رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی
دورۀ۲، شمارۀ ۴، بهار ۱۳۹۳
ص ص : ۳۵ - ۲۱

شناسایی شاخص‌های کارآفرینی پایدار در ورزش

۱.زینب مندعلی زاده* - ۲. محمد احسانی - ۳. هاشم کوزه چیان – ۴. حبیب هنری

۱.دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، ۲و۳.استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، ۴.دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت : ۲۷ / ۰۷ /۱۳۹۳ ، تاریخ تصویب : ۲۵ / ۱۲ / ۱۳۹۳)

چکیده

هدف تحقیق حاضر، تعیین شاخص‌های کارآفرینی پایدار در ورزش است. روش تحقیق کیفی است که با توجه به اکتشافی بودن تحقیق، از رویکرد دلفی فازی استفاده شد که بر این اساس، میزان موافقت خبرگان از شاخص‌های مورد نظر ارزیابی شد. خبرگان این تحقیق شامل استادان مدیریت ورزشی و کارآفرینی و کارآفرینان ورزشی بود. راهبرد نمونه‌گیری، انتخاب موارد حاد و تیپیک بود. نتایج حاصل از سه دور دلفی فازی، ۶۴ شاخص برای کارآفرینی پایدار ورزش کشور را معرفی کرد، به‌گونه‌ای‌که با در نظر گرفتن رویکرد سیستمی از بعد اجتماعی شاخص‌های ورودی شامل سرمایۀ انسانی، سرمایۀ اجتماعی و سرمایۀ فرهنگی بود، از بعد اقتصادی شاخص‌های حمایتی شامل سرمایۀ مالی و سرمایۀ فیزیکی و از بعد محیطی شاخص‌های حمایتی شامل سرمایۀ رابطه‌ای و سرمایۀ سازمانی بود و در نهایت شاخص‌های نتیجه‌ای یا برونداد شامل بهره‌وری اجتماعی، بهره‌وری اقتصادی، عدالت در ابعاد اقتصادی-اجتماعی بود. در نتیجه اهمیت تعیین شاخص‌های پایداری برای کارآفرینی ورزشی و لزوم توجه مدیران و سیاستمداران توسعۀ ورزش به این بخش را مورد تأکید قرار می‌دهد. در واقع مدل حاصل از شاخص‌های پایداری در کارآفرینی ورزشی، با در نظر گرفتن فرایند و نتایج و رویکرد سیستمی، نگاه جامعی به برنامه‌ریزی برای توسعۀ کارآفرینی در ورزش دارد.

واژه‌های کلیدی

تئوری سرمایه، رویکرد سیستمی، دلفی فازی، کارآفرینی پایدار، ورزش.

* - نویسنده مسئول : تلفن : ۰۹۱۳۲۷۷۲۳۲۵

Email:zmonadalizade@yahoo.com

مقدمه

امروزه ورزش بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی انسان است. زمانی‌که تنوع گسترده‌ای از بخش‌های مرتبط با ورزش در نظر گرفته می‌شود، نسبت معناداری از نیروی کار در ملت‌های توسعه‌یافته مانند آمریکا، استرالیا، انگلستان و ژاپن وجود دارد که به صنعت ورزش به‌عنوان وسیلهٔ امرار معاش وابسته‌اند. برای مثال سازمان آمار نیروی کار آمریکا گزارش کرد که تا سال ۲۰۱۲، ۱۲۶۳۰ ورزشکار حرفه‌ای،۱۹۳۸۱۰ مربی، ۵۶۳۰ داور و مسئول و ... وجود دارد. بنابراین ورزش، صنعت در حال رشد و گسترده‌ای در نظر گرفته شده و از نظر جهانی ارزش آن ۶۰۰ میلیارد دلار برآورده شده است، ازاین‌رو کسب‌وکارهای ورزشی در بخش خدمات و صنعت از این قاعده مستثنا نبوده و می‌توانند در راستای اهداف توسعهٔ پایدار در ورزش مشارکت کنند، چراکه سهم مشارکت کسب‌وکارهای ورزشی در بخش خدمات و صنایع شایان توجه است (۸).

اگر به کارآفرینی در ورزش به‌عنوان بعد تنها اقتصادی نگاه شود و منافع جامعه و ذی‌نفعان آن در نظر گرفته نشود، چنین کارآفرینی‌ای نمی‌تواند اهداف اجتماعی و نهادی را که همان اهداف توسعهٔ پایدار است، پوشش دهد. در نتیجه کسب‌وکارهای کارآفرینانهٔ ورزشی باید علاوه‌بر حداکثر سودآوری، ذاتاً دارای مسئولیت اجتماعی و محیطی نیز در جامعه باشند، به‌گونه‌ای‌که امروزه مسئولیت اجتماعی و محیطی در ورزش، به‌طور روزافزونی در شکل دادن کسب‌وکارها، اقتصاد، سیاست‌های اجتماعی و محیطی مهم تلقی شده است. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکتی بخش جدایی‌ناپذیری از محیط کسب وکارهای ورزشی است که می‌تواند بر کیفیت زندگی کارکنان، مشتریان، ذی‌نفعان و ساکنان محلی تأثیرگذار باشد (۲۸). در مطالعه‌ای گیلمور، گالوفر و ادویر[1] (۲۰۱۱) خودِ کسب‌وکارهای ورزشی مانند باشگاه‌های ورزشی را به‌عنوان کارآفرینی اجتماعی معرفی می‌کنند (۱۴)، چراکه از نظر این محققان، سودآوری چنین باشگاه‌هایی چندان نیست، ازاین‌رو سهم زیادی در مسئولیت اجتماعی ایفا می‌کنند. در واقع کسب‌وکارهای ورزشی، از مسئولیت اجتماعی و محیطی به‌عنوان بخشی از عملکرد خود به‌منظور دستیابی به مزیت رقابتی استفاده می‌کنند (۲۸). بنابراین کارآفرینی پایدار با در نظر گرفتن سه بعد محیطی، اقتصادی، اجتماعی و استمرار و نهادینه شدن کارآفرینی (پایداری کارآفرینی) یا به‌عبارتی ماندگاری کارآفرینی تحقق‌یافته، خود موضوع مهمی است که نقش اساسی در توسعهٔ پایدار ورزش دارد، چراکه توسعهٔ پایدار ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی را شامل می‌شود که در این زمینه کارآفرینی ورزش نیز می‌تواند در چنین ابعادی دسته‌بندی شود که در مطالعهٔ تیلی و یانگ[2] (۲۰۰۹) به آن پرداخته شده است (۳۳).

