

Investigate and identify the factors affecting the sustainable revenue generation of small businesses based on active leisure in sport

Mahdi Goudarzi* 

Assistant Professor, Department Sports Management, Payam Noor University, Tehran, Iran

Abolfazl Farahani 

Professor of Sports Management, Payam Noor University, Tehran, Iran

Mehri Asefi Samiromi 

Graduate of Sports Management, Payam Noor University, Tehran, Iran

Abstract

The present study was conducted with the aim of analyzing and investigating the factors affecting sustainable income generation from small businesses based on active leisure in the field of sports. This study is applied research in terms of its purpose and a quantitative category in terms of its nature, which was a descriptive survey method. The population of the present study consists of non-governmental organizations registered in the Office of Public Participation Development of the Youth Deputy of the Ministry of Sports and Youth (N=4000). The number of research samples was 274 based on the Morgan table, which were selected using simple random sampling method. The research tool was a researcher-made questionnaire modeled after the Rafiei study (2012). Scientific and administrative experts confirmed the questionnaire's face validity and Cronbach's alpha (0.742) confirmed its reliability. In the data analysis section, uncorrelated combined income generation methods (factors) were extracted using the exploratory factor analysis method, and finally, the most important factors affecting sustainable income generation from small businesses based on active leisure were prioritized. All statistical tests were analyzed using SPSS 22 software. Based on the results of the

* Corresponding Author: goudarzi63@pnu.ac.ir

How to Cite: Goudarzi, M. , Farahani, A. and Asefi Samiromi, M. (2024). Investigate and identify the factors affecting the sustainable revenue generation of small businesses based on active leisure in sport. *Research in sport Management*, 13(14), 147-168

research, the eigenvalues of the extracted components, 15 variables of the present study measured 8 basic factors and produced 8 latent variables (factors) including; customer orientation, innovation, service quality, communication, and cooperation with various organizations, recognition of social issues, recognition of people's sports needs, recognition of business opportunities, diversity of services and modern technologies. Based on the results, active leisure sports clubs can minimize the inherent risk of such businesses by forming think tanks and brainstorming and planning.

Introduction

With the increase in people's interest and participation in sports activities, the establishment of sports businesses by entrepreneurs has increased, which has led to the formation of small and large economic enterprises. There are many reasons and motivations why people start a business. One of these reasons is starting a leisure-based business by combining work and active leisure. On the other hand, creating businesses produces new sources of wealth and sustainable income and leads to new business opportunities. In the field of sports, businesses have also faced many developments.

Methodology

This research is applied in terms of purpose and was conducted using a descriptive survey method. The statistical population of this section consists of non-governmental organizations (NGOs) registered in the Office of Public Participation Development of the Youth Deputy of the Ministry of Sports and Youth (N = 4000). The number of statistical samples for the research using the Morgan table was 274 NGOs. The research tool was a researcher-made questionnaire modeled after Rafiei's study (2012), whose face validity was confirmed by scientific and administrative experts, and its reliability was confirmed through Cronbach's alpha(0/742). Exploratory factor analysis was used to extract uncorrelated combined income-generating methods (factors).

Findings

Based on the results, 39 percent of the main fields of work of non-governmental organizations in the sports sector were physical education and sports sciences. Also, the majority of the initial capital for starting a business was between 101 and 150 million Tomans, and ultimately the amount of income in the first years was between 31 and 80 million Tomans. In the inferential section, the results of the final ranking of factors affecting sustainable income generation from small businesses based on active leisure in sports showed that "customer-oriented in

providing services that meet the needs of people in spending active leisure time" with a factor load of 0.932 is the most important priority in sustainable income generation from small sports businesses. Also, innovation in responding to the needs of people's daily physical activities with a factor load of 0.860 had the second priority, and quality in the services needed by people in spending active leisure time was the third in the results.

Discussion and Conclusion

Based on the results, having customer-oriented behaviors, such as customer-desired social service behavior, can be very effective considering the nature of these businesses. Also, paying attention to innovation in providing services is regarded as the most important capability of the organization in gaining competitive advantage and the most important intangible asset. Competition to improve service quality is a key strategic issue for organizations operating in the service sector. It can be stated that non-profit businesses in the sports leisure sector that achieve a higher level of service quality will have higher customer satisfaction as a prelude to achieving sustainable competitive advantage. Also, the extent of the development of sports businesses in Iran depends on reasonable assurance of business profitability by sports entrepreneurs. Based on these findings, it is recommended that in the business environment, while utilizing new research, creative, entrepreneurial, and motivated students be used as consultants and collaborators, and that they form think tanks and brainstorming groups based on their sports field.

Keywords: Active leisure, sustainable income generation, entrepreneurship, small businesses

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



تحلیل عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال در ورزش

مهدي گودرزي *

استاديار مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

ابوالفضل فراهانی

استاد مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

مهری آصفی سمیرمی

دانش آموخته مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف تحلیل و بررسی عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال در حوزه ورزش به انجام رسید. این پژوهش از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و لحاظ ماهیت جزء دسته کمی است که به روش توصیفی-پیمایشی بود جامعه پژوهش حاضر را سازمان‌های مردم نهاد ثبت شده در دفتر توسعه مشارکت‌های مردمی معاونت جوانان و ورزش و جوانان تشکیل می‌دهند ($N=400$). تعداد نمونه پژوهش بر اساس جدول مورگان ۲۷۴ بدست آمد که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته با الگوبرداری از مطالعه رفیعی (۱۳۹۱) بود که روایی صوری توسط متخصصان علمی و اجرایی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تایید گردید (۰/۷۴۲). در بخش تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی اکتشافی به استخراج روش‌های کسب درآمد ترکیبی غیرهمبسته (عامل‌ها) پرداخته شد و در نهایت مهمترین عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال اولویت بندی شدند. تجزیه و تحلیل کلیه آزمون‌های آماری توسط نرم افزار SPSS 22 انجام گرفت. بر اساس نتایج تحقیق مقادیر ویژه مولفه‌های استخراج شده، ۱۵ متغیر پژوهش حاضر ۸ عامل اساسی را اندازه‌گیری و ۸ متغیر پنهان (عامل) شامل؛ مشتری‌مداری، نوآوری، کیفیت خدمات، ارتباط و همکاری با سازمان‌های مختلف، شناخت مسائل اجتماعی، شناخت نیازهای ورزشی مردم، شناخت فرصت‌های تجاری، تنوع خدمات و فناوری‌های مدرن تولید نمودند. بر اساس نتایج سمن‌های فعال در اوقات فراغت ورزشی می‌توانند با تشکیل اتاق‌های فکر و ایده پردازی و برنامه ریزی ریسک ذاتی اینگونه کسب و کارها را به حداقل برسانند.

