

چارچوب تبیین و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی

حبیب هنری^۱، زینب مندعلی‌زاده^{۲*}

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۶/۱۳

چکیده

هدف این مقاله تبیین و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است. جهت جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه و سپس پرسشنامه محقق‌ساخته (رویکرد آمیخته) استفاده شد. با توجه به عناصر تشکیل‌دهنده بیانیه مأموریت، پرسشنامه محقق‌ساخته ایجاد و پس از تأیید روایی صوری و محتوایی (توسط استادان) و پایایی ($\alpha=0.94$)، بین مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی (سازمان ورزش و جوانان)، استادان گروه مدیریت ورزشی، گرایش مدیریت کارآفرینی و مدیریت راهبردی توزیع شد. از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی (بارتلت، کایزر و تحلیل عاملی) جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور با توجه به بار عاملی استخراج شده به این صورت تدوین شد: «مأموریت کارآفرینی فراهم کردن اقتصادی پویا برای ورزش، کمک به توسعه ورزش از طریق خصوصی‌سازی در جامعه به منظور گسترش نوآوری و ایجاد اشتغال است.» در نتیجه، تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور ماهیت و مفهوم فعالیت‌های آینده سازمان ورزش و جوانان را با هدف ایجاد اشتغال و توسعه کارآفرینی بیان و راهبردهای مؤثری را در این راستا تعیین می‌کند.

واژگان کلیدی

راهبردی، سازمان ورزش و جوانان، کارآفرینی، مأموریت.

۱. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

ورزش به عنوان بخش بزرگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است. ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی، رشد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی موجود و استفاده از رویدادها و خدمات ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی تعریف کرد. فعالیت‌های کارآفرینی ورزشی را می‌توان بر اساس نوآوری در فنون ورزشی، فرایندهای ورزشی، لوازم و تجهیزات ورزشی، توسعه بخش اجتماعی فعالیت‌های ورزشی و نوآوری در سازماندهی امور ورزشی انجام داد. ورزش با ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و جذابیت آن برای ایجاد اجتماعات زمینه لازم برای توسعه کارآفرینی را فراهم می‌کند. کارآفرینی از طریق ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و عرضه خدمات ورزشی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند (یداللهی فارسی، ۱۳۸۷). در این میان ایجاد برنامه مؤثر برای کارآفرینی در ورزش به ایجاد خطوط کلی کسب‌وکار، برنامه‌ریزی جهت ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی و به ایجاد راهبردهای اشتغال برای جامعه به‌ویژه فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی کمک می‌کند.

از طرفی، توسعه تربیت‌بدنی و ورزش زمینه‌ساز تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست و بخشی از برنامه‌های توسعه ملی به شمار می‌آید. توسعه ورزش در برنامه‌های ملی مستلزم رعایت همه جوانب، آثار و کارکردهای این پدیده در جامعه است. بر این اساس، سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور در سال ۱۳۸۲ به منظور توسعه بخش ورزش و تربیت بدنی به تصویب هیئت دولت رسید که فلسفه وجودی و رسالت نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور؛ توسعه ورزش‌های پرورشی، همگانی و تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای با تأکید بر تأمین سلامت

جسمی و روحی، نشاط و شادابی، تقویت توانمندی افراد و گروه‌های اجتماعی و رشد و تعالی ارزش‌های اسلامی آنان از طریق انجام فعالیت‌ها و ارتقای مهارت‌های جسمی و روحی تعریف شده است (سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴).

بحران بیکاری، خیل فارغ‌التحصیلان نظام آموزش عالی علی‌رغم کمبود نیروی انسانی متخصص مورد نیاز از یک سو، و عدم استفاده بهینه از منابع و امکانات و عدم تعریف بخش کارآفرینی در سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور از دیگر مشکلاتی است که بازنگری در ساختار و نظام برنامه‌ریزی را ضروری ساخته است. در نتیجه، تدوین سیاست‌های کارآفرینی در ورزش به ایجاد رویکردهایی برای برنامه‌ریزی در ایجاد اشتغال و کارآفرینی می‌انجامد. در این میان تدوین بیانیه مأموریت (رسالت) برای سازمان ورزش و جوانان عامل مؤثری در شکل‌دادن و هدایت موقعیت و جایگاه کارآفرینی در ورزش است. در نتیجه، این عقیده که سازمان باید با یک مأموریت هدایت شود، بخش اساسی تفکر راهبردی را تشکیل داده است (Wickham, 1997).

بنابراین، برای مقابله با مشکلات بیکاری و عدم پویایی و کارآفرینی باید به فکر چاره بود. کارآفرینی برای توسعه و کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط برای رسیده به مزیت رقابتی نیازمند تمرکز بر موضوعات سازمانی، توسعه کارآفرینی راهبردی و نوآوری است (Prajapati, 2008). در این راستا، برخی کشورها، به استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی کارآفرینی روی آورده‌اند. برنامه‌ریزی راهبردی فرایندی است که اکثر شرکت‌های موفق و صاحب نام دنیا از آن برای هدایت و پیشبرد برنامه‌ها و فعالیت‌های خود با دید بلندمدت و در جهت دستیابی به اهداف و تحقق مأموریت سازمانی بهره می‌گیرند (آقازاده، ۱۳۸۴).

در این میان، تدوین بیانیه مأموریت عنصر کلیدی برنامه‌ریزی راهبردی است. امروزه، شناسایی، توضیح و

از نیروی کار، بهبود فرهنگ و روحیه کارآفرینی، تعمیم عدالت اجتماعی از طریق تسهیل دسترسی به فرصت‌های برابر اشتغال، توانمندسازی سرمایه اجتماعی، ارتقای بهره‌وری نیروی کار و سرمایه، ترویج کار شایسته در جامعه، تقویت سه جانبه‌گرایی (دولت-کارگر-کارفرما)، بهبود سطح زندگی و معیشت نیروی کار، نهادسازی در روابط کار (تشکل‌های کارگری و کارفرمایی و کارآفرینی)» (خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۳۸۸).

