

تبیین عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در باشگاه‌های ورزشی**خصوصی استان مازندران**دکتر حسنعلی آقاجانی^۱، عباس نامدار^۲**چکیده**

زمینه: در دهه‌های اخیر خلق ارزش از طریق کارآفرینی ورزشی در قالب کسب‌وکارهای ورزشی، توجه زیادی را به خود جلب کرده است چرا که سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، خلق ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است.

هدف: تبیین اثرات شش متغیر مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران می‌باشد.

روش‌شناسی: جامعه آماری، ۶۱۰ کارآفرین ورزشی مطابق با تعریف سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی بوده‌اند که حداقل یک باشگاه ورزشی خصوصی را تأسیس کرده‌اند. از میان آن‌ها تعداد ۲۹۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب، سپس با جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسش‌نامه‌های با اجزاء استاندارد و ضریب پایایی ۰/۷۸، به آزمون فرضیات شش‌گانه پرداخته شده است.

یافته‌ها: نشان داده شده است که شش متغیر مورد مطالعه در قالب یک مدل معادلات ساختاری، بخوبی تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران بوده، و هر کدام هم به صورت مستقیم، و هم به صورت غیرمستقیم و تعاملی، بر فرآیند مذکور تأثیرگذار بوده‌اند. بر این اساس، بیشترین اثرگذاری مستقیم مربوط به متغیر عوامل مدیریتی (۰/۸۳) بوده، و متغیرهای حمایت‌های محیطی (۰/۷۹)، ویژگی‌های روان‌شناختی (۰/۶۰)، ویژگی‌های شخصیتی (۰/۴۹)، ماهیت کار (۰/۴۲)، و بالاخره فرهنگ خانواده و آشنایان (۰/۱۳)، به ترتیب در درجات بعدی اهمیت قرار دارند.

نتیجه‌گیری: توصیه شده است که مدیران و مسؤولان استان مازندران بمنظور بهبود فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی، چگونگی باید به این متغیرها توجه نمایند.

واژه‌های کلیدی: فرآیند، کارآفرینی، باشگاه، ورزش، خصوصی، مازندران.

۱- مقدمه و بیان مسأله

کارآفرینی و مدیریت ورزشی در دهه اخیر توجهات زیادی را به خود جلب کرده است. رشته‌های ورزشی موفق، که به مسائل اقتصادی نیز توجه می‌کنند همگی، فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای هستند که نوآوری، ریسک‌پذیری و تغییر از عناصر کلیدی آن‌ها هستند. (۱) کارآفرینان منشاء تحولاتی بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح جامعه محسوب می‌شوند و نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی ملل به عهده دارند. (۲) آن‌ها پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه بوده و از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقادی در جوامع امروزی، لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد. (۳) به موجب یک اصل در مدیریت، اگر یک نفر مستقیماً به کاری مولد گمارده شود، به صورت غیر مستقیم برای حداقل سه نفر دیگر شغل ایجاد کرده است. و سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. از مهم‌ترین محاسن راه‌اندازی شرکت‌های کارآفرینانه ایجاد اشتغال مولد است. ایجاد اشتغال مولد نیازمند شناسایی، خلق و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی و اشتغال موجود در جامعه می‌باشد و از دلایل مهم توجه به کارآفرینی محسوب می‌گردد. کارآفرینی، فرآیند اشتغال‌زایی و کسب سود از ترکیب ارزشمند منابع می‌باشد. اصطلاح کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که متعهد شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند. (۴) کارآفرینی، حاصل برخورد ویژگی‌های فردی کارآفرینان با محیطی است که در آن نشو و نما یافته. (۵)، و تبدیل به حرفه بسیار مهمی شده، و ما نیازمند هستیم که نقش آن را در توسعه ظرفیت‌های انسانی درک کنیم. در حالی‌که در قرن بیست و یکم شده‌ایم که اقتصاد کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه با نیروی حیات‌آفرین از نو زنده شده است. (۶) کارآفرینی ورزشی همانند دیگر اقسام کارآفرینی، علیرغم نقش مهمی که می‌تواند در ایجاد تغییرات اجتماعی، تکنولوژیکی و بین‌المللی جوامع داشته باشد هنوز به گونه‌ای شایسته و بایسته شناخته نشده و مورد توجه قرار نگرفته است. (۷) اهمیت کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی تا آن حد است که سالانه مشاغل مختلفی در ارتباط با آن ایجاد شده و درآمدهای هنگفتی در قبال این مشاغل در جوامع ایجاد می‌شود. (۸) کارآفرینی نظامی میان‌رشته‌ای است که با رشته‌های مختلف علمی می‌تواند در ارتباط باشد. ارتباط بین نظام‌های آموزش عالی و