مطالعات گسترده‌ای به تعیین شاخص‌های کارآفرینی پایدار پرداخته‌اند. از جمله شاخص‌های در نظر گرفته‌شده برای کارآفرینی پایدار در ورزش شامل آموزش کارآفرینان، عملکرد توسعهٔ باشگاه‌های ورزشی، میزان مشارکت افراد در ورزش و باشگاه‌های ورزشی (۲۲)، توسعهٔ بخش داوطلبی (۲۱)، افزایش مشارکت نهادهای دولتی در ورزش و افزایش اشتیاق برای مشارکت داوطلبانه (۵) است. از طرفی شاخص‌های پایداری از طرف بانک جهانی براساس سرمایه‌های موجود از جمله سرمایه‌های مالی، انسانی، اجتماعی، نهادی و غیره دسته‌بندی شد (۲۴). بر این اساس شاخص‌های پایداری کارآفرینی نیز مبتنی بر شاخص‌های حاصل از سرمایه در تحقیقات گودوین[3]

1. Gilmore, Gallogher and O' Dwyer
2. Tilley and Young
3. Goodwin

(۲۰۰۳) و هوتینگ و ریجندرز[1] (۲۰۰۴) استفاده شده است (۱۷،۱۵). در واقع این شاخص‌ها می‌تواند روشن‌کنندهٔ فرایند و مسیری به‌منظور دستیابی به نتایج کارآفرینی پایدار ورزش باشد.

اما تعریف شاخص چیست و چه نقشی در پایداری و استمرار اهداف اجتماعی و اقتصادی دارند. در واقع تعریف دقیقی از شاخص وجود ندارد و معمولاً با نوعی همپوشانی یا مکمل به‌کار می‌روند، با این حال، شاخص‌ها ابزارهایی هستند که برای سنجش اقداماتِ برنامه‌ریزی و ارزیابی نتایج آن براساس اهداف مورد نظر استفاده می‌شوند. در واقع شاخص، ابزاری برای مقایسهٔ تغییرات یک پدیده در دو زمان متفاوت است. بنابراین می‌توان گفت یکی از کاربردهای تدوین شاخص‌ها، تعیین وضع موجود و برنامه‌ریزی برای آینده است. در واقع شاخص‌ها ابزارهایی هستند که موضوعات و گرایش‌های مهم را اندازه‌گیری و آسان‌تر کرده و بین آنها ارتباط برقرار می‌کنند (۳۴). شاخص‌ها به‌عنوان اهداف راهبردی شناخته شده‌اند و اهمیت این شاخص‌ها به‌دلیل تأکید زیاد آنها برای ارزیابی برنامه‌هاست. بنابراین شاخص‌ها می‌توانند اطلاعات باارزشی را برای وضعیت کارآفرینی و کسب‌وکارهای ورزشی ارایه دهند. در این زمینه اگر به شاخص‌ها استناد کنیم می‌توانیم اطلاعات انتقال‌یافته را بررسی کنیم که موجب می‌شود نوع پایداری‌ای را که می‌خواهیم به‌دست آوریم و مشکلاتی را که در این راه وجود دارد تعریف و محدود کنیم (۶). بنابراین با تدوین شاخص‌ها می‌توان تعریف روشنی برای انتخاب، اندازه‌گیری و تبیین توسعه‌یافتگی یا حتی عقب‌ماندگی جوامع در هدف مورد نظر ارایه کرد (۲). این شاخص‌ها باید نگرانی‌های عمده را مورد توجه قرار دهند. بنابراین مجموعه‌ای از کاربردهای موردی شاخص‌ها که مناسب دیده شده است کافی نیست.

1. Hueting and Reijnders

شاخص‌ها به‌عنوان مجموعه‌ای از رویکردهایی منظم‌تر باید تعادل سیستم و محیط را در نظر بگیرند که محیط می‌تواند گسترده و شامل ابعاد اقتصادی، محیطی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی باشد. تعداد شاخص‌ها باید تا حد ممکن کم باشد، اما نباید کمتر از ضرورت مورد نیاز باشد (۶).

شاخص‌ها با توجه به اهداف پایداری تعریف می‌شوند. نکتهٔ بااهمیت دیگر این است که شاخص‌های پایداری گسترده‌ای در برخی تحقیقات وجود دارد، اما در غیاب تئوری یا با وجود تئوری‌های ضعیفی حمایت و بیان شده است. اگرچه بسیاری از شاخص‌های گزارش‌شده برای بیان پایداری، شاخص‌های سادهٔ اقتصادی و اجتماعی یا شاخص‌های بیان‌شده در گزارش‌های قبلی و بدون هیچ‌گونه اصلاحی‌اند، بدون روش‌شناسی منسجم بررسی و بیان این شاخص‌ها سؤال‌برانگیز است. روش‌شناسی مربوط به تعیین این شاخص‌ها ارزشمند است، چراکه اعتبار بیشتری را برای انتخاب شاخص‌ها و مشارکت اثربخشی را برای تعیین این شاخص‌ها در بر دارد (۶).

نکتهٔ مهم دیگر این است که شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی به هم وابسته‌اند و با یکدیگر همپوشی دارند و برخی محققان بر این باورند که آنها نباید جداگانه در نظر گرفته شوند، درحالی‌که برخی دیگر از محققان با در نظر گرفتن اهداف تحقیق آنها را جداگانه به‌کار می‌برند (۹).

در هر حال تعیین شاخص‌هایی که در برگیرندهٔ ویژگی‌های توسعهٔ پایدار باشد، آسان نیست. در این راستا، باید ویژگی‌هایی مانند اهمیت شاخص، اطلاعاتی بودن، قابل فهم بودن، عملی بودن، ثبات، خلاصه بودن، سادگی، پوشش گستردهٔ اهداف و امکان ارزیابی کمّی برای شاخص‌ها در نظر گرفته شود. از دیگر شاخص‌های خوب برای توسعهٔ پایدار؛ دقیق، شفاف و قابل توضیح بودن، رایج

بودن، اعتبار تحلیلی و پایایی علمی است؛ به‌طوری که قابلیت اندازه‌گیری را داشته باشد و مبهم نباشد و از نظر تعداد اندک باشد (۹).

نکتهٔ مهم در مورد شاخص‌ها این است که شاخص‌ها برای هر کشوری منحصر به فرد است (۲۰)، که این ممکن است به‌دلیل ویژگی‌های فرهنگی، سیاسی و جغرافیایی آن کشورها باشد که توسعهٔ پایدار را با توجه به اهداف خود، به گونه‌های مختلفی در نظر گرفته‌اند. به‌عبارتی شاخص-های پذیرفته‌شدهٔ جهانی وجود ندارد (۹). همچنین برای تعیین شاخص‌ها هم رویکرد روش‌شناختی و هم داشتن تئوری‌های معتبر برای توضیح و تعیین شاخص‌ها باید بررسی شود (۹،۲۰).