مأموریت کارآفرینی در کانادا به این صورت مطرح شد: «اطمینان از اینکه صاحبان کسب‌وکارهای کارآفرینانه بدون در نظر گرفتن سن، جنس، صنعت، منابع یا منطقه جغرافیایی، به ابزارها، منابع و زیرساخت‌های لازم برای ایجاد کسب‌وکارهایی قوی، سالم و سودمند دسترسی پیدا کنند» (Powerhouse, 2009).

مأموریت کارآفرینی در ایالت ایندیانا نیز به این صورت تدوین شد: «ایجاد ارزش افزوده، منعطف و بی‌نظیری که با نیازهای محلی مربوط و هماهنگ با زمینه منطقه‌ای در میان ترکیبی از تلاش‌های دانشگاه، ایالت و نمایندگان منطقه باشد» (Pascal, 2002).

در ورزش نیز مأموریت اکت اسپرت^۱ (سازمان حامی ورزش) چنین تعریف شده است: «جهت‌دهی به صنعت ورزش که برای پویایی اجتماع سالم همکاری کند.» اکت اسپرت با موارد زیر به این مأموریت خواهد رسید:

۱. حمایت از اهمیت اقتصادی، اجتماعی و سلامتی ورزش در جامعه؛
۲. افزایش اعتماد به نفس و عملکردهای تجاری سازمان‌های ورزشی؛
۳. کار گروهی و توسعه تعهد میان دولت، جامعه، بخش خصوصی و صنعت ورزش (Act sport, 2006).

آستین و همکاران (۲۰۰۶) مأموریت کارآفرینی را ایجاد ارزش عنوان کردند که منجر به کسب ثروت در

ارتباط مأموریت مربوط به سازمان بخش مهمی از فرایند برنامه‌ریزی است. در واقع، ایجاد بیانیه مأموریت بخش معناداری از فعالیت مدیریتی است (Wickham, 1997). تدوین مأموریت سازمانی یکی از وظایف مهم مدیران است، زیرا وجود بیانیه رسالت سازمانی که به صورت رسمی تعریف شده باشد، احتمال موفقیت سازمان یا کسب‌وکار کارآفرینانه را بیشتر می‌کند (شانه‌ساززاده، ۱۳۸۰).

مأموریت سازمان، خطوط راهنمای پرورش راهبرد، تعریف عوامل حیاتی موفقیت، جستجوی فرصت‌های کلیدی، انتخاب گزینه‌های تخصیص منابع و خشنودسازی مشتریان یا سهامداران آن را مطرح می‌کند (اسکات و همکاران، ۱۳۸۶). مهم است که بیانیه مأموریت سازمان برای کل سازمان، همین‌طور برای تمام بخش‌ها و اجزای سازمان تدوین شود (Witham, 2009). در واقع، بیانیه مأموریت ابزار رهبری قوی شناخته شده است، به گونه‌ای که بیانیه کارآفرینان تبیین‌کننده این است که هویت و نوع کسب‌وکار آن‌ها چیست (Walker, 2012). البته، دور از ذهن نباید انگاشت که در متون مدیریت راهبردی، چشم‌انداز و مأموریت به طور رسمی با هم همپوشانی دارند. بیشتر متون سازمان‌ها در عصر ما شامل بیانیه چشم‌انداز و مأموریت دقیقی است، اما این دو به جای هم اشتباه گرفته می‌شوند. در واقع، چشم‌انداز آینده‌نگر، جذاب، کلی، الهام‌بخش، باور کردنی و دست‌یافتنی است و مأموریت پایه و منطقی را برای اقدام به دستیابی ارائه می‌کند (Larwood et al., 1995).

در این راستا، مأموریت‌های وزارت کار و امور اجتماعی برای نیل به رتبه اول در منطقه آسیای جنوب غربی شامل این موارد است: «هدایت بازار کار کشور، بهبود فضای کسب‌وکار، تنظیم روابط کار با رعایت کرامت و عزت انسانی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری اشتغال، مدیریت فراگیر سرمایه انسانی و اجتماعی، صیانت

جامعه شود. در نظر آنان این ثروت به افزایش تولید ناخالص داخلی کشورها و در نهایت ایجاد اشتغال می‌انجامد. همچنین، علاوه بر آثار اقتصادی، آثار اجتماعی را نیز در پی داشته باشد.

در این راستا، مأموریت دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ ارائه استانداردهای بین‌المللی برای کارآفرینی و کسب‌وکار به منظور افزایش تولید ناخالص ملی کشورها عنوان شد (Bosma et al, 2009). مأموریت ورزش کانبرا رسیدن به پویایی و اجتماع سالم عنوان شد. از جمله اقدامات برای رسیدن به آن ارتقای عملکردهای تجاری و توسعه بخش خصوصی ذکر شد (James Cook University of Australia, 2011).

در این میان مأموریت کارآفرینی در اتحادیه اروپا، افزایش رقابت و نوآوری در بازارهای اروپا عنوان شد. این اتحادیه، کارآفرینی را بزرگ‌ترین عامل نوآوری و رقابت شناخت و سیاست‌های راهبردی را برای بهبود کارآفرینی در جامعه اروپا اجرایی کرد (European Commission, 2008).

رتن و بایک نیز مأموریت کارآفرینی را توجه به ارزش‌ها و مسئولیت اجتماعی و ایجاد نوآوری در صنعت ورزش عنوان کردند (Ratten & Babiak, 2010). همچنین، دیدگاه رتن و رتن (۲۰۱۱) کارآفرینی از طریق تجربه، رقابت‌پذیری و فعالیت‌های بازاریابی در ورزش است که مأموریت خود را در راستای توسعه ورزش و کسب‌وکار دنبال می‌کند.

کارآفرینی وسیله‌ای برای رشد اقتصادی و نیز اجتماعی در بسیاری از کشورها شناخته شده است. اهمیت

فرصت‌های جدید برای اقتصاد در واژه‌هایی از نوآوری، اشتغال و برنامه‌ریزی مؤثر به کارآفرینی کمک می‌کند و آن را رشد می‌دهد (Kuratko & Hodgetts, 2009; Berret et al., 1993). در واقع، ورزش بر بهره‌وری ملی و بر رونق اقتصادی کشور تأثیر مثبت می‌گذارد و با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روانی و جسمی در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای خواهد داشت. همچنین، با توجه به هدف‌های توسعه ملی و فراگیر بودن ورزش و نفوذ آن در همه بخش‌های جامعه، توسعه کارآفرینی در آن باید جزء اولویت‌های مهم ملی قرار گیرد (یداللهی فارسی، ۱۳۸۷؛ سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴).