تجاری‌سازی دانش و تکنولوژی‌های آن‌ها چالشی مهم و مورد توجه همه مدیران است. رشته‌های ورزشی با توجه به اینکه در بطن جامعه و مردم بوده و به عنوان یکی از نیازهای اساسی مردم تلقی می‌شوند نیازمند توجه به مقوله کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی از طریق توجه به طراحی و ایجاد رشته‌های ترکیبی کارآفرینی ورزشی هستند به گونه‌ای که بازاریابی ورزشی به عنوان یکی از ضروریات موفقیت و اثربخش آن خواهند بود. (۹)

کارآفرینان، افراد، گروهها و یا مردمی هستند که کسب و کار جدیدی را تأسیس و اداره می‌کنند بگونه‌ای که حداقل برای بیش از یک نفر ایجاد اشتغال کنند. (۱۰) آن‌ها با توجه به نیاز توفیق‌طلبی و با هدف بهبود عملکرد (رشد، سود و غیره) خود تحت شرایط چالشی و رقابتی، به تأسیس و اداره کردن یک کسب‌وکار اقدام می‌کنند. (۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵) این خصوصیت منحصر بفردی است که کارآفرینان را در راستای موفقیت در کار و تعالی، به سوی چالشی رودررو در کار برمی‌انگیزاند. (۱۳، ۱۶، ۱۷) کارآفرینی، نیروی محرکی است که نقش آن یافتن فرصت‌های استفاده نشده در بازار بوده و به دنبال ایجاد تعادل جدیدی در بازار بوده. (۱۸)، و موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود. (۱۹) نوآوری به عنوان یکی از مؤلفه‌های کارآفرینی، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر همه سازمان‌ها تلقی می‌شود. بنابراین سازمان‌ها باید به منظور موفقیت در عملکرد خود و دستیابی به مزیت‌های رقابتی پایدار، از طریق نوآوری، همواره به دنبال کشف فرصت‌های جدید باشند. (۲۰)، و ریسک‌پذیری از جمله ویژگی‌های کارآفرینانه است که بر آن تأکید زیادی شده است (۲۱، ۲۲، ۲۳) فرد ریسک‌پذیر کسی است که تمایل زیادی دارد تا در موقعیت‌های تصمیم‌گیری عدم اطمینان کار کند. (۲۲) توفیق‌طلبی شخصی یک کارآفرین می‌تواند بر ادراک وی از ریسک و چگونگی مدیریت بر آن تأثیر بگذارد. (۲۴) از منظر کارآفرینی، کارآفرینان همواره در جستجوی ریسک هستند. (۲۵)

در مورد عوامل مؤثر بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی (۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰)، تأسیس شرکت‌های کارآفرینانه و عملکرد آن‌ها در کسب و کارهای مختلفی مانند شناسایی فرصت‌های ورزشی (۳۱)، تولیدی، صنعتی، توریستی، خدماتی، ورزشی، تجاری، تکنولوژی‌های پیشرفته و کسب و کارهای کوچک (۳۲، ۳۳) مطالعات زیادی انجام شده است. تا مدتها تصور غالب این بود که کارآفرینی یک خصوصیت ویژه فردی بوده و بر وراثتی بودن صرف آن تأکید می‌شده است (۳۴) این در حالی است که عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی را می‌توان به یکی از سه گروه کلی