بنابراین شاخص‌ها به‌عنوان ابزار مدیریتی پذیرفته شده‌اند و از این شاخص‌ها انتظار می‌رود که به سیاستمداران به‌منظور ارزیابی پیشنهادها، انتخاب خط-مشی‌ها و پذیرفتن سیاست‌ها و اهداف براساس عملکرد واقعی کمک کنند؛ علاوه‌بر این شاخص‌ها می‌توانند مفهوم کارآفرینی پایدار را برای عموم افراد جامعه قابل درک کنند (۲۹)، در نتیجه لزوم تبیین این شاخص‌ها در بخش کسب‌وکارهای ورزشی ضروری به‌نظر می‌رسد. همچنین عدم دوام کسب‌وکارهای ورزشی خود گویای مسائل و مشکلات بر سر کارآفرینی ورزشی است. بنابراین با توجه به این مسائل و اهمیت توسعهٔ پایدار کارآفرینی ورزشی و اهمیت آن در اقتصاد و جامعه و نیز با در نظر گرفتن اینکه تاکنون تحقیقی داخلی به‌منظور شناسایی شاخص-های پایداری کارآفرینی ورزشی صورت نگرفته است، این تحقیق بر آن است تا به این پرسش پاسخ دهد که شاخص‌های پایداری کارآفرینی ورزشی چیست؟

روش تحقیق

روش این تحقیق کیفی بود و از رویکرد دلفی فازی استفاده شد. در بخش روش‌شناسی، دو رویکرد اساسی برای تعیین شاخص‌های توسعهٔ پایدار وجود داشت: ۱. رویکرد از بالا به پایین یا فرایند کارشناسان فنی ناظر؛ ۲. رویکرد پایین به بالا با مشارکت معنادار ذی‌نفعان که تحت تأثیر شاخص‌های توسعهٔ پایدارند (۴). در رویکرد دوم تأکید بر کیفیت تصمیم‌گیری اهمیت زیادی دارد، چنانکه وبلر، کاستنهولز و رین (۱۹۹۵)، بیان می‌کنند که شایستگی تصمیم‌گیری نهایی زمانی بیشتر است که دانش ذی‌نفعان را شامل شده و هم اینکه دانش متخصصان نیز به‌طور عموم بررسی شود. شایستگی، توانایی رسیدن به بهترین تصمیم ممکن به‌گونه‌ای عاقلانه است که در شرایط کنونی گرفته می‌شود. در نتیجه مشارکت کارشناسان در زمینه‌های علمی متنوع، به‌دلیل تأثیرات آن بر تصمیم نهایی می‌تواند توجیه شود (۳۵). همچنین در مقایسه با دیگر فرایندهای تصمیم‌گیری، کارایی به‌دست‌آمده از رویکرد مشارکتی قابل بررسی است، بنابراین رویکرد مشارکتی تضادها را کاهش می‌دهد، زیرا از طریق مشارکت ذی‌نفعان با منافع متضاد می‌توانیم توافقات قابل قبول برای همه را به‌دست آوریم (۱۳). رویکرد مورد استفاده در این تحقیق استفاده از روش اول در شناسایی شاخص‌های کارآفرینی پایدار در ورزش است که در آن از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی بهره گرفته شد.

در بین مهارت‌های تصمیم‌گیری و بررسی دقت همگرایی تصمیمات، دلفی یکی از روش‌هایی است که معمولاً به‌کار گرفته می‌شود. ویژگی مهم دلفی ناشناختگی آن، فرایند تکرارشدنی، فرایندهای بازخوردی و همگرایی اعضای گروه از طریق مشارکت یکسان در نتایج است (۳۰). روش کار عبارت است از بررسی و جمع‌آوری نظر کارشناسان در زمینه‌های خاص از طریق پرسشنامه. اگر اتفاق آرا یا تبادل نظر در میان کارشناسان وجود نداشته باشد، محقق میانگین ۵۰ درصد نتیجه را به‌عنوان نظر جمعی انتخاب می‌کند. اگر این نتیجه با استاندارد

همگرایی جور در نیاید، این بررسی و جمع‌آوری نظرها باید تکرار شود تا به استاندارد مطلوبی دست پیدا کرد (۳۶). همگرایی یکی از مفاهیم اساسی دلفی و درجه‌ای از توافق در تصمیم مورد نظر است (۱۱).

روش دلفی فازی، تلفیقی از تئوری مجموعه‌های فازی و روش دلفی است. بنابراین به‌جای روش دلفی معمولی، روش دلفی فازی بی‌ثباتی تصمیمات را بهبود می‌بخشد. این روش دستیابی به توافق قاطع میان اعضای گروه را در کوتاه‌مدت بهبود می‌بخشد (۱۱).

جدول ۱. اعداد فازی مثلثی متغیرهای کلامی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی	میانگین اعداد فازی
خیلی زیاد	(۰/۸۵،۱،۱)	۰/۹۵
زیاد	(۰/۷۵ ،۰/۸۵، ۰/۶۵)	۰/۷۵
متوسط	(۰/۴۵،۰/۵۵،۰/۶۵)	۰/۵۵
کم	(۰/۲۵،۰/۳۵،۰/۴۵)	۰/۳۵
خیلی کم	(۰،۰،۰/۲۵)	۰/۰۸

پرسشنامهٔ دلفی فازی با هدف کسب نظر خبرگان در مورد میزان موافقت با شاخص‌های پیشنهادی طراحی شده است و خبرگان از طریق متغیرهای کلامی[1] نظیر خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی‌زیاد میزان موافقت خود را ابراز کردند (جدول ۱).

میانگین اعداد فازی با استفاده از رابطهٔ ۱، محاسبه شده است:

$$x = \frac{m + \alpha + \beta}{3} \qquad (۱)$$

سپس با شمارش تعداد پاسخ‌ها برای هر مقوله، میانگین فازی با توجه به روابط ذیل محاسبه شد:

(۲)

$$A_i = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}), i = 1, 2, 3, ..., n$$

(۳)

$$A_{ave} = (m_1, m_2, m_3) = (\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_1^{(i)}, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_2^{(i)}, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_3^{(i)})$$

در رابطهٔ۳، A_i بیانگر دیدگاه خبره i ام و A_{ave} بیانگر دیدگاه‌های خبرگان است.

بعد از مرحله نخست دلفی و محاسبهٔ میانگین، مجدداً به‌منظور اطمینان از همگرایی در پاسخ‌ها، پرسشنامه به خبرگان ارسال شد. این فرایند تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که اختلاف بین دو مرحله کمتر از حد آستانه خیلی کم شود (۷). میزان اختلاف بین دو مرحله با استفاده از رابطهٔ ۴ محاسبه شد:

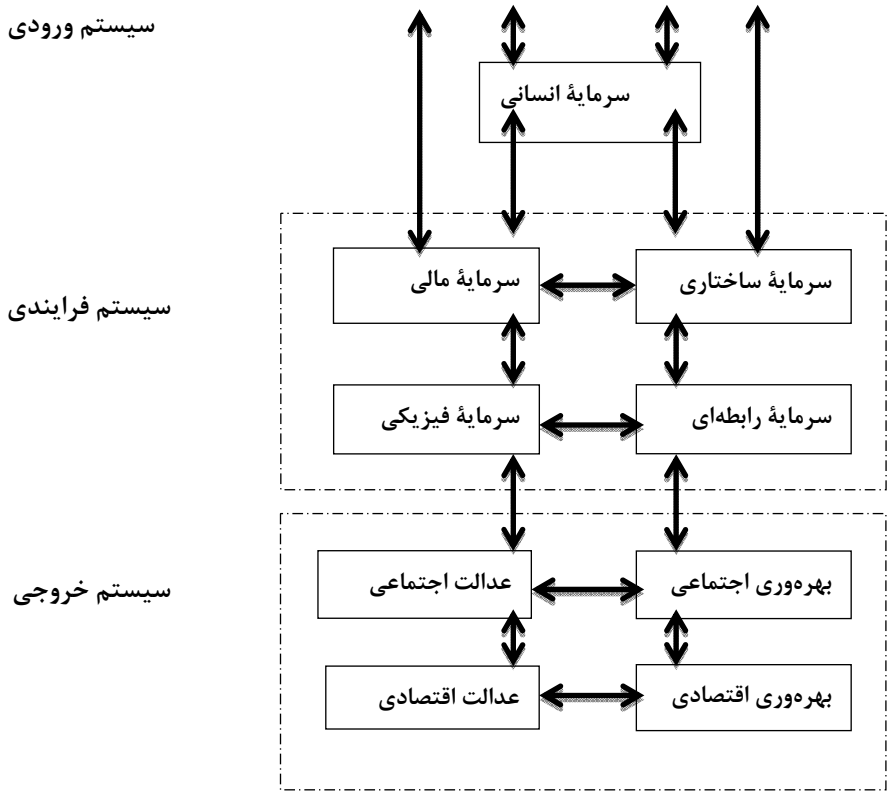
(۴)

$$s(A_{m2}, A_{m1}) = \left|\frac{1}{3}[(a_{m21} + a_{m22} + a_{m23}) - (a_{m11} + a_{m12} + a_{m13})]\right|$$

برای تبیین الگوریتم مذکور از نرم‌افزار مت لب[2] استفاده شد.

1. Linguistic variable

2. MATLAB

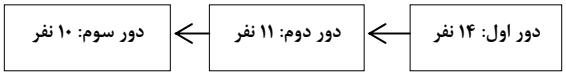


شکل ۱. سیستم‌های اصلی و مؤلفه‌های آن در راستای پایداری کارآفرینی براساس رویکرد باسل (۱۹۹۹) (۶)

در شکل ۱ شاخص‌های به‌دست‌آمده براساس رویکرد سیستمی نشان داده شده است.

نتایج و یافته‌های تحقیق

در بخش پانل دلفی فازی از سه دور دلفی استفاده شد.



شکل۲. مراحل دلفی

همان‌گونه‌که شکل ۲ نشان می‌دهد در بخش پانل دلفی ۱۴ نفر در دور اول و ۱۱ نفر در دور دوم در تحقیق مشارکت کردند و تعداد افراد در مرحلهٔ سوم ۱۰ نفر بود که ۸۵/۷ درصد دارای تحصیلات تربیت بدنی و ۱۴/۳ درصد دارای تحصیلات غیر تربیت بدنی بودند. از این تعداد، ۸۵/۷ درصد دارای مدرک دکتری و ۱۴/۳ درصد دارای مدرک کارشناسی‌ارشد بودند و میانگین سابقهٔ خدمت این افراد، ۲۰/۶ سال بود.

در این راستا، شاخص‌های پایداری، شاخص‌های از نوع پیش‌برنده در نظر گرفته شد. در واقع شاخص‌های پیش-برنده، به شاخص‌ها و فرایندهای مؤثر بر کارآفرینی پایدار اشاره دارد (۶) که این تحقیق با توجه به این موضوع و نیز رویکرد سیستمی در نظر گرفته شد. فرایند تعیین شاخص‌ها، با تعیین اهداف پایداری برای جوامع آغاز می‌شود که در این بخش، هدف از تعیین شاخص‌های توسعهٔ پایدار ورزش و کارآفرینی پایدار ورزش، تعیین وضعیت پایداری در کارآفرینی ورزش، راهنما و بازخوردی برای تداوم برنامه‌ریزی، در نظر گرفتن پایداری با هدف توسعه و رشد مستمر صنعت ورزش، پیشرفت اجتماعی فرد، جامعه، سازمان‌های ورزشی و نهادهای مرتبط در نظر گرفته شد. سپس با توجه به رویکرد روش‌شناسی و نیز

تئوری‌های به‌کاررفته در بخش پایداری، به طراحی شاخص‌های پایداری پرداخته شد. پس از اخذ پاسخ مصاحبه‌ها و همین‌طور مطالب ارایه‌شده توسط پانل دلفی، حدود ۲۰ شاخص به‌دست آمد که پس از مطالعات کتابخانه‌ای، شاخص‌هایی به این مجموعه اضافه شد. سپس این شاخص‌ها به‌صورت پرسشنامهٔ محقق‌ساخته، با در نظر گرفتن متغیرهای زبانی و پس از تأیید روایی صوری و محتویی مجدداً بین اعضای پانل دلفی توزیع شد.

جدول ۲. اختلاف میانگین دور دوم و سوم شاخص‌های کارآفرینی پایدار بعد اجتماعی

بعد	مؤلفه		شاخص های ورودی (دروندادد)	اختلاف میانگین دور دوم و سوم
اجتماعی	سرمایهٔ انسانی	۱	تعداد افراد متخصص تربیت بدنی در باشگاه ها / کسب و کارهای ورزشی	۰/۰۳
		۲	میزان درک فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش توسط کارآفرینان	۰/۰۶
		۳	نسبت مربیان فعال در باشگاه‌ها به تعداد کل مربیان ورزشی	۰/۰۷
		۴	میزان آگاهی و دانش کارآفرینان ورزشی به‌منظور شروع کسب‌وکار	۰/۱۱
		۵	میزان تمایل به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۶
		۶	قصد کارآفرینانه برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۳
		۷	میزان استفادهٔ کارآفرینان ورزشی از تحقیقات کاربردی	۰/۰۱
		۸	میزان مخاطره‌پذیری کارآفرینان ورزشی در محیط کسب‌وکار	۰/۰۰۶
		۹	میزان تمایل به استقلال‌پذیری در به‌دست آوردن درآمد	۰
		۱۰	میزان تعامل کسب‌وکارهای ورزشی با صنف کارآفرینان ورزشی	۰/۱۱
		۱۱	میزان مشارکت زنان به‌عنوان کارآفرین در کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۷
		۱۲	میزان مشارکت مردان به‌عنوان کارآفرین در کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۷
		۱۳	میزان مشارکت ورزشی معلولان و ناتوانان در باشگاه‌ها	۰/۰۱
		۱۴	نگرش جامعه به خرید محصولات ورزشی داخلی	۰/۰۱
	سرمایهٔ فرهنگی	۱۵	میزان توجه رسانه‌ای به کارآفرینان ورزشی	
		۱۶	نگرش مثبت به کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۶
		۱۷	نگرش به کارآفرینی ورزشی به‌عنوان گزینهٔ شغلی مناسب	۰/۰۹
		۱۸	منزلت اجتماعی کارآفرینان ورزشی	۰/۰۹
		۱۹	نگرش مثبت به ریسک‌پذیری در جامعه	۰/۰۹
		۲۰	نگرش کارآفرینان ورزشی نسبت به داشتن مسئولیت اجتماعی و اخلاقی در قبال جامعه	۰/۱۵