اجزای تشکیل‌دهنده بیانیه مأموریت

اطلاعات موجود در بیانیه مأموریت سازمان‌های مختلف با یکدیگر متفاوت‌اند. با وجود این، بیشتر بیانیه‌های رسالت چند موضوع عمده را دربردارد. این موضوعات ممکن است در بیانیه رسالت سازمانی ذکر شود یا در ضمایم آمده باشد (دیویسد، ۱۳۸۳؛ سرترو و پیترو، ۱۳۸۰؛ Hoskisson, 2006). کمبل و ینگ (۱۹۹۷) بیانیه مأموریت را چهار جز در نظر گرفتند، شامل هدف، راهبرد، رفتار و ارزش.

استرانگ (۱۹۹۷) اجزای بیانیه مأموریت را در دوازده جزء بیان می‌کند، شامل مشتریان، محصول یا خدمات، فلسفه سازمانی، قلمرو جغرافیایی، کارمندان، سهامداران، نوآوری، کیفیت، سود، پاسخ‌های اجتماعی، پاسخ‌های محیطی، و تولیدکنندگان.

پژوهشگران زیادی بیان کرده‌اند که چندین عنصر در بیانیه مأموریت با کیفیت بالا درگیرند، شامل محصولات، مکان، فناوری، تعهد به اهداف مالی، فلسفه سازمان و تصویر عمومی مطلوب (Bartkus et al., 2006).

۱. دیده‌بان جهانی کارآفرینی Global Entrepreneurship Monitor (GEM) کنسرسیومی دانشگاهی، مرکب از تیم‌های علمی و پژوهشی است که سالانه روند فعالیت‌های کارآفرینانه در جهان را رصد می‌کند (Bosma et al, 2009).

شفاف‌سازی (چه عناصری از کارآفرینی باید شامل بیانیه مأموریت شود)، ایجاد بیانیه (چگونه با عناصر ضروری موافقت می‌شود)، جمله‌بندی و ارتباط (چگونه بیانیه مأموریت با مشارکت ذی‌نفعان مطرح می‌شود).

چارچوب تکاملی بیانیه مأموریت کروهان و همکاران (۱۹۹۹) شامل چهار مرحله است: تعیین جهت (بازنگری در فرایند برنامه راهبردی و در بیانیه مأموریت)، تجزیه و تحلیل عناصر مربوط به بیانیه (شناسایی عناصر و پیش‌نویس بیانیه مأموریت)، تجزیه و تحلیل ارتباطی (بررسی اثر ارتباطی بیانیه مأموریت با سازمان)، تجزیه و تحلیل کاربردی (گستره‌ای که بیانیه مأموریت به کار برده می‌شود).

بنابراین، بیانیه مأموریت باید به طور شفاف برای کسب و کارها تعریف شود. در واقع، در بیانیه مأموریت باید پاسخ به این سؤال‌ها را برای کسب و کارها در نظر داشت: ۱. چه چیزند؟ ۲. چه چیزی باید باشند؟ و ۳. چه چیزی در آینده خواهند بود؟ در واقع، بیانیه مأموریت باید تعیین‌کننده جهت توسعه کارآفرینی باشد (Qin et al., 2012).

شاخص‌های بیانیه رسالت مطلوب

بیانیه رسالت مطلوب دارای شاخص‌هایی است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت است از:

۱. صراحت و شفافیت. صراحت و روشنی موضوع فعالیت باعث می‌شود چنین بیانیه‌ای راهنمای عمل قرارگیرد، به پیوست‌ها در عمل پاسخ گوید، تحقق اهداف، قابلیت ارزیابی پیدا کند و مدیر را هدف‌مند سازد تا به استناد آن، فعالیت‌هایش را سازمان بخشد. به هر اندازه که رسالت مبهم و غیرشفاف باشد به همان میزان انحراف از رسالت و انحراف از اهداف بیشتر خواهد بود، زیرا عدم صراحت و شفافیت موجب می‌شود مدیر نداند انجام کدام فعالیت در سازمان نسبت به سایر فعالیت‌ها دارای اولویت است (Dess et al., 2004).

مطابق نظر پیرس^۱، بیانیه مأموریت مورد توافق و خوب به سؤال‌های زیر درباره سازمان پاسخ می‌دهد:

۱. مشتریان. چه کسی مشتری آینده و حال سازمان (کسب و کار) است؟
۲. محصولات یا خدمات. چه چیزی محصولات یا خدمات عمده شرکت است؟
۳. بازارها. در کجا سازمان رقابت می‌کند؟
۴. فناوری. چه چیزی فناوری پایه شرکت است؟
۵. نگرانی برای ادامه حیات، رشد و سودآوری. نگرش شرکت در مورد اهداف اقتصادی شرکت چیست؟
۶. فلسفه. چه چیزی عقاید، ارزش‌ها، آرزوها و مزایای رقابتی شرکت است؟
۷. خودادراکی. چه چیزی مزایای رقابتی و قدرت عمده شرکت است؟
۸. نگرانی از تصور عمومی. تصور عمومی در مورد شرکت چیست؟

بیانیه مأموریت سندی بادوام از هدف تعریف شده است که شرکت کسب و کار را از انواع دیگرش متمایز می‌کند. بیانیه مأموریت، اظهار کسب و کار سازمان یا دلیلی برای بودن است. بیانیه مأموریت که به طور شفاف بیان شده باشد برای سازمان ضروری است تا به طور مؤثر باعث ایجاد اهداف، راهبردها، سیاست‌ها، اختصاص منابع و انگیزش کارکنان شود.