واژگان کلیدی: اوقات فراغت فعال، درآمدزایی پایدار، کارآفرینی، کسب و کارهای کوچک

مقدمه

امروزه، ورزش نه تنها یک سرگرمی به شمار می‌رود بلکه پدیده‌ای است که با حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مرتبط بوده و صنعتی پرمخاطب را به وجود آورده است (راتن و جونز^۱، ۲۰۲۰). ورزش و مشارکت در فعالیت‌های ورزشی به عنوان یک فعالیت فردی و اجتماعی باعث بهبود سلامت، کاهش سطح جرم و جنایت و تشویق رفتار مثبت می‌شود (مندعلیزاده، ۲۰۱۸). همزمان با افزایش علاقه و مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی، راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی توسط کارآفرینان، افزایش یافته که این امر سبب تشکیل بنگاه‌های کوچک و بزرگ اقتصادی شده است (رحیمی و علیدوست قهفرخی، ۱۳۹۷). امروزه ارزش افزوده صنعت ورزش در کشورهای پیشرفته، بخش چشمگیری از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و نقش مهمی در ایجاد درآمد، اشتغال و نیز تفریح و سرگرمی دارد. آمارهای جهانی نشان می‌دهد صنعت ورزش با ارزش جهانی سالانه ۹۲۷ میلیارد دلار یکی از جذاب‌ترین صنایع دنیا به شمار می‌رود که با هزینه کم، بستری مناسب برای اشتغال و کارآفرینی فراهم می‌نماید (باس^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). فرآیند کارآفرینی در ورزش فرصت‌های جدید برای اشتغال در این زمینه ایجاد می‌کند، که با توجه به گستردگی علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد یافته در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح نمود (رضوی و همکاران، ۱۳۹۵). از منظر اقتصادی، کسب و کارهای کوچک و متوسط از اصلی‌ترین عوامل ایجاد اشتغال محسوب می‌شوند. از نظر فردی نیز، کسب و کارهای کوچک و متوسط زمینه را برای توسعه فردی و تخصصی و ایجاد افق‌های روشن حرفه‌ای فراهم می‌آورند.

دلایل و انگیزه‌های زیادی وجود دارد که چرا افراد یک کسب و کار را شروع می‌کنند. یکی از این دلایل شروع یک کسب و کار مبتنی بر اوقات فراغت با ترکیب کار و اوقات فراغت فعال است (کواپیس^۳، ۲۰۲۱). فرایندهای توسعه اقتصاد جهانی در صنعت ورزش با تغییر مواجه شده است و سازمان‌ها را به بنگاه‌های تجاری تبدیل کرده است که به بخش مهمی از صنعت اوقات فراغت تبدیل شده‌اند (گانکارچیک و همکاران^۴، ۲۰۲۳). نحوه

1. Ratten, Jones

2. Bas

3. Kwapisz

4. Gancarczyk

بهره‌گیری از اوقات فراغت و برنامه‌ریزی برای آن، یکی از معیارها و مشخصه‌های اصلی توسعه یافتگی در جوامع است؛ زیرا اوقات فراغت مانند هر پدیده و موضوع اجتماعی کارکرد خاصی در جامعه دارد و پرداختن به آن کارکرد در حقیقت تعیین‌کننده نحوه نگرش جامعه به این موضوع، از نظر اثربخشی آن در فعالیت‌های اجتماعی و به عبارتی تعیین موقعیت آن در توسعه جامعه است (نیکخواه و ناگوئی در گزی، ۱۳۹۵). در اروپا، این دسته از شرکت‌های ورزشی شامل سازمان‌هایی است که پس از تبدیل شدن به شرکت‌های حقوقی تجاری، هم در مسابقات ورزشی و هم در رقابت‌های اقتصادی در سطوح مختلف شرکت می‌کنند (راتن و جونز ایوا، ۲۰۲۰). ایجاد کسب و کار مبتنی بر اوقات فراغت در واقع نوعی کارآفرینی در این حوزه محسوب می‌شود که می‌تواند فراغت فعال شهروندان را تبدیل به فراغتی مولد نماید، ایجاد کسب و کارهای کوچک مبتنی بر این نوع فراغت است که منجر به ایجاد درآمد پایدار گردد. زیرا رمز موفقیت افراد و جامعه کسب درآمد برای بقاء و ماندگاری خود می‌باشد. بدون درآمد مطمئن جامعه و افراد مختلف رو به انحلال و نابودی رفته و نمی‌توانند در محیط رقابتی دوام بیاورند (تسلیمی و همکاران، ۱۳۹۸). درآمد پایدار می‌تواند امکانات لازم را برای رویارویی با هزینه‌ها و مخارج سازمان‌ها فراهم کند. در واقع درآمد و منابع مالی به عنوان موتور محرک شناخته می‌شود. تخمین زده می‌شود که ۲۲ درصد صاحبان کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت، از روی سرگرمی و یا علاقه خاص به محصولات و خدمات خود اقدام به ایجاد کسب و کار نموده‌اند (ژانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). در حوزه کسب و کار مبتنی بر اوقات فراغت فعال معمولاً کارهای گروهی موفقیت بالاتری داشته‌اند (کواپیس، ۲۰۲۱). البته این موضوع با چالش‌هایی هم همراه بوده است. نتایج نشان داد چالش‌های موجود در شرکت‌های ورزشی تیمی را می‌توان به نیاز به کارآفرینی ناشی از حرفه‌ای شدن، رشد کسب و کار، کارآفرینی اجتماعی و بین‌المللی شدن مرتبط دانست (آهونن^۲، ۲۰۲۲). از طرفی برخی از صاحبان کسب و کار ممکن است علاقه زیادی به روند کارآفرینی نداشته باشند اما از روی علاقه به محصول یا خدماتی که تولید می‌شود؛ درگیر آن می‌شوند. اکثر کارآفرینان مستقر در اوقات