جدول ۳. اختلاف میانگین دورهای دوم و سوم شاخص‌های کارآفرینی پایدار بعد فرایندی

بعد	مؤلفه		شاخص‌های فرایندی (حمایتی)	اختلاف میانگین دور دوم و سوم
اقتصادی	سرمایهٔ مالی	۲۱	درصد سرمایهٔ‌گذاری بخش خصوصی در کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۷
		۲۲	درصد سرمایهٔ ثابت ناخالص کسب‌وکارها	۰/۰۶
		۲۳	میزان حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی	۰/۰۸
		۲۴	هزینهٔ ارایهٔ محصول/خدمات ورزشی	۰/۰۹
		۲۵	درآمد حاصل از مشتریان جدید به کل درآمد	۰/۰۸
		۲۶	درآمد حاصل از نوآوری محصولات و تجهیزات ورزشی	۰/۰۶
		۲۷	درصد یارانهٔ اختصاص‌یافته به کسب‌وکارها و باشگاه‌های ورزشی	۰/۰۱

ادامهٔ جدول ۳. اختلاف میانگین دورهای دوم و سوم شاخص‌های کارآفرینی پایدار بعد فرایندی

بعد	مؤلفه		شاخص‌های فرایندی (حمایتی)	اختلاف میانگین دور دوم و سوم
اقتصادی	سرمایهٔ فیزیکی	۲۸	میزان حمایت مالیاتی از باشگاه‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۱
		۲۹	میزان دسترسی به بازارهای کالا و خدمات داخلی (فضای آزاد بازار)	۰/۰۶
		۳۰	میزان دسترسی به اطلاعات تجاری برای کارآفرینان ورزشی	۰/۱۴
		۳۱	میزان سهولت قوانین در ثبت و انتقال مالکیت کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۷
		۳۲	میزان دسترسی به زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی (جاده، حمل‌ونقل، تلفن، اینترنت و ...)	۰/۱
		۳۳	میزان به‌کارگیری استانداردهای ورزشی در کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۹
		۳۴	مدت زمان اخذ مجوز برای تأسیس کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۷
		۳۵	میزان سهولت در تأسیس کسب وکار	۰/۰۱
		۳۶	میزان حمایت قانونی از ورشکستگی کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۵
		۳۷	میزان سهولت دسترسی به بازار کالاهای خارجی به‌منظور واردات و صادرات محصولات ورزشی	۰/۰۵
		۳۸	میزان سهولت دسترسی به فناوری‌های نوین و مدرن	۰/۰۳
		۳۹	میزان سهولت دسترسی کارآفرینان ورزشی به منابع مالی	۰/۰۸

جدول ۴. اختلاف میانگین دورهای دوم و سوم شاخص‌های کارآفرینی پایدار بعد محیطی

بعد	مؤلفه		شاخص‌های فرایندی	اختلاف میانگین دور دوم و سوم
محیطی	سرمایهٔ رابطه‌ای	۴۰	میزان استفاده از فناوری‌های نوین به‌منظور ارتباط با مشتریان، رقبا	۰/۰۶
		۴۱	میزان مشارکت کسب‌وکارهای ورزشی در فعالیت‌های فرهنگی	۰/۰۴
		۴۲	میزان ارتباط مستقیم کارآفرینان ورزشی با مشتریان	۰/۰۳
		۴۳	میزان رسیدگی به شکایات مشتریان	۰/۰۳
		۴۴	میزان ارایهٔ خدمات محصولات ورزشی پس از فروش	۰/۰۸
	سرمایهٔ ساختاری (سازمانی)	۴۵	میزان ارایهٔ دوره‌های کاربردی کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی	۰/۰۸
		۴۶	ارایهٔ آموزش و مهارت‌های کسب‌وکار ورزشی در سازمان‌ها و نهادها	۰/۰۸
		۴۷	میزان اجرایی شدن قوانین حمایتی (ثبت اختراع، کپی‌رایت، مالکیت معنوی)	۰/۰۸
		۴۸	میزان ارایهٔ برنامه‌های مشاوره‌ای کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی	۰/۰۸
		۴۹	میزان اجرایی شدن سیاست‌های مشوق کارآفرینی	۰/۰۶
		۵۰	میزان ارزیابی کیفیت آموزشی دوره‌های کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی	۰/۰۷

جدول ۵. اختلاف میانگین دورهای دوم و سوم شاخص‌های کارآفرینی پایدار بعد پایداری

بعد	مؤلفه		شاخص‌های پیامدی (برونداد)	اختلاف میانگین دور دوم و سوم
پایداری	بهره‌وری اجتماعی	۵۱	متوسط طول عمر کسب‌وکارها/باشگاه‌های ورزشی	۰/۰۴
		۵۲	درصد اشتغال ایجادشده در بخش ورزش کشور	۰/۱۴
		۵۳	نرخ ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۱۵
	بهره‌وری اقتصادی	۵۴	نرخ ورشکستگی کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۱۰
		۵۵	میزان تثبیت کسب وکارهای ورزشی	۰/۱۵
		۵۶	درصد سهم بازارهای منطقه‌ای از صادرات محصولات ورزشی	۰/۱۴
		۵۷	ارزش افزودهٔ ایجادشده در کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۱
		۵۸	ارزش ستادهٔ کارگاه‌های ورزشی	۰/۱۱
		۵۹	درصد رشد سهم بازار	۰/۰۷
		۶۰	میزان تثبیت درآمد کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۰۷
		۶۱	قابلیت رقابت محصولات ورزشی	۰/۰۷
	عدالت	۶۲	پراکندگی صنایع تولیدی ورزشی تأسیس‌شده در مناطق مختلف	۰/۰۴
		۶۳	پراکندگی کسب‌وکارهای ورزشی تأسیس‌شده در مناطق مختلف	۰/۰۲
		۶۴	سهولت دسترسی به باشگاه‌های ورزشی در مناطق مختلف	۰/۰۲

همان‌گونه‌که جداول ۲ تا ۵ اختلاف میانگین را کمتر از آستانهٔ خیلی کم نشان می‌دهد، در نتیجه تمامی شاخص‌های مورد نظر از همگرایی بالایی برخوردار بودند.

بحث و نتیجه‌گیری

از شاخص‌های ورودی در کارآفرینی پایدار در بعد اجتماعی، مؤلفه‌های سرمایهٔ انسانی، سرمایهٔ اجتماعی و سرمایهٔ فرهنگی نتیجه شد. از شاخص‌های سرمایهٔ انسانی، تعداد افراد متخصص تربیت بدنی و مربیان ورزشی در باشگاه‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی بود، چراکه آشنایی با کسب‌وکارهای ورزشی و تناسب آموزش‌ها و مهارت‌های ورزشی با نوع کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند به توسعه و آگاهی هرچه بیشتر مردم و مشارکت آنان در ورزش کمک کند. گرایش‌های کارآفرینانه شاخصی دیگر در سرمایهٔ انسانی با محوریت کارآفرینان ورزشی است که شامل تمایل به استقلال‌طلبی و مخاطره‌پذیری است که در تحقیقات متعددی (۲۸، ۲۶، ۲۵، ۲۷، ۱۶،۱) به این شاخص‌ها به‌عنوان شاخص‌های اصلی در کارآفرینی اشاره شده است. میزان درک فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش، میزان آگاهی و دانش کارآفرینان جهت شروع کسب‌وکار از دیگر ویژگی‌های لازم برای کارآفرینان ورزشی است. میزان استفادهٔ کارآفرینان ورزشی از تحقیقات کاربردی شاخص دیگری است که می‌تواند در باشگاه‌های ورزشی بزرگ‌تر که اهداف اقتصادی با ابعاد بزرگ‌تری را دنبال می‌کنند، شاخصی مهم در توسعهٔ کارآفرینی باشد. قصد کارآفرینانه برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی از شاخصهٔ مهم در نگرش افراد به کسب‌وکار است که تنها راه اشتغال را استخدام در دستگاه‌های دولتی قلمداد نکنند.