ویژگی‌های فردی (شامل چهار متغیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، ویژگی‌های رفتار کاری، و شایستگی‌های اساسی فرد کارآفرین)، عوامل سازمانی و شرکتی (شامل چهار متغیر عوامل ساختاری، منابع سرمایه‌ای، مدیریت داخلی و اجرایی، حمایت‌های مشورتی-وتکنیکی)، و محیط بیرونی (شامل چهار متغیر عوامل اقتصادی کلان، عملکرد مدیریت دولتی، ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی، امکانات کالبدی محیطی) (۳۵)، چهار گروه ویژگی‌های شخصی و روان‌شناختی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت، و تنوع خدمات قابل ارائه (۳۶)، سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصی در سه سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی (۳۷)، انعطاف‌پذیری الگوهای کاری، خودگردانی، پاسخگویی، پاداش‌های تشویقی، کاهش بوروکراسی، نوآوری، امنیت و اطمینان (۳۸)، ایجاد منابع بالقوه برای نوآوری (۲)، مالی و بودجه (۳۹)، مشتری‌مداری، کنترل پیش‌نگر، مدیریت مشارکتی، نتیجه‌گرایی، عدم تمرکز، فرهنگ خلاقیت، بازاریابی و بازرگانی، نوآوری سازمانی، ریسک‌پذیری، سازگاری و نوآوری، ارزیابی عملکرد و پاسخگویی، تصمیم‌گیری غیرمتمرکز و ساختار غیربوروکراتیک، فرصت‌شناسی و ریسک‌پذیری، پاسخگویی به تقاضای بازار و محدودیت منابع، رهبری در هزینه‌ها، تمایز، تمرکز، کالا و خدمت جدید، رقابت موازی، استفاده از امتیاز مخصوص، گسترش جغرافیایی، کسری موجودی برای فروش، قرارداد با مشتریان، سرمایه‌گذاری مشترک، فروش سهام، تشویق نوآوری، ریسک‌پذیری، تیم‌پروری، تفویض اختیار، حمایت مدیریت، شیوه پاداش (۴۰) (جهانگیری و مبارکی، ۱۳۸۸)، مشتری‌مداری (۴۱)، بازاریابی و فروش (۴۲)، تحقیق و توسعه (۴۳)، مالی (۴۴)، فن‌آوری اطلاعات (۴۵)، منابع انسانی (۴۶)، اندازه (۴۷)، تولید و عملیات، استراتژی (۴۸)، سیستم‌های سازمانی (۴۹)، درک اهداف، سیستم پاداش، دخالت سیاسی کم، اختصاص منابع لازم برای تشویق و ترغیب نوآوری، تعامل بین افراد و واحدها، تمایل به تغییر، پذیرش تضاد بین گروه‌ها، اعتقاد به استفاده از مشاوران و خبرگان، تعهد به حمایت از خلاقیتها، اندازه سازمان، مدیریت مشارکتی، تخصص‌گرایی میان کارکنان، هدفگذاری از پایین به بالا، گروه‌های کاری منسجم، اختیار سازمانی، محیط خارجی ناآرام، رقابت شدید، فضای تجاری نامناسب، نبود فرصت‌های قابل بهره‌برداری (۵۰)، مشتری‌مداری، استقلال کاری، ریسک‌پذیری، سیستم پاداش، تحمل شکست، نگرش بلندمدت، آگاهی از قوانین حمایتی (۵۱)، ساختار،

استراتژیها، نوع شرکت تأسیس شده (۵۲)، تیم کاری، استراتژی، ساختار، فرهنگ، محصولات (۵۳)، مدیریتی (۵۴) تقسیم کرد.

اگرچه تاکنون مطالعات مختلفی در مورد تأسیس شرکتهای کارآفرینانه (۳۲) (۲۶، ۳۰، ۲۹، ۲۸، ۲۷)، وراثتی بودن کارآفرینی (۳۴)، ویژگیهای شخصی کارآفرینان (۳۷)، نقش ویژگیهای جمعیت‌شناختی بر فرآیند کارآفرینی (۳۵) و غیره انجام شده است، تبیین عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در نهادهای ورزشی موضوعی است که هنوز نیازمند کار و مطالعه بیشتر است. بر این اساس، هدف از اجرای تحقیق حاضر، تعیین و تبیین نقش شش عامل ۱- ویژگیهای روانشناختی، ۲- عوامل مدیریتی، ۳- حمایت‌های محیطی، ۴- ماهیت کار، ۵- ویژگیهای شخصیتی، ۶- فرهنگ خانواده و آشنایان، بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران می‌باشد. مستند به مرور ادبیات موضوعی فوق، در تحقیق حاضر فرضیات ذیل مورد بررسی و آزمون قرار خواهد گرفت:

فرضیات:

شش متغیر ویژگیهای روانشناختی، عوامل مدیریتی، حمایت‌های محیطی، ماهیت کار، ویژگیهای شخصیتی، و فرهنگ خانواده و آشنایان، بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران تأثیر معنادار دارند.