1. Zhang
2. Ahonen

فراغت فعال در این گروه قرار می‌گیرند (درنچوا^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). در همین راستا ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) کارآفرینی مبتنی بر اوقات فراغت را به عنوان دنبال کردن با اشتیاق فرصت‌های کارآفرینی تعریف می‌کنند که مستقیماً از یک فعالیت غیراقتصادی، اوقات فراغت بدست می‌آید. پژوهش‌های چندانی در مورد درآمدزایی از فعالیت‌های اوقات فراغت فعال وجود ندارد (گرو^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). نتایج مطالعه فرهنگ‌مهر و همکاران (۱۳۹۸) حیطه‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی در صنعت ورزش کشور را محیط کارآفرینانه، سرمایه‌های انسانی، رهبری کارآفرینانه، اماکن، لوازم و خدمات ورزشی، تأمین مالی و زیرساخت‌های کارآفرینی برشمرد. همچنین نتایج پژوهش غلامی و همکاران (۱۳۹۶) بیانگر این موضوع بود که عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور که توسعه بنگاه‌های صادرات در صنعت تولیدی ورزش کشور و عوامل تکنولوژی هستند. حیدری راد و همکاران (۲۰۲۳) برخی عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک خدمات ورزشی را حمایت دولت، فضای رقابتی، طرح کسب و کار و بازاریابی، تناسب شغل و کارمندی و روابط نهادی تجاری، زیرساخت‌ها و تجهیزات و امکانات برشمرد. نتایج گانکارچیک و همکاران (۲۰۲۳) در بررسی کارآفرینی استراتژیک در توسعه سازمان‌های صنعت اوقات فراغت فعال نشان داد که بازار ورزشی که به صورت پویا در حال توسعه است، می‌تواند یکی از حوزه‌های اقتصادی می‌باشد که فرصتی را برای بررسی چگونگی شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی استراتژیک از طریق نوآوری، فعالیت و مزیت رقابتی فراهم می‌کند. کوایس (۲۰۲۱) به این نکته اشاره دارد که مشاغل مبتنی بر اوقات فراغت به احتمال زیاد مدت طولانی‌تری در روند راه‌اندازی باقی می‌مانند اما در مورد سودآوری از سایر مشاغل عقب نیستند. از طرفی دستیابی به درآمدزایی پایدار با توجه به پیچیدگی‌های بسیار بالای محیطی که سبب ظهور عصر فرارقابتی شده است، بسیار مشکل به نظر می‌رسد. این عصر فرارقابتی صراحتاً بیان می‌کند که گرچه توجه به عناصر سنتی لازم و بایسته مانایی است، اما برای پیشرفت و توسعه کافی نیست و لازم است به نحوه ظهور تغییرات کلان توجه کرد (یونگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۹).

1. Drencheva
2. Greul
3. Yeung

به طور کلی با توجه به نتایج تحقیقات انجام شده می‌توان بیان کرد ایجاد کسب و کارها منابع جدید ثروت و درآمد پایدار را تولید می‌کند و به فرصت‌های جدید کسب و کاری منجر می‌شود. در حوزه ورزش نیز کسب و کارها با تحولات بسیاری روبه‌رو شده‌اند؛ توجه به این بخش اهمیتی ویژه دارد. فرصت‌ها، مزایا و نقاط قوت صنایع ورزشی در ایران، امکانات ویژه، ظرفیت‌های وسیع و قابل توسعه‌ای دارد؛ از سوی دیگر افزایش فارغ التحصیلان دانشگاهی، تنوع نیازهای امروزی و وضعیت کسب و کارهای امروزی موجب شده که خیلی از علاقه‌مندان و دانش‌آموختگان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی به این حوزه ورود کنند. در این راستا به نظر می‌رسد ضرورت دارد برای حصول اطمینان از توسعه کسب کارهای کوچک ورزشی و کسب سطح مطلوبی از ثروت پایدار، عوامل مؤثر بر آن شناسایی شوند. بنابراین محقق با انجام این تحقیق به دنبال پاسخ به این پرسش است که عوامل مؤثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک بر اساس اوقات فراغت فعال کدامند، چگونه می‌توان برای آن برنامه ریزی کرد و در نهایت اولویت بندی آنها چگونه است؟

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی و لحاظ ماهیت جزء دسته کمی است که به روش توصیفی-پیمایشی به انجام رسید. جامعه آماری این بخش را سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن) ثبت شده در دفتر توسعه مشارکت‌های مردمی معاونت جوانان و ورزش و جوانان تشکیل می‌دهند. تعداد این سمن‌ها بنابر استعلام دفتر توسعه مشارکت‌های مردمی ۴۰۰۰ عدد می‌باشد که براساس برآوردهای صورت گرفته تعداد نمونه آماری پژوهش با استفاده از جدول مورگان ۲۷۴ سمن به عنوان نمونه تحقیق و با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه (۱۵ گویه) محقق ساخته با الگوبرداری از مطالعه رفیعی (۱۳۹۱) بود که روایی صوری توسط متخصصان علمی و اجرایی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تایید گردید (۰/۷۴۲). پس از تدوین پرسشنامه برای تعیین میزان اعتبار (روایی سازه پرسشنامه) شاخص‌های تهیه شده، از اعتبار محتوا بهره‌گیری شد. بدین منظور، پرسشنامه اولیه را ۵ نفر از داوران متخصص ارزیابی و داوری و به لحاظ شکل و محتوا، نظرات خود را در مورد گویه‌های پرسشنامه بیان نمودند. براساس این ارزیابی برخی از گویه‌ها حذف و برخی دیگر هم به لحاظ شکلی براساس نظرات داوران تغییر کردند. جهت تعیین

میزان پایایی (برآورد همسانی یا ثبات درونی) پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ بهره-گیری شد. جهت پردازش داده‌ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی به استخراج روش‌های کسب درآمد ترکیبی غیرهمبسته (عامل‌ها) پرداخته شد؛ به عبارتی کشف عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال انجام گردید. همچنین داده‌های گردآوری شده در محیط نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ بازبینی و تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌های پژوهش

نتایج یافته‌های توصیفی نشان داد که ۳۹ درصد از رشته اصلی فعالیت کاری سازمان‌های مردم نهاد در بخش ورزش رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی بودند و سایر رشته‌ها از جمله مدیریت و زیرمجموعه‌های آن، صنایع غذایی و نساجی بودند. همچنین بیشتر درصد سرمایه اولیه راه اندازی کسب و کار بین ۱۰۱ تا ۱۵۰ میلیون تومان بود و در نهایت میزان درآمد در سال‌های نخست بین ۳۱ تا ۸۰ میلیون تومان بوده است.