سرمایهٔ اجتماعی مؤلفهٔ دیگری است که شاخص‌هایی مانند میزان تعامل و ارتباط کسب‌وکارهای ورزشی با صنف کارآفرینان ورزشی، میزان مشارکت زنان به‌عنوان کارآفرین ورزشی و میزان مشارکت مردان به‌عنوان

کارآفرین ورزشی را شامل شد. در واقع می‌توان این شاخص را از نظر اجتماعی شاخص اصلی در توسعه و رشد باشگاه‌های کوچک ورزشی در نظر گرفت، چراکه در واقع به ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی کوچک، از نظر هدف اقتصادی دیده نمی‌شود و بیشتر در قلمرو اهداف اجتماعی در نظر گرفته می‌شود چون سودآوری این باشگاه چندان نیست و بیشتر مکانی برای تعامل و مشارکت افراد است. از سویی مشارکت زنان به‌عنوان کارآفرین ورزشی در بخش خدمات می‌تواند مشارکت بیشتر زنان را در ورزش در پی داشته باشد و از بعد تولید نیز گسترش و توسعهٔ کسب‌وکارهای ورزشی تولیدی نیز می‌تواند به رشد اقتصادی و تولید داخلی کمک کند. این میزان مشارکت در بخش معلولان و ناتوانان نیز شاخص دیگری برای مشارکت به تناسب توانایی و امکانات در نظر گرفته‌شده برای آنان است. چراکه در واقع با در نظر گرفتن فلسفهٔ کارآفرینی پایدار و یک بعد آن که شامل کارآفرینی اجتماعی است (۳۳)، می‌توان از این شاخص به‌عنوان مؤلفه‌ای برای کارآفرینی پایدار اشاره کرد. نگرش جامعه به خرید محصولات ورزشی داخلی نیز شاخص دیگری است که می‌تواند مشارکت آنان در حمایت از محصولات داخلی را افزایش دهد.

سرمایهٔ فرهنگی، مؤلفهٔ دیگری در بعد اجتماعی برای کارآفرینی است. سرمایهٔ فرهنگی به نگرش‌های جامعه نسبت به فرهنگ کارآفرینی برمی‌گردد. شاخص‌هایی مانند نگرش به کارآفرینی ورزشی به‌عنوان گزینه شغلی مناسب، نگرش مثبت جامعه به ورزش و کسب‌وکارهای ورزشی، نگرش جامعه به ریسک‌پذیری و نگرش کارآفرینان ورزشی نسبت به داشتن مسئولیت اجتماعی عنوان شد. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکتی خود عاملی برای پایداری کسب‌وکارها عنوان شده است (۳۱) به‌گونه‌ای‌که این مسئولیت اجتماعی در برگیرندهٔ عوامل اجتماعی، فرهنگی و محیطی است. به‌طور کلی در وضعیتی که شرایط فرهنگی پذیرای ورزش و کارآفرینی ورزشی است، می‌توان آن را گامی مثبت برای استمرار کارآفرینی در ورزش دانست. نگرش کارآفرینان به مسئولیت اجتماعی و تعهد اخلاقی به جامعه و نیز جامعهٔ ورزش، می‌تواند شاخصی برای اهداف ورزش باشد.

از جمله عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی عوامل فردی، روح کارآفرینانه و همین‌طور ارزش‌های فرهنگی نشأت‌گرفته از افراد است (۳۲). به‌طور ویژه نقش فرهنگ کارآفرینانه در جامعه عامل مهمی در توانایی و کارآفرینی محسوب می‌شود به‌گونه‌ای‌که اجراهای موفق برای کسب‌وکارهای ورزشی به دستاوردهای فرهنگی برمی‌گردد که می‌تواند بر چالش‌های کارآفرینی غلبه کند.

در بعد اقتصادی، سرمایهٔ مالی و سرمایهٔ فیزیکی به‌عنوان شاخص‌های فرایندی از سیستم در نظر گرفته شد. سرمایهٔ مالی، فراهم بودن منابع مالی یا سیستم حمایتی مالی از کارآفرینی ورزشی است. شاخص‌هایی مانند درصد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کسب‌وکارهای ورزشی، درصد سرمایهٔ ناخالص کسب‌وکارها، میزان حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، هزینه‌های ارایهٔ محصول و خدمات ورزشی، درآمد حاصل از مشتریان جدید به کل درآمد و نسبت درآمد حاصل از نوآوری عنوان شد. حمایت از کارآفرینی ورزش شاخص دیگری برای کارآفرینی ورزشی است که می‌توان شاخصی مانند درصد یارانهٔ اختصاص‌یافته به تولیدات و خدمات ورزشی را در این مورد در نظر گرفت. این شاخص‌ها با شاخص‌های در نظر گرفته‌شده برای GEM و داربی و جنکین (۲۰۰۶) که آثار اقتصادی و سرمایهٔ مالی را به‌عنوان بخشی از حجم سرمایهٔ مؤثر بر پایداری عنوان کردند همخوانی دارد (۱۰).

سرمایهٔ فیزیکی زیرساخت‌های فنی و قانونی حمایتی از کارآفرینی ورزشی تعریف شده است، بر این اساس شاخص‌هایی مانند میزان حمایت مالیاتی، دسترسی به بازار کالاها و خدمات ورزشی، میزان دسترسی به اطلاعات اقتصادی، دسترسی به زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی، میزان به‌کارگیری استانداردهای ورزشی در کسب‌وکارهای ورزشی، مدت زمان اخذ مجوز برای تأسیس کسب‌وکارهای ورزشی، دسترسی به فناوری‌های ارتباطی، سهولت دسترسی به منابع مالی عنوان شد. بر این اساس، زیرساخت‌های مهم مانند اطلاعاتی و ارتباطاتی (جاده، حمل‌ونقل، اینترنت و ...)، فناوری و دسترسی به منابع مالی (بانک‌ها و ...) در راستای حمایت از کسب‌وکارهای ورزش مهم به‌نظر می‌رسد. زیرساخت مربوط به قوانین مانند میزان حمایت قانونی از کسب‌وکارها و همین‌طور کسب‌وکارهای ورزشی، میزان حمایت قانونی از ورشکستگی کسب‌وکارها از جمله شاخص‌های مرتبط در نظر گرفته شد. وجود زیرساخت‌های فنی به‌همراه حمایت قانونی، شاخص‌های مطلوب برای کسب‌وکارها در بسیاری از تحقیقات در نظر گرفته شده است.