فرایند عامی که نشان‌دهنده چگونگی تدوین بیانیه مأموریت باشد، موضوعی است که کمتر به آن پرداخته شده است (Corohan et al, 1999). ویکهام (۱۹۹۷) فرایند تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی را در پنج مرحله بیان کرده است که هر کدام از این مراحل شامل تصمیم‌گیری یا تصمیماتی است که برای تدوین کلی بیانیه مأموریت مشارکت می‌کند. این مراحل عبارت‌اند از: عملکرد (چگونه بیانیه مأموریت برای توسعه عمل می‌کند)،

1. Pearce

روش‌شناسی

روش تحقیق توصیفی-تحلیلی از نوع کاربردی است. برای جمع‌آوری داده‌ها و نظرات صاحب‌نظران ورزشی از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه استفاده شد.

جامعه آماری تحقیق عبارت بود از مدیران ستادی سازمان ورزش و جوانان و اساتید مدیریت ورزشی، استادان گروه مدیریت کارآفرینی و گرایش مدیریت راهبردی در دانشگاه‌های شهر تهران. نمونه تحقیق، طبق جدول حجم نمونه مورگان و کرجسای از بین جامعه آماری (۷۹ نفر)، در مجموع ۶۴ نفر بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. نمونه آماری کسانی انتخاب شدند که آشنا به مباحث کارآفرینی و مدیریت راهبردی بودند یا تحقیقاتی را در این زمینه انجام داده بودند.

جدول ۱. توزیع نمونه آماری پژوهش

تعداد نمونه	تعداد جامعه	صاحب‌نظران ورزشی کارآفرینی در ورزش کشور
۲۱	۲۹	اساتید مدیریت ورزشی، کارآفرینی و راهبردی
۴۳	۵۰	مدیران ستادی سازمان ورزش و جوانان
۶۴	۷۹	مجموع

ابزار گردآوری داده‌ها

تعریف و ترسیم مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور (با تأکید بر حمایت سازمان ورزش و جوانان از رویکرد کارآفرینی در ورزش کشور) مستلزم مشارکت مسئولان و مدیران سازمان ورزش و جوانان و متخصصان این رشته است. علاوه بر این، در تدوین بیانیه مأموریت پیشنهادی کارآفرینی در ورزش، نه ویژگی برجسته مأموریت در نظر گرفته شد (جدول ۲).

با توجه به این عناصر و در نظر گرفتن نظرها و توضیح اساتید و پس از اطلاع‌رسانی نظرهای سایرین به تک‌تک افراد و اصلاح بر اساس آن، بیانیه‌های مأموریت

۲. هماهنگی با نظام ارزشی. رسالت باید با هنجارهای مخاطبان وفق داشته باشد، در غیر این صورت فاقد جذابیت و تأثیرگذاری خواهد بود. بیانیه رسالت باید تعیین‌کننده نقش نظام ارزشی مورد نظر در جامعه باشد (باقریان، ۱۳۷۸).

۳. صداقت. رسالت باید سازمان را آن‌گونه که هست و آنچه در نظر دارد معرفی نماید (مرتضوی و همکاران، ۱۳۸۵).

۴. محدود بودن در عین گستردگی. رسالت باید به اندازه‌ای محدود باشد که برخی فعالیت‌های مخاطره‌آمیز را حذف کند و تا اندازه‌ای گسترده و وسیع باشد که نوید رشد خلاقیت و نوآوری را بدهد (Kaplan, 2005).

۵. مشارکتی بودن. رسالت باید با مشارکت اعضا و استفاده‌کنندگان از خدمات و نظایر آن تهیه شود (Kaplan, 2005).

تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور ماهیت و مفهوم فعالیت‌های آینده سازمان ورزش و جوانان را برای مدیران ورزشی کشور بیان و راهبردهای مؤثری را برای کارآفرینی و اشتغال در ورزش کشور تعیین می‌کند، چرا که سودمندی بیانیه مأموریت وسیله‌ای جهت توسعه و اجرای فرایندهای کارآفرینانه است. بنابراین، از آنجا که تاکنون تحقیقی داخلی به منظور تعیین مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور انجام نشده است و با توجه به اینکه سند راهبردی نظام جامع ورزش کشور مأموریت کارآفرینی را برای ورزش تعیین نکرده است، این مقاله بر آن است تا در جهت بهره‌گیری از کارکردهای مثبت و باارزش کارآفرینی در ورزش به چگونگی تهیه و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی پردازد که یکی از اجزای مهم برنامه راهبردی کشور است. بنابراین، سؤال پژوهش حاضر این است که مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور چیست؟

جدول ۲. اجزای تشکیل‌دهنده مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور

ردیف	اجزای مأموریت	توضیحات
۱	مشتریان	جامعه (افراد تحصیل کرده و جوانان)
۲	محصولات یا خدمات	بررسی‌های علمی و ایجاد اشتغال
۳	بازارها	تمام افراد جامعه، به‌ویژه جوانان
۴	فناوری	رشد نوآوری‌ها و فناوری مرتبط با ورزش
۵	توجه به بقا، رشد و سودآوری	رشد و توسعه فعالیت‌های اقتصادی در ورزش کشور
۶	فلسفه	خدمت به جامعه ایران اسلامی تا فاصله خود را با کشورهای پیشرفته کاهش دهیم
۷	ویژگی ممتاز	وجود نیروهای جوان و مستعد در ورزش کشور
۸	توجه به تصور مردم	با انجام کار حرفه‌ای و تخصصی و با ایجاد رابطه مناسب و منطقی عملکرد کارآفرینی را به اطلاع جامعه برسانیم.
۹	توجه به کارکنان (جوانان)	توجه به آموزش و یادگیری

از شاخص‌های آماری درصد فراوانی و رسم جدول و نمودار استفاده شد.

