران اداره کل (تربیت‌بدنی / ورزش و جوانان) استان‌ها و شهرستان‌ها، کارکنان هیأت‌ها و فدراسیون‌های ورزشی (۲۰٪) و کمتر از

بررسی اسناد و مدارک و گردشگران ایرانی و خارجی (۴٪) در پژوهش‌های حاصل شده است.

زیرالگوی ۴، منبع داده‌ها: منبع داده‌ها دو حالت دارد: ۱- نوع پژوهش از نظر زمانی (داده‌های طولی و مقطعی) در جدول

بنابراین روند پژوهشی در قالب یک محور با عنوان سال چاپ مقاله بررسی گردید. جدول شماره ۱۱، نشانگر روند افزایشی پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی در ایران است و سال ۱۳۹۰ را می‌توان نقطه آغاز این روند به شمار آورد. زیرا، بیش از (۷۵٪) پژوهش‌های کارآفرینی در این سال و سال‌های پس از آن منتشر شده است.

جدول ۸. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک پراکنش جغرافیایی

پراکنش جغرافیایی	مجموع فراوانی	درصد
بین‌المللی (مقایسه ایران با سایر کشورها)	۴	۴/۲۵ %
ملی	۵۵	۵۷/۲۵ %
استان تهران	۶	۶/۲۵ %
استان مازندران	۵	۵/۲۵ %
استان‌های با سه پژوهش (آذربایجان غربی، خراسان رضوی، یزد)	۹	۹/۲۵ %
استان‌های با دو پژوهش (اصفهان، اردبیل)	۴	۴/۲۵ %
استان‌های با یک پژوهش (ایلام، آذربایجان شرقی، کرمان، گلستان، فارس، قم، سیستان و بلوچستان، خوزستان)	۸	۸/۲۵ %
گزارش نشده (نامشخص)	۵	۵/۲۵ %
مجموع	۹۶	۱۰۰ %

جدول ۹. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک تعداد نویسندگان

تعداد نویسندگان	فراوانی	درصد
مقاله با یک نویسنده	۲	۲ %
مقاله با دو نویسنده	۳۰	۳۱/۲۵ %
مقاله با سه نویسنده	۳۸	۳۹/۵ %
مقاله با چهار نویسنده	۲۱	۲۲ %
مقاله با پنج نویسنده	۵	۵/۲۵ %
مجموع	۹۶	۱۰۰ %

جدول ۱۰. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک تعداد مشارکت پژوهشی نویسندگان زن

تعداد نویسندگان	فراوانی	درصد
مقاله بدون نویسنده زن	۴۴	۴۶ %
مقاله با یک نویسنده زن	۴۲	۴۳/۵ %
مقاله با دو نویسنده زن	۱۰	۱۰/۵ %
مقاله با سه نویسنده زن	۰	۰ %
مجموع	۹۶	۱۰۰ %

شماره ۶ و ۲- نوع ابزار گردآوری داده‌های پژوهش (پرسش-نامه، مصاحبه، اسناد) در جدول شماره ۷.

جدول شماره ۶، نشانگر آن است که (۸۸/۵٪) پژوهش‌ها، صرفاً از داده‌های مقطعی، (۰٪) از داده‌های طولی، (۸/۵٪) ترکیبی از داده‌های طولی و مقطعی و (۳٪) از داده‌های نامشخص استفاده کرده‌اند.

جدول ۷. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک نوع ابزار گردآوری‌ها

منبع داده‌ها (نوع ابزار گردآوری‌ها)	فراوانی	درصد
پرسش‌نامه	۷۴	۷۷ %
مصاحبه	۰	۰ %
اسناد و بایگانی، مدارک کتابخانه‌ای، شواهد در دسترس (شامل پایگاه‌های داده‌های دست دوم مراکز آماری) و جستجوی اینترنتی (سندکاوی)	۴	۴/۲۵ %
ترکیبی از (پرسش‌نامه با مصاحبه یا اسناد و بایگانی، اینترنتی، کتب مرجع و مقالات داخلی و خارجی)	۱۸	۱۸/۷۵ %
مجموع	۹۶	۱۰۰ %

بر اساس جدول شماره ۷، بیشتر پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی از پرسش‌نامه با (۷۷٪)، استفاده کرده‌اند.

زیر الگوی ۵، توزیع جغرافیایی: از نظر توزیع جغرافیایی مطابق جدول شماره ۸، (۵۷/۲۵٪) پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی در سطح ملی و در دیگر سطوح به شرح جدول شماره ۸ انجام گرفته است.

زیر الگوی ۶، تعداد نویسندگان: جدول شماره ۹، بیانگر آن است که بیشترین پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی ایران با همکاری سه نویسنده با (۳۹/۵٪) و کمترین آن توسط یک نویسنده با (۲٪) مشارکت، نگارش شده‌اند.