در بعد محیطی، مؤلفه‌هایی مانند سرمایهٔ رابطه‌ای و سرمایهٔ ساختاری در نظر گرفته شده است. سرمایهٔ رابطه-ای، روابط کارآفرینان با ذی‌نفعان بیرونی شامل مشتریان، سرمایه‌گذاران و تأمین‌کنندگان را در بر می‌گیرد. در این زمینه، شاخص‌هایی مانند میزان استفاده از فناوری‌های نوین به‌منظور ارتباط با ذی‌نفعان، میزان ارتباط مستقیم کارآفرینان ورزشی با مشتریان، میزان رسیدگی به شکایات مشتریان و میزان ارایهٔ خدمات پس از فروش محصولات ورزشی عنوان شد. در واقع از عوامل مهم در کارآفرینی که می‌تواند این فرایند را توسعه دهند، محیط نهادی مانند زیرساخت‌های کسب‌وکار است. بنابراین مطالعهٔ محیط در روند فعالیت‌های کسب‌وکار مهم است، چراکه عوامل تشکیل‌دهندهٔ محیط از جمله عوامل قانونی و تکنولوژیکی، آمادگی کسب‌وکار را با توجه به محیط بیان می‌کند، محدودیت‌ها و فرصت‌ها مشخص می‌شود و عقاید کسب‌وکارها با در نظر گرفتن تغییرات محیطی کشف و الگوهای جدیدی از مشتریان شناسایی می‌شود (۱۸). بنابراین محیط و زیرساخت خوب کسب‌وکار می‌تواند پشتیبانی مؤثر برای فعالیت‌های تجاری باشد و موجب رشد مهم‌ترین عامل تولید یعنی مردم و سرمایهٔ معنوی آنان شود همچنین تسهیل‌کنندهٔ توزیع منابع و جهان اطلاعات شود و محیط طبیعی کسب‌وکار را بهبود بخشد. همین امر رقابت‌پذیری را توسعه می‌دهد و نیروهای انسانی را به کار و کارآفرینی تشویق می‌کند (۳).

سرمایهٔ ساختاری، برنامه‌های مربوط به نهادهای حمایت‌کنندهٔ کارآفرینی ورزشی عنوان شد. شاخص‌هایی مانند میزان ارایهٔ دوره‌های کاربردی کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی، ارایهٔ آموزش و مهارت‌های کسب‌وکار ورزشی در سازمان‌ها و نهادهای مسئول در ورزش، میزان اجرایی شدن قوانین حمایتی، میزان ارایهٔ برنامه‌های مشاوره‌ای کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی و میزان ارزیابی کیفیت آموزشی دوره‌های کارآفرینی مربوط به ارایهٔ برنامه‌های ورزشی و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و ارزیابی اجرایی شدن آنهاست. در این راستا برنامه‌هایی که دانشی را برای کارآفرینان نوظهور جهت شروع و اجرای کسب‌وکار فراهم کند و همین‌طور تجهیزکردن رهبری و منابع جامعه در حمایت از چنین برنامه‌ای می‌تواند عزم مورد نیاز برای کارآفرینان جهت عملکرد را فراهم کند (۱۹).

شاخص‌هایی مانند میزان اجرایی شدن قوانین حمایتی و میزان اجرایی شدن سیاست‌های مشوق کارآفرینی از دیگر شاخص‌های غیرمالی و اجرایی در نهادها و سازمان-های مسئول در ورزش به‌دست آمد که نهادهای درگیر در این امر، مراکز آموزشی مانند آموزش و پرورش، آموزش

عالی و سازمان ثبت اسناد و املاک در پیگیری قوانین مربوط به حقوق مالکیت مادی و معنوی است.

نتایج پایداری در مؤلفه‌هایی مانند بهره‌وری اجتماعی، بهره‌وری اقتصادی، عدالت اجتماعی اقتصادی بیان شد که نتایج مطالعهٔ تیلی و یانگ (۲۰۰۹)، مک دانف و برانگارت (۲۰۰۲) و دیلیک و هاکرتس (۲۰۰۲) نیز این مؤلفه‌ها را به‌عنوان نتایج پایداری معرفی کرده است (۳۳،۲۳،۱۲). بهره‌وری اجتماعی در شاخص‌هایی مانند متوسط طول عمر کسب‌وکارهای ورزشی، درصد اشتغال ایجادشده در بخش ورزش چه در بخش مردان و چه در بخش زنان و نرخ ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی عنوان شد.

بهره‌وری اقتصادی در شاخص‌هایی مانند نرخ ورشکستگی کسب‌وکارهای ورزشی، میزان تثبیت کسب‌وکارهای ورزشی، درصد سهم بازار از صادرات محصولات ورزشی، ارزش افزودهٔ ایجادشده کسب‌وکارهای ورزشی، ارزش ستادهٔ کارگاه‌های ورزشی، درصد رشد سهم بازار، میزان تثبیت کسب‌وکارهای ورزشی و قابلیت رقابت محصولات ورزشی بیان شد.

عدالت اجتماعی اقتصادی، در شاخص‌هایی مانند نسبت پراکندگی صنایع و کسب‌وکارهای ورزشی در مناطق مختلف، سهولت دسترسی به باشگاه‌ها و خدمات ورزشی در نظر گرفته شد. اهمیت این موضوع در این مسئله است که دسترسی به باشگاه‌ها و خدمات ورزشی می‌تواند از نتایج عدالت در مناطق مختلف باشد چنانکه مکان‌یابی درست اماکن براساس نیازهای مناطق، می‌تواند بهره‌وری اجتماعی و اقتصادی را در بر داشته باشد. در واقع احداث اماکن در بخش‌هایی که دسترسی به آن به دلایلی مانند حمل‌ونقل، امنیت و ... دچار مشکل باشد، اثر منفی بر میزان جذب ساکنان به اماکن ورزشی خواهد داشت.

در نتیجه‌گیری کلی به‌نظر می‌رسد که سرمایهٔ اجتماعی با در نظر گرفتن محیط فرهنگی و از همه مهم‌تر سرمایهٔ انسانی می‌تواند برای دوام کارآفرینی نقش مهمی داشته باشد و چنین ابعادی با حمایت‌های مالی و سازمانی می‌تواند پیامدهای لازم برای رسیدن به اهداف کارآفرینی پایدار در ورزش جامعه را ایجاد کنند.