مدرک تحصیلی اکثر پاسخگویان به پرسشنامه‌ها تربیت بدنی بود که ۶۲٪ نمونه‌های تحقیق را دربرمی‌گیرد. ۱۸/۶٪ اساتید مدیریت کمتر از ۵ سال، ۲۰/۹٪ بین ۶-۱۰ سال و ۲۰/۹٪ بین ۱۱-۱۵ سال و ۳۴/۹٪ بالای ۱۶ سال سابقه تدریس داشتند. همچنین، توزیع درصدی سابقه خدمت مدیران ستادی نشان می‌دهد حدود ۱۸/۶٪ کمتر از ۵ سال، ۲۱/۹٪ بین ۶-۱۰ سال و ۲۱/۹٪ نیز بین ۱۱-۱۵ سال و ۳۴/۸٪ از مدیران بالای ۱۶ سال سابقه خدمت داشتند. از میزان تحصیلات نمونه‌های تحقیق حدود ۲/۲٪ دیپلم، ۸/۸٪ فوق‌دیپلم، ۴۰٪ لیسانس، ۲۴/۴٪ فوق‌لیسانس و ۲۲/۲٪ دکتری داشتند. همچنین، سن ۵۰٪ نمونه‌ها ۳۰-۳۹ سال، ۳۳/۳٪ از نمونه‌ها ۴۰-۴۹ سال، ۱۱/۱٪ نمونه‌ها ۵۰-۵۹ سال و ۳/۳٪ نمونه‌ها ۶۰-۶۹ سال بود.

در بخش آمار استنباطی جهت اطمینان از مناسب بودن داده‌ها برای آزمون تحلیل عاملی، بررسی حداقل داده‌های Missing (کمتر از ۰/۰۲) در نظر بود. همچنین،

کارآفرینی در ورزش کشور متناسب با ویژگی‌های مورد نظر به دست آمد. از آنجا که روش‌شناسی تحقیق، با استفاده از رویکرد آمیخته از نوع اندراجی^۱ بود، با در نظر گرفتن عناصر جدول ۲ (نه مؤلفه) و به کارگیری آن در بخش کیفی تحقیق، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. یافته‌های حاصل از تحلیل و تلفیق مؤلفه‌های مأموریت کارآفرینی، در بردارنده چهار بیانیه مأموریت بود که به منظور استخراج مأموریت، پرسشنامه‌ای حاوی چهار بیانیه مأموریت پیشنهادی بر مبنای طیف پنج امتیازی لیکرت تنظیم و بین نمونه‌های تحقیق توزیع شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه را نیز اساتید مدیریت ورزشی و کارآفرینی تأیید کردند. پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/94$) به دست آمد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

ابتدا، یافته‌های تحقیق با استفاده از آمار توصیفی به دست آمد. در بخش آمار توصیفی، برای ارائه داده‌های توصیفی

1. embedded design

بحث و نتیجه‌گیری

مأموریت، چشم‌انداز سازمان‌ها از جایگاه آینده و چگونگی رسیدن به آن است. بیانیه مأموریت تعریف روشنی از مأموریت و هدف سازمان است. تعاریف بسیاری درباره بیانیه مأموریت وجود دارد، اما هنوز توافقی در تعریف مطلق و واحد برای آن نشده است (Strong, 1997).

بیانیه رسالت مؤثر، پایه‌ای محکم برای تمام تصمیم‌هایی است که تیم مدیریت سازمان اتخاذ خواهد کرد (طیبی، ۱۳۸۲). عملکرد عمده بیانیه مأموریت باید روشن سازد که سازمان چه چیزی را اجرا خواهد کرد. به عبارتی، بیانیه مأموریت باید شامل اهداف، اجزای متفاوت سازمان، شناسایی آینده سازمان و تعریف نقش گروه‌های مشارکت‌کننده باشد (Strong, 1997). بنابراین، بیانیه مأموریت برای هر نوع سازمان و به دلایل متنوع مفید خواهد بود. برای اینکه بیانیه مأموریت مؤثر باشد باید زمینه راهبردی کسب‌وکار متناسب و به‌خوبی ساختاربندی شود (Wickham, 1997).

هدف این پژوهش، تبیین و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور بود. نتایج حاصل از آزمون تحلیل عاملی، مأموریت کارآفرینی در ورزش را بدین صورت تدوین کرد: «مأموریت کارآفرینی در سازمان ورزش و جوانان فراهم کردن اقتصادی پویا برای ورزش، کمک به توسعه ورزش از طریق توسعه خصوصی سازی در جامعه به منظور گسترش نوآوری و ایجاد اشتغال است.» بیانیه مأموریت به‌دست آمده در این تحقیق با مأموریت کارآفرینی در وزارت کار (۱۳۸۸)، بیانیه‌های رسالت برنامه راهبردی اکت اسپرت (۲۰۰۶)، ایندیانا (۲۰۰۷)، کمیسیون اروپا (۲۰۰۸) و کانادا (۲۰۰۹)، آستین و همکاران (۲۰۰۶)، رتن و بایک (۲۰۱۰) و رتن و رتن (۲۰۱۱) مشابهت دارد. به عبارتی، مأموریت به دست آمده با مأموریت وزارت کار

نتایج اولیه این تحلیل نشان می‌دهد نسبت آزمون کایزر-میر-الکین^۱ برای ماتریس همبستگی مورد تحلیل که نشان‌دهنده کفایت داده‌هاست ۰/۸۶۵ بود. آزمون کرویت بارلت نشان‌دهنده میزان معناداری ماتریس همبستگی اطلاعات است (جدول ۳).

جدول ۳. آزمون بارلت و KMO در بررسی مناسب بودن سؤال‌های مربوط به مأموریت کارآفرینی در ورزش

شاخص کفایت اندازه‌گیری (KMO)		آزمون کرویت بارلت
۰/۸۶۵	χ^2	
۳۰۳/۹۴۹	df	
۶	p	

جدول ۳ معناداری آزمون بارلت و بالابودن مقدار آزمون KMO در سؤال‌ها را نشان می‌دهد ($P \leq 0/001$). همچنین، ضریب اشتراک سؤال‌های واریانس تبیین‌شده تحلیل عاملی با تأکید بر تمامی سؤال‌ها صورت پذیرفت. در نتیجه، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی، قوی‌ترین عامل با بیشترین بار عاملی مأموریت در نظر گرفته شد. جدول ۴ توزیع واریانس کل و جدول ۵ بارهای عاملی مأموریت‌ها را با استفاده از آزمون تحلیل عاملی نشان می‌دهد.