در بخش تحلیل استنباطی با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی اکتشافی به استخراج روش-های کسب درآمد ترکیبی غیرهمبسته (عامل‌ها) پرداخته شد؛ به عبارتی کشف عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال انجام شد. تجزیه و تحلیل عاملی یک تکنیک آماری برای شناسایی عوامل اصلی و اساسی محسوب می‌شود. این کار بوسیله اندازه‌گیری میزان پراکندگی یا واریانس متغیرهای اصلی و تفکیک آن صورت می‌گیرد. این موضوع اغلب در زمانی که تعداد متغیرهای اصلی زیاد هستند، انجام می‌پذیرد.

جدول ۱ - پایایی ترکیبی

گویه‌های مورد سنجش	پایایی ترکیبی (CR)
Q1	۰/۸۳
Q2	۰/۷۶
Q3	۰/۹۱
Q4	۰/۹۱
Q5	۰/۸۵
Q6	۰/۸۷

گویه های مورد سنجش	پایایی ترکیبی (CR)
Q7	۰/۷۹
Q8	۰/۷۸
Q9	۰/۷۵
Q10	۰/۹۰
Q11	۰/۹۴
Q12	۰/۸۶
Q13	۰/۸۸
Q14	۰/۸۰
Q15	۰/۹۱

این معیار توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه هایشان با یکدیگر محاسبه می گردد. در صورتی که CR برای هر سازه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل های اندازه گیری دارد (داوری و رضا زاده، ۱۳۹۵). همانطوری که نتایج جدول (۱) نشان می دهد پایایی ترکیبی کلیه گویه ها بیش از ۰/۷ هستند که نشان از پایداری درونی مناسب می باشد.

جدول ۲ - نتایج حاصل از میانگین واریانس استخراجی سازه ها

گویه های مورد سنجش	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0/05)
Q1	۰/۷۱
Q2	۰/۷۴
Q3	۰/۶۸
Q4	۰/۷۰
Q5	۰/۶۶
Q6	۰/۶۸
Q7	۰/۷۳
Q8	۰/۶۹
Q9	۰/۶۶
Q10	۰/۶۳
Q11	۰/۶۷
Q12	۰/۶۵
Q13	۰/۷۰

میانگین واریانس استخراجی (AVE>0/05)	گویه های مورد سنجش
۰/۷۳	Q14
۰/۷۲	Q15

فورنل و لارکر (۱۹۸۱) معیار AVE (میانگین واریانس استخراج شده) را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده و اظهار داشتند که در مورد AVE مقدار بحرانی عدد ۰/۵ است (داوری، رضا زاده، ۱۳۹۵). با توجه به مقادیر جدول (۲) میانگین واریانس استخراجی برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۵ می باشد که نشان دهنده میزان بالای همبستگی هر سازه با شاخص های خود می باشد (داوری، رضا زاده، ۱۳۹۵).

جدول ۳- نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای گویه های پژوهش

Kolmogorov-Smirnov			عنوان گویه
Pvalue	N	آماره	
۰/۰۰۱	۶۴	۲/۰۳۲	Q1
۰/۰۰۹	۶۴	۱/۶۴۹	Q2
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۱۵۹	Q3
۰/۰۰۳	۶۴	۲/۰۳۲	Q4
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۲۲۲	Q5
۰/۰۰۳	۶۴	۱/۸۱۷	Q6
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۲۲۴	Q7
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۳۶۱	Q8
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۵۶۲	Q9
۰/۰۰۱	۶۴	۲/۰۱۸	Q10
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۰۷۰	Q11
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۶۲۸	Q12
۰/۰۰۲	۶۴	۱/۸۷۵	Q13
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۴۵۶	Q14
۰/۰۰۰	۶۴	۲/۱۸۸	Q15

برای استفاده از تحلیل عاملی پیش شرط هایی نظیر تعداد نمونه (۴ برابر تعداد متغیرها)، انتخاب متغیرهای مناسب برای ورود به مدل از طریق ماتریس همبستگی (توصیه شده است متغیرهایی که با هیچ متغیری همبستگی معنی دار نداشته باشند، از تحلیل حذف شوند) رعایت

گردید. در ابتدا نرمال بودن داده‌ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی گردید. نتایج این آزمون در جدول ۳ منعکس شده است. با توجه به عدم نرمال بودن داده‌ها، از آزمون همبستگی اسپیرمن بهره‌گیری شد. نتایج همبستگی بین متغیرها در جدول ۴ قابل مشاهده است.

جدول ۴- نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن بین گویه‌های (متغیرهای) پژوهش

Q15	Q14	Q13	Q12	Q11	Q10	Q9	Q8	Q7	Q6	Q5	Q4	Q3	Q2	Q1	
															Q1
														-	Q2
													-	۰/۸۸۳	Q3
												-	۰/۵۰۵	۰/۳۶۳	Q4
											-	۰/۱۴۸	۰/۹۹۸	۰/۳۷۴	Q5
										-	۰/۰۶۰	۰/۱۱۶	۰/۴۹۰	۰/۹۰۲	Q6
									-	۰/۵۶۰	۰/۳۶۰	۰/۵۶۸	۰/۶۱۳	۰/۲۰۷	Q7
								-	۰/۲۵۶	۰/۰۹۱	۰/۲۹۰	۰/۷۳۷	۰/۸۶۴	۰/۹۰۵	Q8
							-	۰/۹۰۲	۰/۴۱۰	۰/۶۰۵	۰/۲۰۳	۰/۳۴۰	۰/۷۰۹	۰/۷۷۶	Q9
						-	۰/۹۰۹	۰/۴۸۳	۰/۶۸۴	۰/۰۶۱	۰/۱۵۹	۰/۱۴۰	۰/۰۶۱	۰/۶۲۲	Q10
					-	۰/۶۲۷	۰/۲۱۳	۰/۶۲۵	۰/۸۷۰	۰/۸۳۱	۰/۲۵۷	۰/۵۷۳	۰/۹۴۲	۰/۱۵۶	Q11
				-	۰/۲۷۱	۰/۲۳۵	۰/۲۵۳	۰/۲۰۶	۰/۶۰۹	۰/۴۷۴	۰/۳۰۰	۰/۰۴۸	۰/۷۴۲	۰/۵۰۵	Q12
			-	۰/۴۹۷	۰/۲۶۱	۰/۰۹۲	۰/۸۰۴	۰/۱۷۵	۰/۸۹۰	۰/۹۷۳	۰/۹۲۴	۰/۷۶۶	۰/۷۵۱	۰/۶۶۸	Q13
		-	۰/۰۹۲	۰/۴۶۶	۰/۰۲۷	۰/۴۹۱	۰/۲۶۰	۰/۳۲۱	۰/۲۷۶	۰/۷۵۹	۰/۵۷۷	۰/۸۶۲	۰/۲۷۷	۰/۵۴۸	Q14
	-	۰/۴۶۷	۰/۹۳۳	۰/۰۶۴	۰/۴۳۳	۰/۷۷۳	۰/۹۹۹	۰/۷۲۱	۰/۵۹۵	۰/۳۶۹	۰/۷۶۵	۰/۹۱۴	۰/۶۰۶	۰/۵۶۶	Q15
-	۰/۳۴۷	۰/۹۱۷	۰/۱۵۵	۰/۹۰۲	۰/۰۱۰	۰/۵۷۰	۰/۸۰۳	۰/۲۸۵	۰/۲۵۷	۰/۶۵۵	۰/۹۷۲	۰/۰۴۳	۰/۵۵۹	۰/۹۸۷	