زیر الگوی ۷، مشارکت پژوهشی زنان: از بین پژوهش‌های مذکور ۵۲ مقاله (۴۴٪) حداقل دارای یک نویسنده زن بودند. با توجه به جدول شماره ۱۰، (۴۳/۵٪) حداقل با مشارکت یک نویسنده زن و (۱۰/۵٪) با مشارکت دو نویسنده زن نگارش شده است.

ج- روند پژوهشی: که ناظر بر سال چاپ مقاله است،

جدول ۱۱. فراوانی الگوهای پژوهشی به تفکیک سال انتشار (چاپ) مقاله

سال انتشار (چاپ) مقاله	فراوانی	درصد	سال انتشار (چاپ) مقاله	فراوانی	درصد
۱۳۸۰	۱	۱٪	۱۳۹۰	۱۰	۱۰/۵٪
۱۳۸۵	۱	۱٪	۱۳۹۱	۸	۸/۵٪
۱۳۸۶	۵	۵٪	۱۳۹۲	۱۲	۱۲/۵٪
۱۳۸۷	۲	۲٪	۱۳۹۳	۲۵	۲۶٪
۱۳۸۸	۹	۹/۲۵٪	۱۳۹۴	۱۷	۱۸٪
۱۳۸۹	۶	۶/۲۵٪	مجموع	۹۶	۱۰۰٪

بحث و نتیجه‌گیری

تأکید این پژوهش به سه موضوع گرایش‌های پژوهشی، الگوهای پژوهشی و روند پژوهشی بود. نتایج تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی کشور در نشریات دانشگاهی مذکور از سال ۱۳۸۰ تا پایان سال ۱۳۹۴ بیان داشتند که حوزه کارآفرینی در ایران جوان و نوپا است و موضوعات ماهیت انتخابی دارند، ولی موفقیت و دانش زیادی حاصل گشته است؛ به‌طور مثال ویژگی‌های روان‌شناختی و رفتاری کارآفرینان، کارآفرینی سازمانی و عوامل موفقیت و شکست کارآفرینی نسبت به گذشته، اکنون اطلاعات بیشتری در دسترس است؛ اما پژوهش‌ها، هدایت‌نشده، غیرمنسجم و پراکنده است و هنوز توسعه مفهومی و شناختی یک‌پارچه‌ای در این حوزه صورت نگرفته است و چارچوب‌های پژوهشی مورد توافقی نیز به دست نیامده است. از منظر گرایش‌های پژوهشی، بررسی ۲۳ نشریه دانشگاهی نشان داد که بیشترین تعداد پژوهش‌ها در نشریات فصلنامه مدیریت ورزشی (حرکت سابق) دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران و فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی (مشتق از نشریه پژوهش در علوم ورزشی) پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی منتشر شده بود و همچنین در محور گرایش‌های پژوهشی، توجه بیشتر پژوهشگران به کارآفرینی در بررسی موضوعات منتخب اقتصادی (در محورهای ۱- عوامل، موانع، پیش‌برنده‌ها، بازدارنده‌ها تقویت‌کننده‌های توسعه کارآفرینی و عوامل موفقیت؛ ۲- کارآفرینی دانشگاهی تجاری‌سازی و ارتباط با صنعت (باشگاه، رویداد مؤسسه تولیدی یا فروش محصول ورزشی) و جامعه‌شناختی (در محورهای ۱- کارآفرینی‌سازمانی؛ ۲- کارآفرینی محلی، باشگاهی و گردشگری؛ ۳- توسعه مفهومی کارآفرینی) بیشتر از سایر موضوعات است. مطالعه روندها و فرایندهای شکل‌گیری بنگاه‌های نوپا و مخاطره‌پذیر و چگونگی رشد و پیشرفت آن‌ها که می‌تواند برای سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی کشور استفاده شود، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. باید توجه داشت که نیروی اصلی