۳- روش‌شناسی

۳-۱- نمونه

جامعه آماری ۶۱۰ نفری تحقیق حاضر را افرادی تشکیل داده‌اند که مؤسس حداقل یک باشگاه ورزشی خصوصی در سطح استان مازندران باشند به گونه‌ای که بتوان آن‌ها را کارآفرین مستقل و فردی (۵۵) قلمداد کرد. روشهای نمونه‌گیری از نوع تصادفی ساده و طبقه‌بندی شده بوده و تعداد ۲۹۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در نمونه مذکور ۷۴ درصد مرد، ۸۹ درصد دارای سن زیر ۴۰ سال، و ۸۶ درصدشان دارای تحصیلات زیر لیسانس بوده‌اند.

۳-۲- داده‌ها و مقیاس اندازه‌گیری

داده‌های مورد نیاز تحقیق حاضر به وسیله پرسش‌نامه‌ای با اجزاء استاندارد (۳۵، ۵۴، ۴۲، ۴۸، ۴۶، ۴۹)، حاوی ۵۹ سؤال در مقیاس فاصل‌های (۵۶) (اصغرپور، ۱۳۷۷، ۱۹۲) ده گزینه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد اندازه‌گیری شده، و با استفاده از آزمون‌های تحلیل عاملی با $(KMO=0.76)$ ، و هفتاد درصد تبیین واریانسها، به شش متغیر ویژگی‌های روان‌شناختی، عوامل مدیریتی، حمایت‌های محیطی، ماهیت کار، ویژگی‌های شخصیتی، و فرهنگ خانواده و آشنایان، تقلیل داده شده‌اند. پرسش‌نامه طراحی شده، در مراجعه حضوری نخست، در اختیار اعضای نمونه آماری قرار گرفته و توضیحات لازم نیز برایشان داده شد. آنگاه در مراجعات حضوری دوم تا چهارم نسبت به جمع‌آوری آن‌ها اقدام شده است.

۳-۳- اعتبار

به منظور معتبرسازی مقیاس تحقیق از رویه استخراج اجزاء متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی، و آنگاه بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظرات متخصصان و نیز نمونه‌های مقدماتی استفاده شده است (۵۷، ۵۸، ۵۹) بر این اساس ارزیابی دو ویژگی اعتبار محتوایی (۵۹) مقیاس اندازه‌گیری به صورت قضاوت کیفی بوده است؛ یعنی، پرسش‌نامه تحقیق حاضر دارای اعتبار محتوا بوده است زیرا اجزاء متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی تحقیق اخذ شده، و سازه‌های پرسش‌نامه نیز به وسیله اعضای نمونه آماری بدرستی درک شده‌اند. بدین منظور، پرسش‌نامه طراحی شده، به صورت پیش‌آزمون در اختیار تعداد ۱۲ نفر از استادان و خبرگان قرار گرفت آنگاه پس از اخذ نظرات اصلاحی و تعدیل موادی از آنها، مجدداً در اختیار تعداد ۲۸ نفر از اعضای نمونه آماری مقدماتی قرار گرفت و طبق نظرات اصلاحی این گروه نیز از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. در نهایت، پرسش‌نامه نهایی طراحی و برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. در ضمن، شاخص $GFI=0.91$ نیز که به عنوان یکی از معیارهای سنجش روایی است (۶۱) در این تحقیق بیشتر از ۰.۹۰ به دست آمده است.

۳-۴- پایایی

یکی از روش‌های متعدّد تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) سنجش سازگاری درونی آن است. (۶۲) که با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری می‌شود. (۶۳، ۶۴) و در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد. (۶۵) اگر چه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید ۰/۷ باشد؛ اما مقادیر ۰/۶ و

حتی ۰/۵۵ نیز قابل قبول و پذیرش است. (۶۶، ۶۷) در تحقیق حاضر، قابلیت اعتماد ابزاراندازه‌گیری ۰/۷۸ بوده است. ضمن این که آزمون فریدمن نیز نشان داده است که پاسخ‌دهندگان، هم درست و به دور از پیش‌داوری به سؤالات پاسخ گفته‌اند و هم این که تفاوت بین سؤالات را به درستی درک کرده‌اند. (۴۰)