نتایج در جدول همبستگی نشان می‌دهد هر متغیر حداقل به یک متغیر دیگر همبستگی معنادار دارد، در واقع این الگو در تحلیل عاملی موجب شکل‌گیری خوشه‌هایی می‌شود که متغیرهای درون خوشه با یکدیگر همبستگی و با متغیرهای خوشه‌های دیگر همبستگی نداشته باشند. از این‌روی تمامی متغیرهای پژوهش می‌توانند وارد مدل تحلیل عاملی گردند. در ادامه جهت تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی از آزمون KMO استفاده شد. مقدار KMO همواره بین صفر و یک در نوسان است. کمتر از ۰/۵ (غیر قابل پذیرش)، ۰/۵ - ۰/۵۹ (ضعیف)، ۰/۶ - ۰/۶۹ (متوسط)، ۰/۷ - ۰/۷۹ (خوب)، ۰/۸ - ۰/۸۹ (خیلی خوب) و بزرگتر یا مساوی ۰/۹ (عالی) می‌باشد. نتایج نشان داد مقدار KMO برابر ۰/۷۲۱ می‌باشد لذا تناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی خوب است.

جدول ۵- میزان KMO و آزمون بارتلت

KMO	کرویت بارتلت	درجه آزادی	سطح معنی داری
۰/۷۲۱	۱۸۱۹/۵۹	۳۲۵	۰/۰۰۱

نتایج آزمون کفایت نمونه گیری در جدول (۵) ارائه گردیده است. از آنجایی که مقدار شاخص KMO برابر ۰/۷۲۱ (بالای ۰/۷) است، تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی می باشد. همچنین مقدار sig آزمون بارتلت، کوچکتر از ۰/۵ درصد است که نشان می دهد ماتریس همبستگی بین گویه ها، ماتریس واحد و همانی نمی باشد. یعنی از یک طرف بین گویه های داخل هر عامل همبستگی بالایی وجود دارد و از طرف دیگر بین گویه های یک عامل با گویه های عامل دیگر، هیچ گونه همبستگی مشاهده نمی شود و تحلیل عاملی مناسب است.

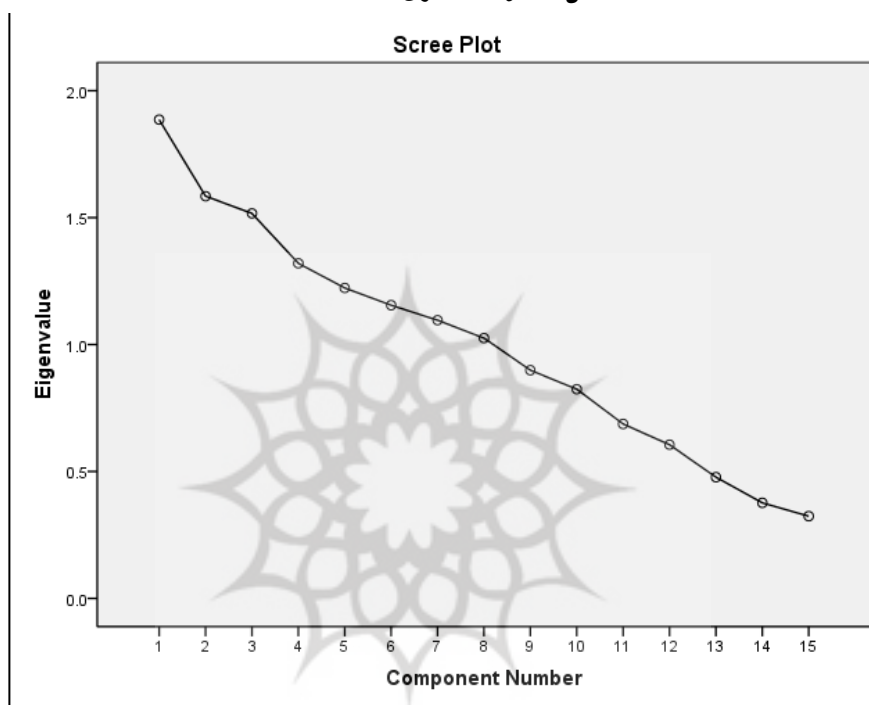
جدول ۶- مقادیر ویژه مولفه های استخراج شده

مؤلفه (گویه)	مقادیر ویژه		
	کل	درصد توجیه واریانس	درصد توجیه واریانس تجمعی
Q1	۱/۸۹	۱۲/۵۷	۱۲/۵۷
Q2	۱/۵۸	۱۰/۵۶	۲۳/۱۴
Q3	۱/۵۲	۱۰/۱۱	۳۳/۲۵
Q4	۱/۳۲	۸/۸۰	۴۲/۰۵
Q5	۱/۲۲	۸/۱۵	۵۰/۲۰
Q6	۱/۱۵	۷/۷۰	۵۷/۹۰
Q7	۱/۱۰	۷/۳۱	۶۵/۲۱
Q8	۱/۰۳	۶/۸۴	۷۲/۰۴
Q9	۰/۹۰	۵/۹۹	۷۸/۰۳
Q10	۰/۸۲	۵/۴۹	۸۳/۵۳
Q11	۰/۶۹	۴/۵۸	۸۸/۱۱
Q12	۰/۶۱	۴/۰۴	۹۲/۱۵
Q13	۰/۴۸	۳/۱۸	۹۵/۳۳
Q14	۰/۳۸	۲/۵۱	۹۷/۸۴
Q15	۰/۳۲	۲/۱۶	۱۰۰

در مورد نتایج جدول (۶) باید گفت یک قاعده کلی این است که مولفه هایی انتخاب شوند که مقدار ویژه آنها حداقل ۱ باشد. بدین ترتیب ۱۵ متغیر پژوهش حاضر اندازه گیری

شد و ۸ متغیر پنهان تولید گردید. دلیل این امر این است که فقط ۸ مولفه اول حداقل مقدار ویژه‌ای بزرگتر از یک دارند. سایر مولفه‌ها که دارای نمرات با کیفیت پایین (مقدارهای ویژه کوچکتر از ۱) هستند، نمایانگر مناسبی برای صفات واقعی ۱۵ سوال پرسشنامه نیستند.