پیش‌برنده پژوهش‌های کارآفرینی کشور، رقابت درونی برای انتشار مقاله است و تقاضای بازار و نیازهای دست‌اندرکاران نقش کمتری در شکل‌دهی به پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی داشته است که این امر موجب پراکندگی موضوعات و عدم انسجام آنها شده است؛ به‌طوری‌که این پژوهش‌ها به ایجاد سیاست‌گذاری دقیقی برای توسعه کشور منجر نشده است. الگوهای پژوهشی نیز در قالب چندین زیرالگو بررسی شد. بررسی روش پژوهش نشان داد که روش غالب پژوهش‌ها، روش کمی (پیمایش پرسش‌نامه‌ای) است و روش‌های مناسب با توجه به ماهیت موضوع و هدف پژوهش هنوز توسعه نیافته است. ابزار اصلی در بیشتر پژوهش‌ها، پرسش‌نامه بوده است، پس از آن درصد اندکی از پژوهش‌ها، مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک پیشین را برای گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار داده‌اند. سطح تحلیل غالب در بیشتر پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی، ملی و گروهی است و بیشتر مطالعات بر روی کارکنان و مدیران اداره کل و وزارت ورزش و جوانان/ سازمان تربیت‌بدنی، کمیته ملی المپیک و پس از آن دانشجویان، دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی و ورزشکاران و در مرتبه بعدی مدیران و کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار ورزشی صورت گرفته است. یافته پایانی پژوهش نشان داد در بیشتر پژوهش‌ها، داده‌های مقطعی به‌کار رفته است و استفاده از داده‌های طولی کمتر رایج است. چنین شواهدی در مطالعات پیشین هم تأیید شده است. در واقع آسانی دسترسی به نمونه‌های آماری کارکنان و مدیران سازمان‌های ورزشی کشور و نیز دانشجویان تربیت‌بدنی، فقدان معیاری مشخص برای شناسایی کارآفرینان ورزشی و سختی دسترسی به آنها، در دسترس بودن پرسش‌نامه‌های استاندارد و متناسب با رویکرد اقتصادی و جامعه‌شناختی کارآفرینی ورزشی و نبود پایگاه داده‌های آماری دقیق از کسب و کارهای کوچک و نوپای ورزشی موجب تمایل بیشتر پژوهشگران کشور به ارائه پژوهش‌های یک‌سطحی، تک‌مقطعی با موضوعات تکراری و کلیشه‌ای

حداقل دارای یک نویسنده زن بودند. بررسی روندهای پژوهشی در قالب تحلیل روند سال چاپ مقالات نشان داد که پژوهش‌های کارآفرینی ورزشی در ایران روندی افزایشی داشته و از سال ۱۳۹۰ به بعد رشد چشمگیری در این پژوهش‌ها در کشور مشاهده می‌شود که ناشی از افزایش دانشجویان و افزایش دوره‌های تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در دانشگاه‌های کشورمان می‌باشد.

۱۴، صص ۱-۲۰.

- فرید، داریوش (۱۳۸۸). «بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)». مدیریت ورزشی. شماره ۲، صص: ۹۷-۱۱۶.
- محمدی، میترا؛ صیادی، محمدامین؛ سیدعامری، میرحسن (۱۳۹۵). «تبیین کارآفرینی سازمانی براساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۱، صص: ۲۳-۳۳.
- مهدوشی، مهرداد؛ ساداتی، عبدالرحیم (۱۳۹۰). «بررسی اثرگذاری فرآیند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کسب و کارهای کوچک و متوسط شرق مازندران)». توسعه کارآفرینی. (۱۲): ۷-۲۶.
- وکیلی، یوسف؛ انصاری، محسن (۱۳۹۰). «ارزیابی روش‌های پژوهش کارآفرینی در کشور و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده». توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۳): ۱۸۵-۲۰۴.

گشته است. همچنین از نظر توزیع جغرافیایی هر چند تعداد زیادی از پژوهش‌ها، در سطح ملی انجام شده است، اما در بین استان‌ها تعداد زیادی از مقالات در سطح استان تهران انجام شده است. یعنی، تمرکز صنعت و دانشگاه‌ها در استان تهران، نتیجه خود را در این حوزه نمایان ساخته است؛ به طوری که بیشتر نمونه‌ها و منابع گردآوری‌داده‌ها در تهران صورت گرفته‌است. همچنین نتایج نشان داد که (۷۰٪) پژوهش‌ها توسط دو یا سه نویسنده منتشرشده و (۴۳/۵٪) پژوهش‌ها

منابع

- احمد پور داریانی، محمود؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۸۸). *مبانی کارآفرینی*، ناشر: سریر، چاپ هفتم.
- شریفیان، اسماعیل؛ یوسفی زرنیدی، محمدحسین؛ قهرمان تبریزی، کوروش (۱۳۹۵). «موانع درون بخشی صنعت ورزش در رقابت با کالاهای ورزشی خارجی». *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*. (۱). ص ص: ۷۳-۸۲.
- طالب‌پور، مهدی؛ روحانی، میثم؛ آزادواری، سمیرا (۱۳۹۳). *کارآفرینی ورزشی از تئوری تا عمل*. تهران: نشر آوای ظهور.
- عربیون، ابوالقاسم؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین؛ شریف‌زاده، محمدشرف (۱۳۹۴). «تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی در ایران». *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)*. ۷ (۲): ۷۹-۱۰۳.
- فلاحی، احمد (۱۳۹۳). *جزوه کارآفرینی ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرری (یادگار امام)*، ص ۲۹.
- فرهنگ، علی اکبر؛ صفرزاده، حسین (۱۳۸۴). «طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرایند کارآفرینی سازمانی». ماهنامه علمی - پژوهشی دانشور رفتار دانشگاه شاهد. دوره ۱۲، شماره