با توجه به جدول ۴، تنها یک عامل بیشتر از ۱ است که حدود ۸۴/۰۸٪ اثر آن عامل به‌دست آمده است. در جدول ماتریس عوامل، ارزش ویژه بیشتر از ۱ مدنظر است. بنابر تنها عامل نتیجه شده، مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور به‌دست آمد. نهایتاً، بیانیه مأموریت کارآفرینی در سازمان ورزش و جوانان، فراهم کردن اقتصادی پویا برای ورزش، کمک به توسعه ورزش از طریق توسعه خصوصی سازی در جامعه به منظور گسترش نوآوری و ایجاد اشتغال است.»

جدول ۴. توزیع واریانس کل مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور از دید پاسخ‌دهندگان

عناصر اصلی	مقدار ویژه اولیه			مجموع بارهای عاملی استخراج شده		
	جمع کل	واریانس (درصد)	cumulative%	جمع کل	واریانس (درصد)	cumulative%
۱	۳/۳۶۳	۸۴/۰۸	۸۴/۰۸			
۲	۰/۲۷۳	۶/۸۱	۹۰/۹			
۳	۰/۱۹۷	۴/۹۱	۹۵/۸۱	۳/۳۶	۸۴/۰۸	۸۴/۰۸
۴	۰/۱۶۷	۴/۱۸	۱۰۰/۰۰			

جدول ۵. بارهای عاملی مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور

بارهای عاملی	مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور
۰/۹۳	فراهم کردن اقتصادی پویا برای ورزش، کمک به توسعه ورزش از طریق توسعه خصوصی سازی در جامعه به منظور گسترش نوآوری و ایجاد اشتغال
۰/۹۲	پیوستگی میان جامعه، دولت، بخش خصوصی و صنعت ورزش به منظور استفاده کمتر از منابع مالی دولتی و ایجاد کسب و کارهای ورزشی در کشور
۰/۹۱	خدمت به جامعه ایران اسلامی و فراهم کردن زیرساخت‌ها و محیط مناسب برای ورزش کشور از طریق آموزش کارآفرینی به منظور گسترش فضای رقابتی در عرصه ورزش کشور
۰/۸۹	استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود در ورزش، توسعه پژوهش‌های منجر به نوآوری و گسترش خصوصی سازی به منظور ایجاد اشتغال در ورزش

در سطح بین‌المللی با کارآفرینی سازگاری دارد به ایجاد اشتغال، نوآوری، گسترش کسب و کار و ایجاد ارزش متمرکز شده است (Rarick & Vittonal, 1995).

در رابطه با عنصر نوآوری در بیانیه مأموریت، گرمن و دوران (۱۹۹۹) نتیجه گرفتند برای مأموریت کسب و کارهای کارآفرینانه عناصری مانند ایجاد عملکرد بالا باعث ایجاد عقاید نو در کارآفرینان و مدیران می‌شود (Gorman & Doran, 1999). از طرفی، ایجاد ارزش و پویایی اقتصادی عنصر مهم دیگری در بیانیه مأموریت بوده است، به گونه‌ای که راریک و ویتونال (۱۹۹۵) نتیجه گرفتند میزان بازگشت سرمایه و پویایی اقتصادی برای کارآفرینان دارای مأموریت ۱۶/۱ درصد و برای کارآفرینان بدون بیانیه مأموریت ۹/۷ درصد بوده است.

مأموریت کارآفرینی در ورزش با در نظر گرفتن یکی از بخش‌های آن، شامل فراهم کردن اقتصادی پویا، نشان‌دهنده این واقعیت است که گردش پولی و پویایی در اقتصاد یکی از عوامل مهم در موفقیت کارآفرینان ورزشی

از نظر مؤلفه‌های بهبود فضای کسب و کار و ایجاد اشتغال با مأموریت کارآفرینی ایندیانا در مؤلفه توسعه زیرساخت‌های کسب و کار مشابهت دارد. از طرفی، این بیانیه با بیانیه مأموریت کارآفرینی اکت اسپرت و ایالت ایندیانا از حیث مؤلفه توسعه بخش خصوصی مشابهت دارد. به نظر می‌رسد که بیانیه مأموریت کارآفرینی در سازمان‌ها بر ایجاد اشتغال و گسترش خصوصی سازی و ایجاد کسب و کارهای کوچک بر محور نوآوری‌ها متمرکز است. در واقع، مأموریت مشترک کارآفرینی در سطح بین‌المللی، رسیدن به جایگاه والای اشتغال و نوآوری است، چرا که بیانیه مأموریت کارآفرینی در سازمان‌ها بر هدف اولیه کسب و کار در سازمان تأکید می‌کند و کسب و کار یا حرفه سازمان را تعریف می‌کند (Witham, 2009).

از طرفی، بیانیه‌های مأموریت سازمان‌های کارآفرین شناسایی و ایجاد نوآوری‌ها، ایجاد محصولات و خدمات اساسی و تعهد جهت پویایی اقتصادی بیان شده است (Gorman & Doran, 1999). به عبارت دیگر، رسالتی که

کارآفرینی باید رسیدن به نوآوری و در نتیجه ایجاد اشتغال در جامعه باشد.

بنابراین، در نتیجه‌گیری کلی به نظر می‌رسد مأموریت کارآفرینی ورزشی در جامعه تبیین‌کننده اهداف عملیاتی و راهبردهایی برای رسیدن به اقتصاد پایدار، خصوصی‌سازی، اشتغال و نوآوری برای جوانان باشد. توجه هر چه بیشتر به این امر بحث اساسی جامعه کنونی ورزش و گامی راه‌گشا در دستیابی به چشم‌انداز ۱۴۰۴ است. بنابراین، با در نظر گرفتن این مهم، می‌توان از کاربردی‌ترین اقدامات برای دستیابی به بیانیه‌ی مأموریت موارد زیر را نام برد:

- تلاش در جهت ایجاد نظام تحقیق و توسعه برای گسترش دانش و نوآوری؛
- توجه مدیران به رویکرد کارآفرینی و تدوین برنامه‌ای مؤثر برای بخش کارآفرینی در ورزش کشور؛
- کمک به حمایت از توسعه بخش خصوصی و در نتیجه تسهیل فرایند خصوصی‌سازی؛
- تسهیل همکاری با توسعه کسب‌وکارهای ورزشی در بازارهای داخلی؛
- کمک به تقویت ارتباط مراکز علمی دانشگاه‌ها با صنعت ورزش و تأسیس مرکز تحقیق صنعت ورزش به منظور حمایت از نوآوری در ورزش و تجاری‌سازی دانش در بخش ورزش؛
- بهبود مزایای مالی و واگذاری‌های مالیاتی باشگاه‌های ورزشی که مشارکت و فرصت‌های داوطلبانه را افزایش دهد.