شکل ۱ نمودار اسکری (Scree Plot)



طرح یا نمودار اسکری (Scree Plot) به مقادیر ویژه (نمرات کیفیت) که در جدول ۶ مشاهده شد، روح می‌بخشد (شکل ۱). باز هم می‌بینیم که ۸ مولفه اول دارای مقادیر ویژه بیش از ۱ هستند. بدین صورت می‌توانیم این «عوامل موثر» را در مدل‌سازی و تشکیل مدل‌های آماری به کار ببریم.

جدول ۷. سهمی از پراکندگی کل که توسط عامل‌ها بیان می‌شود (اشتراک عامل‌ها)

مولفه (گویه)	جوامع	
	اولیه	استخراج شده
Q1	۱/۰۰۰	۰/۸۰۷
Q2	۱/۰۰۰	۰/۴۹۲

مولفه (گویه)	جوامع	
	اولیه	استخراج شده
Q3	۱/۰۰۰	۰/۷۱۲
Q4	۱/۰۰۰	۰/۷۱۱
Q5	۱/۰۰۰	۰/۶۹۸
Q6	۱/۰۰۰	۰/۷۹۳
Q7	۱/۰۰۰	۰/۶۰۶
Q8	۱/۰۰۰	۰/۷۲۲
Q9	۱/۰۰۰	۰/۷۵۵
Q10	۱/۰۰۰	۰/۸۰۳
Q11	۱/۰۰۰	۰/۷۰۰
Q12	۱/۰۰۰	۰/۷۵۴
Q13	۱/۰۰۰	۰/۷۰۶
Q14	۱/۰۰۰	۰/۸۹۰
Q15	۱/۰۰۰	۰/۶۵۸

بنابراین با توجه به نتایج جدول (۵) اگر با رگرسیون چند گانه، متغیر اول (Q1) را بوسیله ۹ مولفه خود پیش‌بینی کنیم، مقدار R^2 برابر با ۰/۸۰۷ خواهد بود. به این ترتیب ارتباط این مولفه‌ها با مقدار متغیر اول مشخص می‌شود. متغیرهایی که دارای ارتباطات کمتری هستند (مقدار R^2 آن‌ها کمتر از ۰/۴ است)، در اندازه‌گیری عوامل اساسی در تحلیل عاملی تأثیر چندانی ندارند.

جدول ۶. رتبه بندی گویه‌هایی نهایی بر اساس مقدار بار عاملی

رتبه	بار عاملی	گویه
۱	۰/۹۳۲	مشتری مداری در ارائه خدمات مورد نیاز مردم در گذران اوقات فراغت فعال
۲	۰/۸۶	نوآوری در پاسخگویی به نیازهای فعالیت‌های جسمانی روزانه مردم
۳	۰/۸۵۳	کیفیت بخشی در خدمات مورد نیاز مردم در گذران اوقات فراغت فعال
۴	۰/۸۵	برقراری ارتباط با صنایع، موسسات، سازمان‌ها و همکاری با سازمان‌های مختلف
۵	۰/۷۷۴	شناخت و تحلیل پدیده‌ها و مسائل اجتماعی
۶	۰/۷۶۷	شناخت نیازهای ورزشی مردم در روز
۷	۰/۷۵۸	شناخت فرصت‌های تجاری در حوزه اوقات فراغت فعال
۸	۰/۷۲	تنوع بخشی در خدمات مورد نیاز مردم در گذران اوقات فراغت فعال
۹	۰/۷۰۳	بکارگیری فناوری‌های مدرن و تغییر آنها با تحولات تکنولوژیکی

در نهایت بر اساس مقدار بار عاملی بدست آمده، ۹ گویه نهایی رتبه بندی شدند (جدول ۶).

بحث و نتیجه گیری

ورزش در توسعه انسانی نقش اساسی برعهده دارد در توسعه اقتصادی نیز منشاء اثر است، پتانسیل اقتصادی ورزش به واسطه کارکرد اقتصادی آن برجسته می شود. به دلیل فقر مطالعاتی و پژوهشی در زمینه راه اندازی کسب و کارهای کوچک در کشور، بخصوص در حوزه ورزش که چه در خارج و چه در داخل کارهای بسیار محدودی در این زمینه صورت گرفته است، محقق را بر آن داشت تا موضوع پژوهش خود را از حوزه کسب و کارهای کوچک در اوقات فراغت فعال انتخاب نماید. لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی و شناسایی عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال در ورزش به انجام رسید.

عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال، می تواند قبل از ایجاد کسب و کار، به شروع کنندگان، شناخت خوبی دهد و آنها را در جهت موفقیت یاری کند (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۹۳). نتایج نشان داد «مشتري مداری در ارائه خدمات مورد نیاز مردم در گذران اوقات فراغت فعال» با بالاترین مقدار بار عاملی (۰/۹۳۲) مهمترین عامل اثرگذار بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال است. نتایج به پژوهش های کیم و کیو^۱ (۲۰۲۰)، لی و همکاران (۲۰۱۶)، سوری (۱۳۹۸) و فلاح و همکاران (۱۳۹۹) و ایزدفر و همکاران (۱۴۰۰) همخوانی داشت. برای داشتن کیفیت خدمات برتر و در نهایت رضایت مشتریان باید همه افراد متعهد به اهداف و چشم اندازهای سازمان و دارای رفتارهای مشتری مدارانه داشته باشیم. مدیران و کارکنان این سمن های ورزشی با انجام فعالیت های داوطلبانه و مازاد بر نقش رسمی خود در جهت موفقیت کسب و کار تلاش نمایند. برخورداری از رفتارهای مشتری مدارانه، مانند رفتار خدمات اجتماعی مطلوب مشتری با توجه به ماهیت این کسب و کارها میتواند بسیار اثربخش باشد. در همین راستا نتایج پژوهش کیم و کیو (۲۰۲۰) نشان دادند که هرچه افراد در گیر با کسب و کارها بیشتر با مشتریان تبادل اجتماعی داشته باشند، تمایل بیشتری به نشان دادن

1. Kim, Qu

رفتارهای خدمات به مشتری در داخل و فراتر از نقش مورد نیاز خود دارند. سوری (۱۳۹۸) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مشتری مداری با خلق دانش و عملکرد همبستگی مثبت و معنی دار دارد.