در این راستا، تحقیقات آینده می‌تواند به ارزیابی پایداری در توسعهٔ کارآفرینی ورزشی کشور بپردازد. به‌عبارتی می‌توان در تحقیقی به ارزیابی پایداری براساس شاخص‌های ارایه‌شده، دست پیدا کرد. هم‌چنین شاخص‌ها از نگاه‌های مختلفی در نظر گرفته شده است. تحقیقات دیگر می‌تواند شاخص‌های اجتماعی را از ابعاد دیگری مانند رفاه، کیفیت زندگی، میزان دسترس‌پذیری و ... بررسی کنند. در واقع شاخص‌ها از منظر سرمایهٔ طراحی شد. اما این شاخص‌ها می‌تواند در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیطی به گونه دیگری ترسیم شود. برای مثال از بعد اجتماعی، مؤلفه‌هایی مانند فرهنگ، دسترس‌پذیری، مشارکت، امنیت، تعاملات اجتماعی و فعالیت‌های عام-المنفعه می‌تواند بررسی شود. در بعد اقتصادی نیز شاخص‌ها می‌تواند در مؤلفه‌هایی مانند ارزش‌ها، اقتصاد اجتماعی، دیوان‌سالاری و کنترل کیفیت بررسی شوند و نیز این مؤلفه‌ها به بوتهٔ آزمایش گذاشته شود.

منابع و مآخذ

۱. جدی تازه‌کند، لیلا. (۱۳۹۰)."بررسی شاخص‌های کارآفرینی و رابطهٔ آن با وضعیت اشتغال دانشجویان تربیت بدنی شهر تهران". پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.

۲. میکلسن، بریتا. (۱۳۸۷)."روش‌های توسعه، راهنمای عملی و کاربردی برای محققان، مدیران و برنامه‌ریزان". ترجمهٔ محمد جواد ناطق‌پور. تهران: پژوهشکدهٔ مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

۳. هزارجریبی، جعفر. (۱۳۸۴). "کارآفرینی". تهران: پژوهشکدهٔ امور اقتصادی.

4. Bell, S., Morse, S. (2003). "Measuring sustainability". London: Earth Scan Publication.
5. Black, D. R. (2010). "The ambiguities of development: Implications for development through sport". Sport in Society, 13(1), pp: 121-129.
6. Bossel, H. (1999). "Indicators for sustainable development: theory, method, applications". Winnipeg: International Institute for Sustainable Development.
7. Cheng, C. H., Lin, Y. (2002). "Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation". European Journal of Operational Research, 142(1), pp: 174-186.
8. Ciegis, R. (2009). "Theoretical reasoning of the use of indicators and indices for sustainable development assessment". Engineering Economics, 3(63), pp : 33-40.
9. Ciletti, D., Chadwick, S. (2012). "Sports entrepreneurship: Theory and practice". Fitness Information Technology.
10. Darby, L., Jenkins, H. (2006). "Applying sustainability indicators to the social enterprise business model: The development and application of an indicator set for Newport Waste savers, Wales". International Journal of Social Economics 33(5/6), pp: 411-431.
11. Duru, O. (2012). "A fuzzy extended DELPHI method for adjustment of statistical time series prediction: An empirical study on dry bulk freight market case". Expert Systems with Applications, 39(1), pp: 840-848.
12. Dyllick, T., Hockerts, K. (2002). "Beyond the business case for corporate sustainability". Business Strategy and the Environment, 11, pp: 130-141.
13. Forester, J. (1999). "The deliberative practitioner, encouraging participatory processes". Boston: MIT Press.
14. Gilmore, A., Gallagher, D., O'Dwyer, M. (2011). "Is social entrepreneurship an untapped marketing resource? A commentary on its potential for small sports clubs". Journal of Small Business & Entrepreneurship, 24(1), pp: 11-15.
15. Goodwin, N. R. (2003). "Five kinds of capital: Useful concepts for sustainable development". Tufts University, Working Paper No. 03-07, pp:1-14.
16. Holt, D., Rutherford, M., Clohessy, G. (2007). "Corporate entrepreneurship: an empirical look at individual characteristics, context, and process". Journal of Leadership & Organizational Studies, 13(4), pp: 40-54.

17.Hueting, R., Reijnders, L. (2004). "Broad sustainability contra sustainability: the proper construction of sustainability indicators". Ecological Economics, 50(3), pp: 249-260.

18.Kaushik, U., Bhatnagar, S. (2009). "Entrepreneurship". Jaipur, India: Global Media, p: 48.

19.Korsching, P. F., Allen, J. C. (2004). "Locality based entrepreneurship: A strategy for community economic vitality". Community Development Journal, 39(4), pp: 385-400.

20.Lawn, P. A. (2003). "A theoretical foundation to support the Index of Sustainable Economic Welfare (ISEW), Genuine Progress Indicator (GPI), and other related indexes". Ecological Economics, 44(1), pp: 105-118.

21.Lawson, H. A. (2005). "Empowering people, facilitating community development, and contributing to sustainable development: The social work of sport, exercise, and physical education programs". Sport, Education and Society 10(1), pp: 135-160.

22.Lindsey, I. (2008). "Conceptualizing sustainability in sports development". Leisure Studies, 27(3), pp: 279-294.

23.McDonough, W., Braungart, M. (2002). "Design for the triple top line: new tools for sustainable commerce". Corporate Environmental Strategy, 9(3), pp: 251-258.

24.O'Connor, J. (1995). "Real wealth of nations". Washington DC: World Bank.

25.Ratten, V. (2011). "Social entrepreneurship and innovation in sports". International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, 1(1), pp: 42-54.

26.Ratten, V. (2011). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management". International Entrepreneurship and Management Journal, 7(1), pp: 57-69.

27.Ratten, V., Ratten, H. (2011). "International sport marketing: practical and future research implications". Journal of Business and Industrial Marketing, 26(8), pp: 614-620.

28.Ratten, V., Babiak, K. (2010). "The role of social responsibility, philanthropy and entrepreneurship in the sport industry". Journal of Management & Organization, 16(4), pp: 482-487.

29.Rosenstrom, U., Kyllonen, S. (2007). "Impacts of a participatory approach to developing national level sustainable development indicators in Finland". Journal of Environmental Management, 84(3), pp: 282-298.

30.Rowe, G., Wright, G. (1999). "The Delphi technique as a forecasting tool: issues and analysis". International Journal of Forecasting, 15(4), pp: 353-375.

31.Sweeney, L. (2009). "A study of current practice of corporate social responsibility and an examination of relationship between CSR and financial performance using structural equation modeling". Dissertation, Ireland: Dublin Institute of Technology.

32.Terjesen, S. (2008). "Venturing beyond the marathon: The entrepreneurship of ultra-running and the IAU World Cup in Korea". Asian Business and Management, 7, pp: 225-241.

33.Tilley, F., Young, W. (2009). "Sustainability entrepreneurs: could they be the true wealth generators of the future?". Greener Management International, 55, pp: 79-92.

34.Walker, P., Lewis, J., Lingayah, S., Sommer, F. (2000). "Prove it! Measuring the effect of neighbourhood renewal on local people, groundwork, the new economics". London: Foundation and Barclays PLC.
35.Webler, T., Kastenholz, H., Renn, O. (1995). "Public participation in impact assessment: a social learning perspective". Environmental Impact Assessment Review, 15, pp: 443-463.
36.Wu, C. H, Fong, W. C. (2011). "Combining the fuzzy analytic hierarchy process and the fuzzy Delphi method for developing critical competences of electronic commerce professional managers". Quality and Quantity, 45, pp: 751-768.