بنابراین، در نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت، توجه به اقتصادی پویا و پایدار که لازمه آن توسعه خصوصی‌سازی و افزایش رقابت در جامعه است تبیین‌کننده مهم حرکت در راستای چشم‌انداز ۱۴۰۴ خواهد بود. در نهایت، توسعه

است، به گونه‌ای که فقدان این گردش پولی در بازارها به‌ویژه در کسب‌وکارهای ورزشی به راکد شدن کسب‌وکار و کارآفرینی می‌انجامد. در واقع، بیانیه مأموریت کارآفرینی نشان‌دهنده این است که علت وجود کارآفرینی در جامعه فراهم آوردن اقتصادی پایدار و پویاست (King et al., 2013). بنابراین، با در نظر گرفتن این بخش از مأموریت، باید اهداف و راهبردهایی برای فراهم آوردن اقتصاد پویا در جامعه ورزش کشور فراهم شود، با توجه به اینکه کسب‌وکارهای ورزشی چه در بخش خدماتی و چه در بخش تولیدی با لحاظ کردن اقبال جوانان به ورزش در ایجاد این پویایی و اثرگذاری بر تولید ناخالص ملی کمک می‌کند.

یکی دیگر از بخش‌های بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش، توسعه ورزش کشور به کمک توسعه خصوصی‌سازی است. با توجه به اینکه یکی از تعاریف توسعه ورزش، رویکردهای و ساختارهایی برای ایجاد قابلیت‌ها و عملکردهای جامعه به منظور توان‌مندسازی جامعه است و توان‌مندسازی جامعه با مشارکت افراد جامعه در ورزش اتفاق می‌افتد، به نظر می‌رسد یکی از راهکارهای توسعه ورزش و کاهش دخالت دولت در امر ورزش، توسعه خصوصی‌سازی به منظور مشارکت هر چه بیشتر جامعه در بخش ورزش است. در واقع، می‌توان گفت پویایی اقتصادی با راه‌حل آن یعنی خصوصی‌سازی در تعامل است.

مأموریت برنامه‌های ورزشی در انگلستان افزایش مشارکت بخش خصوصی برای حداکثر سرمایه‌گذاری و مشارکت در ورزش بیان شده است (Sport England Organization, 2011). این بیانیه با در نظر گرفتن هدف آن یعنی نوآوری و ایجاد اشتغال کامل شده است. با توجه به اینکه اقتصادهای پیشرو در جهان به سمت دانش‌محوری و نوآوری سوق داده شده است، به نظر می‌رسد مأموریت

کشور به طور اخص به کارآفرینی توجه نکرده، لزوم بازنگری در آن برای تدوین نظام جامع کارآفرینی در ورزش ضروری است. بنابراین، لازم است با در نظر گرفتن مأموریت کارآفرینی، راهبردها و اولویت‌هایی از قبیل کاهش موانع اداری راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید و فعالیت‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی در تمام سطوح آموزشی با تمرکز بر دانشکده‌های تربیت بدنی و تقویت ارتباط مراکز علمی دانشگاه‌ها با صنعت ورزش برای کشور در نظر گرفته شود.

کارآفرینی در ورزش کشور با در نظر گرفتن مأموریت آن (ایجاد اشتغال در جامعه) خواهد توانست به توسعه هر چه بیشتر کارآفرینی و توسعه صنعت ورزش کمک کند. در نتیجه، لازم است به مأموریت کارآفرینی به عنوان اصل مهم در سازمان ورزش توجه شود تا به عملکردها و اهداف مربوط به کارآفرینی در ورزش واقع‌بینانه و عمل‌گرایانه‌تر نگاه شود. این مهم لزوم توجه به رویکردی راهبردی برای کارآفرینی در ورزش کشور را می‌طلبد که این وظیفه متوجه سازمان ورزش و جوانان به عنوان متولی امر ورزش در کشور است. از آنجا که سند راهبردی نظام جامع ورزش

منابع

۱. یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۳۸۷). «کارآفرینی در ورزش کشور». چکیده مقالات اولین همایش ملی مدیریت ورزشی با تأکید بر سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران. تهران: بامداد کتاب.
۲. سازمان تربیت بدنی (۱۳۸۴). مطالعات تفضیلی توسعه منابع مالی. تهران: انتشارات سیب سبز.
3. Wickham, P.A. (1997). "Management Decision". *Journal of Management*, 35(5): 373-381.
4. Prajapati, K. (2008). 11 Annual convention of the strategic management– forum. Indian Institute of Technology Kanpur, Strategic Issues in SMEs.
۵. آقازاده، هاشم (۱۳۸۴). «مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک». ماهنامه تدبیر. سال چهاردهم، ص ۱۴۰.
۶. شانه‌ساززاده، محمدحسن (۱۳۸۰). داوری، دردانه، مدیریت استراتژیک از تئوری تا عمل. تهران: انتشارات آشنا.
۷. اسکات، سینتیا دی.؛ دنیس، تی جف،؛ توبی، گلن (۱۳۸۶). چشم‌انداز، ارزش‌ها و مأموریت سازمانی. ترجمه غلامحسین خانقایی، سامان هزارخانی، تهران: انتشارات نسل نواندیش.
8. Witham, T. (2009). On a Mission, Credit Union Management. (30 Mar). [www. Theresa.cues.org].
9. Walker, J.L.A. (2012). Mission Statement Creation and Dissemination in Service Organization Reaching all Employees to Provide Unified Organizational Direction. *General Interest*: 86.
10. Larwood, L.; Falbe, M.; Kriger, M.P.; Miesing, P. (1995). "Visioning". *Academy of Management Journal*, 38(3): 790-769.
۱۱. خبرگزاری دانشجویان ایران (۱۳۸۸). ۱ شهریور. [www.isna.ir/ISNA/NewsView.asp? ID=News-1384350].
12. Powerhouse Team. (2009). (28 March). [www.powerhouse.ca/index.php?option=com_content&view=article&id=65&itemid=62].
13. Pascal, A. (2002). *OECD Small and Medium Enterprise Outlook, Organization for Economic and Development*. OECD Publication Service, France: Paris Cedex.
14. ACTSPORT Strategic Plan 2006-2009. (2006). *Leading The Sport Industry in the Act Sport Strategic Plan. Final Report, Leading the Sport and Recreation Industry*, Canberra.
15. Austin, J.; Stevenson, H.; Wei-Skillern, J. (2006). "Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1): 1-22.
16. Bosma, N.; Acs, Z.J.; Autio, E.; Coduras, A.; Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report*.
17. James Cook (2011). *University of Australia. Bachelor of Business (sports & events Management)*. (25 Apr.).