عوامل موثر دیگر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال در ورزش شامل «نوآوری در پاسخگویی به نیازهای فعالیت های جسمانی روزانه مردم» بار عاملی ۰/۸۶ و «کیفیت بخشی در خدمات مورد نیاز مردم در گذران اوقات فراغت فعال» با بار عاملی ۰/۸۵۳ بودند. در این راستا باید گفت نوآوری به معنی ایجاد محصول جدید، فرآیند جدید، سازمان جدید، منابع جدید و بازار جدید است. نتایج با تحقیقات کعبی، البوناصر (۱۴۰۱)، لی^۱ و همکاران (۲۰۱۶) و هامید و ابراهیم^۲ (۲۰۱۹) همسو می باشد. مفهوم کسب و کار مدرن دارای خصوصیتی است که توسط رقابت شدید محیطی که در نتیجه قانون زدایی، قدرت مشتریان، ظهور تکنولوژی های جدید، جهانی شدن اقتصاد و توسعه شدید محصولات به وجود آمده است متأثر می باشد (کعبی، البوناصر، ۱۴۰۱). نوآوری در ارائه خدمات به عنوان مهم ترین قابلیت سازمان در کسب مزیت رقابتی و همچنین عمده ترین دارایی نامشهود قلمداد می شود. رقابت برای بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک مسئله کلیدی راهبرد برای سازمان هایی که در بخش خدمات فعالیت می کنند، شناخته شده است. می توان بیان کرد که کسب و کارهای مردم نهاد در بخش اوقات فراغت ورزشی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می یابند، سطوح بالاتری از رضایتمندی مشتریان را به عنوان مقدمه ای برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار خواهند داشت. در ارتباط با کیفیت بخشی در خدمات باید بدانیم که رضایت مشتری از کیفیت خدمات ارائه شده یک عنصر کلیدی در موفقیت و برتری کسب و کارها و یک عامل مهم برای سود آوری و وفاداری مشتریان به صاحبان کسب و کار مربوطه محسوب می شود. امروزه بیش از هر زمان دیگری موضوع کیفیت خدمات به عنوان عاملی مهم برای رشد و موفقیت و پایداری کسب و کارها و به عنوان موضوعی راهبردی، موثر و فراگیر در دستور کار مدیریت کسب و کارها قرار گرفته است. چراکه صاحبان کسب و کار دریافته اند تا چه حد فقدان اطلاعات کافی درباره

1. Lee

2. Humaid, Ibrahim

انتظارات و بازخورد ادراکات مشتریان از خدمات ارائه شده برای آنها مشکلاتی را ایجاد خواهد کرد (امیدوار و فتاحی، ۱۳۹۵).

امروزه تحولات، اقتصادی، افزایش رقابت تجاری و ظهور فناوری‌های نوین بسیاری از کسب و کار قدیمی را ناکارآمد کرده و برخی مدل‌های کسب و کار جای خود را به مدل تازه و نوآور داده‌اند. لذا کسب دانش در ارتباط با انواع مدل‌های کسب و کار ورزشی برای دست‌یابی به موفقیت، ضروری است. همچنین میزان توسعه کسب و کارهای ورزشی در ایران بستگی به اطمینان معقول از سودآوری کسب و کار توسط کارآفرینان ورزشی دارد. با توجه به نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر می‌توان بیان کرد مشتری‌مداری، نوآوری، کیفیت خدمات، ارتباط و همکاری با سازمان‌های مختلف، شناخت مسائل اجتماعی، شناخت نیازهای ورزشی مردم، شناخت فرصت‌های تجاری، تنوع خدمات و فناوری‌های مدرن به ترتیب از بیشترین به کمترین تأثیر را بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال دارند. از این‌روی نهادها و سازمان‌های تصمیم‌گیر در حوزه راه‌اندازی کسب و کار و کارآفرینی ورزشی و همچنین شروع کنندگان کسب و کار و کارآفرینان در حوزه ورزش و اوقات فراغت فعال می‌توانند این عوامل مهم شناسایی شده را مدنظر قرار دهند که ریسک ذاتی اینگونه فعالیت‌ها به حداقل برسد. با توجه به این یافته‌ها پیشنهاد می‌گردد در محیط کسب و کار، ضمن استفاده از پژوهش‌های جدید حتماً از دانشجویان، خلاق، کارآفرین و با انگیزه به عنوان مشاور و همکار استفاده شود و با توجه به نوع رشته ورزشی خود، نسبت به تشکیل اتاق‌های فکر و ایده‌پردازی اقدام نمایند. علاوه بر این نسبت به شناسایی الزامات زیر ساخت‌ها و منابع مشهود یا نامشهود که فعلاً در اختیار واحد کسب و کار بررسی و مطالعه شود و برای جلب همکاری دیگر شرکاء و ذینفعان نیز اقدام گردد و برای ایجاد شبکه قوی (شرکاء، رقبا، تامین کنندگان، ذینفعان، اعضاء کانال توزیع و نمایندگان همکاران و ...) نیز برنامه‌ریزی و اقدام گردد. در نهایت با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود جهت کسب درآمد و افزایش سودآوری نسبت به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری با حفظ و ارتقاء کیفیت خدمات اقدام نمایند. در نهایت نسبت به ایجاد روش‌هایی برای خلق درآمد جدید و جانبی اقدام شود. این راه‌ها می‌تواند مرتبط با خدمات ناملموس و یا کالاهای ملموس و یا ترکیبی از هر دو و یا در ارتباط با جذب حامیان و خیرین با انگیزه‌های مختلف و یا فعالیت‌های دیگر باشد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Mahdi Goudarzi		https://orcid.org/0000-0003-3465-526X
Abolfazl Farahani		https://orcid.org/0000-0002-0417-5858
Mehri Asefi Samiromi		https://orcid.org/0009-0000-7259-6155