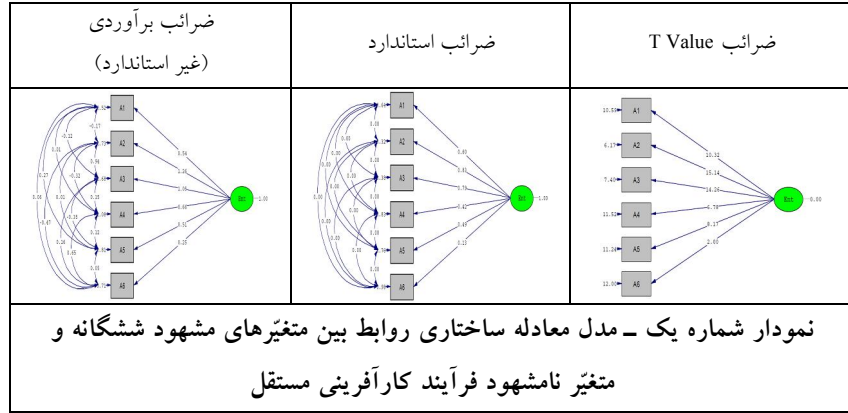
۴- یافته‌ها

۴-۱- مدل معادلات ساختاری تبیین‌کننده عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل

در این قسمت مدل معادلات ساختاری شش متغیر تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران بر اساس خروجی نرم‌افزار لیزرل (Lisrel) ارائه خواهد شد. قابل ذکر اینکه از میان شاخصهای مختلف و متعدد تعیین برازندگی یک مدل معادلات ساختاری (۶۸)، شاخصهای GFI ، $RMSEA$ و NFI از بهترین و معروفترین‌شان بوده و می‌توانند در حد کفایت لازم، برازندگی یک مدل معادله ساختاری را تعیین کنند. $RMSEA \leq 0.10$ نشان می‌دهد که این مدل برازش قابل قبولی با داده‌های دنیای واقعی دارد (69) در تحقیق حاضر $RMSEA = 0.038$ ، $GFI = 0.91$ ، $AGFI = 0.80$ ، $NFI = 0.94$ و $NNFI = 0.86$ بوده است لذا مدل تحقیق دارای برازندگی لازم بوده و کلیت آن مورد تأیید است چرا که $RMSEA$ کمتر از ۰/۱۰ و GFI و NFI نیز بیشتر از ۰/۹۰ بوده، و متغیرهای مشهود ششگانه می‌توانند ۰/۸۰ متغیر نامشهود اصلی مورد مطالعه یعنی فرآیند کارآفرینی مستقل در باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران را به صورت مستقیم و غیرمستقیم توجیه و تبیین نمایند.

در نمودارهای سه‌گانه شماره یک، مدل معادله ساختاری روابط بین متغیرهای ششگانه مشهود و متغیر نامشهود فرآیند کارآفرینی مستقل نشان داده شده است. در معادلات ساختاری، متغیرها دارای دوگونه روابط تبیین‌کنندگی مستقیم و غیر مستقیم هستند. همانگونه که در نمودار T Value ملاحظه می‌شود در هر دوبخش اثرات مستقیم و غیر مستقیم، همه روابط مورد تأیید قرار گرفته‌اند زیرا مقدار عددی هیچکدام از آن‌ها کمتر از ۲ نشده‌اند (بر اساس خروجی نرم‌افزار لیزرل، مقادیر عددی کمتر از ۲ قرمز رنگ می‌شوند) در دو نمودار دیگر نیز ضرائب رگرسیونی استاندارد و برآوردی (غیر استاندارد) مستقیم و غیر مستقیم مدل معادله ساختاری ارائه شده، و در جدول شماره یک نیز توضیحات بیشتر مربوط به متغیرهای مشهود و نامشهود، ضرائب استاندارد و

غیراستاندارد مستقیم، و T Value معادله ساختاری ارائه شده است. در ضرائب رگرسیونی استاندارد، در حقیقت مقیاسهای اندازه‌گیری تمامی متغیرها صرف نظر از چگونگی اندازه‌گیری آنها بر اساس مقیاسی مشترک و ارائه می‌شوند. این در حالی است که ضرائب برآوردی با توجه به مقیاس‌های اندازه‌گیری مختلف خود، داده‌ها و اطلاعات بیشتری را برای تصمیم‌گیری در اختیار مدیران و مسؤولان قرار می‌دهند.