- Ashouri, T; Boroumand, M R. (2014). "The Relationship between Knowledge Management and the Process of Entrepreneurship in Sport Organizations". *Annals of Applied Sport Science*, vol. 2, no. 3, pp. 41-56.
- Brazeal, D. & Herbert, T. (1999). *The Genesis of Entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 23 (3): 29-45.
- Burgel, O., & Murray, G. C. (2000). "The international market entry choices of start-up companies in hightechnology industries". *Journal of International Marketing*, 8(1), 33-62.
- Carland, J. W., Boulton, W. R. and Carland, J. c. (1984). "Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization", *Acadamy of Management Review*, 9, 354-359.
- Crook, T. R., Shook, C. L., Morris, M. L. & Madden, T. M. (2010). "Are We There Yet? An Assessment of Research Design and Construct Measurement Practices in Entrepreneurship Research". *Organizational Research Methods*, 13(1): 192-206.
- Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A Planing Approach*, Engiewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Jennings, R., (1994). *Multiple Perspective of Entrepreneurship Test, Redings, and cases*, Cincinnati, Ohio: South-western Publishing Co.
- Hardy, S. (1986). "Entrepreneurs, organizations, and the sport marketplace: Subjects in search of historians". *Journal of Sport History*, 13, 14-33.
- Hebert, R. F. and Link, A. N. (1998). *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*, 2nd edn. New York: praeger.
- Kiss, A.N. Danis, W. M. & Cavusgil, S. T. (2012). "International Entrepreneurship

- Research in Emerging Economies: A Critical Review and Research Agenda”. *Journal of Business Venturing*, 27: 266-290.
- Landström, H., Harirchi, G., & Astrom, F. (2012). “Entrepreneurship: Exploring the Knowledge Base”. *Research Policy*, 41 (7): 1154-1181.
 - Link, A. N. and Siegel, D. S. (2007). *Entrepreneur is as innovator, Innovation, Entrepreneurship, and Technological change*, Oxford University Press, ISBN 978-0-19926883-2 (Pbk).
 - McElwee, G. & Atherton, A. (2005). “Publication Trends and Patterns in Entrepreneurship: The case of The International Journal of Entrepreneurship and Innovation”. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (1): 92-103.
 - Mullen, M.R, Budeva, D.G. & Doney, P.M. (2009). “Research Methods in the Leading Small Business-Entrepreneurship Journals: A Critical Review with Recommendations for Future Research”. *Journal of Small Business Management*, 47: 287-307.
 - Önera, M. Atilla, Özlem Kunday. (2016). *a study on Schumpeterian and Kirznerian entrepreneurship in Turkey: 2006–2013*. *Technological Forecasting & Social Change* 102: 62–71.
 - Paulin, W., Coffey, Rand Spaulding, M. (1982). “Entrepreneurship Research: Method & Directions, In C. Kent, D. Sexton & K. Vesper (eds). *Encyclopedia OF Entrepreneurship*”. *England Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.*, 353-373.
 - Premand, Patrick; Prodmann, Stefanie; Almeida, Rita; Grun, Rebbeka and Barouni, Mahdi. (2016). “Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment among University Graduates”. *World Development*. Vol. 77. Pp: 311-327.
 - Rietveld, Cornelins, A.; Bailey, Henry; Hessels, Jolanda and Zwan, Peter Vander. (2016). “Health and Entrepreneurship in Four Caribbean Basin Countries”. *Economics and Human Biology*. 21: 84-89.
 - Sarasvathy, S. D. (2003). “Entrepreneurship as a Science of the Artificial”. *Journal of Economic Psychology*, 24: 203–220.
 - Schumpeter, J. (1950). *Capitalism, Socialism and Democracy*. (3rd Ed). New York: Harper & Row.
 - Schein, E.H. (1994). “Entrepreneurs: what they're really like”, *vocational education journal*. Vol. 64, No. 8, PP: 42-44.
 - Shane, S. and Venkataraman. S. (2000). “The promise of entrepreneurship as a field of research”. *Academy of Management Review* 13, 257-279.
 - Sweeney, J. (2007). “Sportscast: Ten controversial issues confronting the sports industry”. *The Futurist*, 41(1): 35–39.
 - Urbano, David; Aparicio, Sebastian. (2016). “Entrepreneurship capital types and economic growth: International evidence”. *Technological Forecasting & Social Change* 102: 34–44.
 - Wolfe, T. (1984). *The Right stuff*, New York: Bantam.