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل موفقیت مدیریت منابع انسانی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱-۲۰. doi: 10.22059/jed.2017.62286
- امیدوار محمد، فتاحی، هوشیار. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان؛ آزمون نقش میانجی سرمایه ی فکری، کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت، تهران.
- ایزدفر وحید، شریفی فر فریده، محمد کاظمی رضا (۱۴۰۰). طراحی مدل کسب و کار آکادمی های ورزشی (مورد مطالعه: آکادمی ملی ژیمناستیک). پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱۱ (۲۲): ۱۰۵-۱۲۹.
- تسلیمی زهرا، همتی نژاد مهرعلی، قلizada محمد حسن، پاسوار محمد حسن. (۱۳۹۸). چارچوب تأمین مالی فدراسیون های ورزش های پایه با محوریت خودکفایی. مدیریت و توسعه ورزش، ۸ (۴)، ۴۱-۵۰. doi: 10.22124/jsmd.2019.3800
- خدامی، سهیلا. (۱۳۸۷). اثر اینترنت بر جهت‌دهی کانال‌های صادراتی در شرکت‌های متوسط و کوچک تولید کننده مواد غذایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم، دانشگاه تربیت مدرس.
- داوری، علی، رضازاده، آرش. (۱۳۹۵). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رحیمی، امیر؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم (۱۳۹۷) شناسایی میزان تأثیر بازاریابی کارآفرینانه در ایجاد و ارتقای عملکرد بنگاههای کوچک و متوسط ورزشی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۶ (۲۳)، ۲۳-۳۱.

- رضوی، سید محمدجواد؛ قهرمان تبریزی، کوروش؛ زارعی محمودآبادی، محمد (۱۳۹۵) شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در ورزش با رویکرد منسجم تحلیل چند معیاره و کپلند. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۲ (۲۳)، ۱۱۳-۱۳۰
- سوری، فرید. (۱۳۹۹). ارزیابی رابطه‌ی بین فرآیند خلق دانش، مشتری‌مداری و عملکرد هتل (مطالعه موردی: هتل‌های شهر یزد)، کنفرانس بین‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، تهران.
- غلامی، علی نقی، زارع، علیرضا، قلاوند، اکبر و شیرالی، رضوان. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۶ (۲): ۱-۱۴.
- فرهمندمهر عباس، شریفی فر فریده، نیک بخش رضا. (۱۳۹۸). طراحی و تبیین چارچوب اکوسیستم کارآفرینی در ورزش. مدیریت و توسعه ورزش، ۸ (۱)، ۶۴-۸۳. doi: 10.22124/jsmd.1970.3453
- فلاح، محسن، حق‌شناس کاشانی، فریده، رضائیان، علی. (۱۳۹۹). طراحی مدل مهندسی مجدد کسب و کار در صنعت بانکداری ایران با تأکید بر مشتری‌مداری؛ تحقیق آمیخته اکتشافی، تحقیقات بازاریابی نوین، ۱ (۱۰): ۱۷-۳۸.
- کعبی عبدعلی، البوناصر زیبا. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر نوآوری در ارائه خدمات آموزشی بر عملکرد کارکنان آموزش و پرورش شهر اهواز. علم مدیریت در صنعت، ۱ (۲)، ۱۰۵-۱۱۳.
- کوزه‌چیان، هاشم، احسانی، محمد، عظیم‌زاده، سید مرتضی، کردنائیچ، اسد... و برندا، پیترو. (۱۳۹۳). مدلی برای راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۱ (۴): ۵۱-۶۸.
- نظری، شهرام، صولتی، نرگس، و گرامی گنجه، احمد. (۱۳۹۸). ارتباط ابعاد بازاریابی کارآفرینانه با عملکرد باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر تهران، مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۴۴ (۱۸): ۱-۲۶.
- نیکخواه، هدایت الله، ناکوئی‌درگزی، مرضیه. (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی فعالیت‌های اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، پژوهش‌نامه فرهنگی هرمزگان، ۱۱: ۱۰۷-۱۳۷.

References

- Ahonen, A. (2022). Challenges in sport entrepreneurship: cases in team sport business.

- Bas, D., Martin M., Pollack C. and Venne R. (2020). "The impact of COVID-19 on sport, physical activity and well-being and its effects on social developmen". United Nations Department of Economic and Social Affairs, Policy Brief, 73.
- Drencheva, A., Stephan, U., & Patterson, M. G. (2022). Whom to ask for feedback: Insights for resource mobilization from social entrepreneurship. *Business & Society*, 61(7), 1725-1772.
- Gancarczyk, M., Gancarczyk, J., & Reichel, M. (2023). Revitalizing Forgotten Spaces through local leadership and social entrepreneurial ecosystems: The case of Muszyna commune. In *European Regional Policy and Development* (pp. 105-134). Routledge.
- Greul, A., Schweisfurth, T. G., & Raasch, C. (2023). Does familiarity with an idea bias its evaluation?. *Plos one*, 18(7), e0286968.
- Heydari Rad, P., Hamidi, M., Sajjadi, S. N., & Rajabi Noushabadi, H. (2023). Providing a Framework of Analyzing the Effective Factors on the Success of Small Businesses of Sports Service. *Iranian journal of educational sociology*, 6(2), 97-111.
- Humaid, A. B., & Ibrahim, Y. B. (2019). The examination of factors influencing Saudi small businesses' social media adoption by using UTAUT model. *International Journal of Business Administration*, 10(2), 96-112.
- Kim, H. & Qu, H., (2020). Effects of employees social exchange and the mediating role of customer orientation in the restaurant industry, *International Journal of Hospitality Management*.
- Kwapisz, A. (2021). Team aspects of leisure-based entrepreneurship. *Leisure Studies*, 40(4), 529-544.
- Lee, J., Ok, Ch., & Hwang J. (2016). An emotional labor perspective on the relationship between customer orientation and job satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 54.139-150
- Mondalizadeh, Z. (2018). "Entrepreneurship challenges in sport colleges. *Journal of Entrepreneurship*", *Business and Economics*, 6(2): 12-28.
- Ratten, V., & Jones, P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 961-980.
- Yeung, E., Müller, U., Carpendale, J.I. (2019). Developmental continuity between socialcognitive skills at age 2 and false belief understanding at age4. *Cognitive Development*, 1(50): 157-66.
- Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.



استناد به این مقاله: گودرزی، مهدی، فراهانی، ابوالفضل و آصفی سمیرمی، مهري . (۱۴۰۳). تحلیل عوامل موثر بر درآمدزایی پایدار از کسب و کارهای کوچک مبتنی بر اوقات فراغت فعال در ورزش. مدیریت توسعه پایدار در ورزش، ۱۳(۱۴)، ۱۴۷-۱۶۸



Sustainable Development Sport Management Journal is licensed under a Creative Commons Attribution.NonCommercial 4.0 International License.