جدول شماره یک - متغیرها و ضرائب مستقیم مدل معادله ساختاری

رتبه اثربخشی	تأیید/رد روابط		تأیید/رد کلیت مدل	ضرائب غیراستاندارد	ضرائب استاندارد	T Value	علامت اختصاری	متغیرهای مشهود 6.BJ1	متغیر نامشهود
	مستقیم	غیرمستقیم							
سوم	تأیید	تأیید	RMSEA=0.038 GFI=0.91 AGFI=0.80 NFI=0.94 NNFI=0.86 کلیت مدل تأیید می‌شود	۰/۵۴	۰/۶۰	۱۰/۳۲	F ₁	ویژگی‌های روانشناختی	فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران = IEPPSC
اول	تأیید	تأیید		۱/۲۶	۰/۸۳	۱۵/۱۴	F ₂	عوامل مدیریتی	
دوم	تأیید	تأیید		۱/۰۵	۰/۷۹	۱۴/۲۶	F ₃	حمایت‌های محیطی	
پنجم	تأیید	تأیید		۰/۶۶	۰/۴۲	۶/۷۸	F ₄	ماهیت کار	
چهارم	تأیید	تأیید		۰/۵۱	۰/۴۹	۸/۱۷	F ₅	ویژگی‌های شخصیتی	
ششم	تأیید	تأیید		۰/۲۵	۰/۱۳	۲/۰۰	F ₆	فرهنگ	

همانگونه که در جدول بالا و نیز نمودار شماره یک مشاهده می‌شود همه روابط و اثرات مستقیم و غیر مستقیم بین متغیرهای مشهود ششگانه یعنی ویژگی‌های روانشناختی، عوامل مدیریتی، حمایت‌های محیطی، ماهیت کار، ویژگی‌های شخصیتی، و فرهنگ خانواده و آشنایان، با فرآیند کارآفرینی مستقل مورد تأیید قرار گرفته است. لذا در استخراج معادله ساختاری لازم است همه روابط مستقیم و غیر مستقیم وارد معادله شوند. مدل عمومی معادله ساختاری روابط تعاملی بین متغیرها (اثرات مستقیم و غیرمستقیم) عبارت است از:

$$\text{(اثرات غیر مستقیم)} + \text{(اثرات مستقیم)} = \text{مدل معادله ساختاری}$$

با توجه به نمودار شماره یک، مدل معادله ساختاری تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل بر حسب ضرائب استاندارد (فقط روابط مستقیم) به شرح زیر هستند:

$$F = (0.60 F_1 + 0.83 F_2 + 0.79 F_3 + 0.42 F_4 + 0.49 F_5 + 0.13 F_6)$$

و مدل معادله ساختاری عوامل تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل بر حسب ضرائب غیر استاندارد عبارت است از:

$$F = (0.54 F_1 + 1.26 F_2 + 1.05 F_3 + 0.66 F_4 + 0.51 F_5 + 0.25 F_6) \text{ (اثرات مستقیم شش متغیر)}$$

$$(-F_1 = (0.12 F_1 \times 1.05 F_3) + (0.01 F_1 \times 0.66 F_4) + (0.27 F_1 \times 0.51 F_5) + (0.06 F_1 \times 0.25 F_6) - 0.17 F_1 \times 1.26 F_2) \text{ (اثرات غیر مستقیم ویژگی‌های روانشناختی)}$$

$$(-F_2 = (0.47 F_2 \times 0.25 - 0.32 F_2 \times 0.66 F_4) + (0.01 F_2 \times 0.51 F_5) + (-0.17 F_2 \times 0.54 F_1) + (0.94 F_2 \times 1.05 F_3) \text{ (اثرات غیر مستقیم عوامل مدیریتی)})$$

$$(-F_3 = (0.35 F_3 \times 0.51 F_5) + (0.16 F_3 \times 0.25 F_6) - 0.12 F_3 \times 0.54 F_1) + (0.94 F_3 \times 1.26 F_2) + (0.15 F_3 \times 0.66 F_4) \text{ (اثرات غیر مستقیم حمایت‌های محیطی)}$$

$$-F_4 = (0.01 F_4 \times 0.54 F_1) + (0.32 F_4 \times 1.26 F_2) + (0.15 F_4 \times 1.05 F_3) + (0.12 F_4 \times 0.51 F_5) + (0.65 F_4 \times 0.25 F_6) \text{ (اثرات غیر مستقیم ماهیت کار)}$$

$$-F_5 = (0.27 F_5 \times 0.54 F_1) + (0.01 F_5 \times 1.26 F_2) + (0.35 F_5 \times 1.05 F_3) + (0.12 F_5 \times 0.66 F_4) + (0.05 F_5 \times 0.25 F_6) \text{ (اثرات غیر مستقیم ویژگی‌های شخصیتی)}$$

$$0.47 F_6 \times 1.26 F_2) + (0.16 F_6 \times 1.05 F_3) + (0.65 F_6 \times 0.66 F_4) + (0.05 F_6 \times 0.51 F_5) - F_6 = (0.06 F_6 \times 0.54 F_1) + ($$