18. www.jcu.edu.au/business/JCUPRD_037555.html
19. European Commission. (2008). Entrepreneurship in Higher Education Especially Within Nonbusiness Studies. Final Report of the Expert Group.
20. Ratten, V.; Babiak, K. (2010). "The role of social responsibility, philanthropy and entrepreneurship in the sport industry". *Journal of management & organization*, 16(4): 482-487.
21. Ratten, V.; Ratten, H. (2011). "International sport marketing: practical and future research implications". *Journal of business and industrial marketing*, 26(8): 614-620
22. Kuratko, D.; Hodgetts, M. (2001). *Entrepreneurship, a contemporary approach*, 5th E.D. Orlando Florida, USA.
23. Berret, T.; Burton, S.; Slack, T. (1993). "Quality Products Quality Service, Factors Leading to Entrepreneurial Success in the Sport and Leisure Industry". Part of the Taylor & Francis Group, 14: 93-106.
۲۴. دیوید، فرد. آر. (۱۳۸۳). مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲۵. سرتو، ساموئل؛ پیتر، پائول (۱۳۸۰). مدیریت استراتژیک. ترجمه علی شمخانی. تهران: انتشارات دوره عالی جنگ.
26. Hoskisson, I. (2006). *Strategic Management Competitive and Globalization*. 6th ED. paper back.
27. Campbell. A.; Yeung, S. (1991). "Creating a Sense of Mission". *Long Range Planning Journal*, 24(4): 10-20.
28. Strong, C. (1997). "The Question We Continue to Ask: How Do Organization Define Their Mission?". *Journal of Marketing*, 3(4): 268-283.
29. Bartkus, B.; Glassman, M.; Mcafee, B. (2006). "Mission Statement Quality and Financial Performance". *European Management Journal*, 24(1): 88-94.
30. Corohan, D.; Fred, D.; Kendrich, G. (1999). "Strategic Planning". *Journal of Business strategies*, 25 (2): 27-39.
31. Qin, X.,; Gao, Z.,; Ma, X.,; Mao, L. (2012). The Existence, Quality, Focus, and Antecedents of Corporate Vision and Mission: Evidence from the Top 500 Chinese Enterprises. *Impacts of Emerging Economies and Firms on International Business*, 76.
32. Dess, G.G.; Lumpkin, F.T.; Taylo, L.R. (2004). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages*. 5th.Ed. Elsevier publication. Oxford, UK.
۳۳. باقریان، محمد (۱۳۷۹). مفاهیم و چارچوب مدیریت راهبردی با نگرش بومی، تهران: نشر مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۳۴. مرتضوی، سعید؛ دعائی، حبیب‌اله؛ شربتدار، موسی (۱۳۸۵). فرایند تبیین و بیانیه سازمان (مورد مطالعه: آستان قدس رضوی). اولین کنفرانس مدیریت استراتژیک، تهران.
35. Kaplan, J.D. (2005). "Strategic IT Portfolio: Management". *European Journal of Operational Reasearch*, 5: 25-36.
۳۶. طیبی، سیدجمال‌الدین؛ ملکی، محمدرضا (۱۳۸۲). برنامه‌ریزی استراتژیک. تهران: نشر ترمه.
37. Gorman, C.; Doran, R. (1999). "Mission statements in Small and Medium Businesses". *Journal of Small Business Management*, 59-66.
38. Rarick, C.; vittonal, J. (1995). "Mission Statements Make Cents". *Journal of Business Strategy*, 16: 11-12.
39. King, Darwin L.; Case, Carl J.; Premo, Kathleen M. (2013). "Does Company Size Affect Mission Statement Content?". *Academy of Strategic Management*, 12.1:13.
40. Sport England. (2011). (28 April). www.uk sport.gov.uk/pages/ideas4innovation.

Framework of Developing and Explaining an Entrepreneurship Mission Statement in Sport of Iran from the View Point of Sport Experts

Habib Honari¹, Zeynab Mandalizadeh^{2*}

(Received: 13 April 2013 Accepted: 4 Sep. 2013)

Abstract

The purpose of this paper is framework of developing and explaining an entrepreneurship mission statement in sport of Iran from the view point of sport experts which is the results of research in developing a strategic plan for entrepreneurship in sport of Iran. In this study (quality and quantity) was obtained by interview the view point of sport management elites. A research designed questionnaire was developed on this basis and according to elements of mission statement and after validity verification (by professors) and reliability ($\alpha=0.94$), the questionnaire was distributed among physical education organization top managers, club managers, and professors of sport management. Then data analysis was obtained by using Bartlett, Kaiser, and factor analysis tests. In conclusion, mission of entrepreneurship in sport orienting physical education organization was developed: "mission of entrepreneurship is providing dynamic economic for sport industry and help to sport development by privatization in society in order to develop innovation and employment." So entrepreneurship mission statement in sport of Iran determines nature and concept of future activates in organization of physical action, in order to create employment and development the effective entrepreneurship plan in the same course.

Keywords

entrepreneurship, mission, sport and youth organization, strategic.

1. Assistant Professor in Sport Management, University of Allameh, Tehran, Iran

2. PhD Condidate in Sport Management, University of Modares, Tehran, Iran

Email: zmondalizade@yahoo.com