اثرات غیر مستقیم فرهنگ خانواده و آشنایان)

بر اساس معادلات بالا، هرگونه تغییر و بهبود در فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران می‌تواند از طریق توجه به متغیرهای ششگانه فوق و با توجه به روابط ریاضی بالا بررسی و تبیین گردد. به عنوان مثال در توجیه عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی استان مازندران بر اساس ضرائب مدل استاندارد، بیشترین اثرگذاری مربوط به متغیر دوم؛ یعنی، عوامل مدیریتی با ضریب اثرگذاری (۰/۸۳) است. این در حالی است که متغیرهای حمایت‌های محیطی (۰/۷۹)، ویژگی‌های روان‌شناختی (۰/۶۰)، ویژگی‌های شخصیتی (۰/۴۹)، ماهیت کار (۰/۴۲)، و فرهنگ خانواده و آشنایان (۰/۱۳) در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. یعنی این که مدیران سازمان تربیت بدنی به منظور توسعه و گسترش فرآیند کارآفرینی مستقل در کسب‌وکارهای ورزشی خصوصی، شایسته است بیشترین توجه خود را به عوامل محیطی و در درجات بعدی به دیگر متغیرها توجه نمایند.

۴-۲- آزمون فرضیه‌های ششگانه

در آزمون‌های T استیودنت زیر، با توجه به جهت‌دار بودن فرضیه‌های تحقیق، و نیز بازه مقیاس اندازه‌گیری (۱۰-۱)، حداقل میانگین مشاهده شده قابل قبول برای پذیرش فرضیات، ۷۰٪ مقیاس، یعنی عدد هفت در نظر گرفته شده است. اگر چه برای این امر مقادیر ۰/۶۰ و حتی ۰/۵۵ نیز قابل قبول و پذیرش است (۶۶، ۶۷) جدول زیر نتایج آزمون‌های انجام شده را نشان می‌دهد.

جدول شماره دو - نتایج آزمون‌های T استیودنت فرضیه‌های ششگانه

آزمون t یک نمونه‌ای						
عدد شاخص = ۷ سطح پذیرش فرضیه صفر: tهای بیشتر از ۱/۶۴-						
فرضیه‌ها	عدم تأیید فرضیه صفر	t	df	Sig tailed)-2	میانگین تفاوت	
					حد پایین	فاصله اطمینان ۹۵٪
ویژگی‌های روان‌شناختی	تأیید	۱۰/۳۹	۲۹۰	۰/۰۰۰	۰/۵۵	۰/۴۴ - ۰/۶۵
عوامل مدیریتی	تأیید	۱/۰۹	۲۹۰	۰/۲۷۵	۰/۰۹۷	۰/۰۸ - ۰/۲۷
حمایت‌های محیطی	عدم تأیید	-۸/۵۷	۲۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۶۸	-۰/۵۲ - -۰/۸۳
ماهیت کار	تأیید	۱/۴۰	۲۹۰	۰/۱۶۴	۰/۱۳	-۰/۰۵ - ۰/۳۱

آزمون t یک نمونه‌ای						
فرضیه‌ها	تأیید یا عدم تأیید فرضیه صفر	t	df	Sig (2-tailed)	میانگین تفاوت	
					فاصله اطمینان ۹۵٪	حد پایین / حد بالا
ویژگی‌های شخصیتی	تأیید	۱۲/۴۴	۲۹۰	۰/۰۰۰	۰/۷۶	۰/۶۴
فرهنگ	تأیید	۲/۲۶	۲۹۰	۰/۰۲۴	۰/۲۶	۰/۰۳

همانگونه که قبلاً اشاره شده است علی‌رغم این که متغیر حمایت‌های محیطی می‌تواند بیشترین تأثیر را بر توسعه و گسترش فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان داشته باشد، ملاحظه می‌شود که از شش متغیر تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل، متغیر سوم مورد تأیید قرار نگرفته است؛ یعنی، این که متغیر حمایت‌های محیطی بر توسعه و گسترش فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران تأثیر معنی‌دار نداشته است. این در حالی است که پنج متغیر دیگر؛ یعنی، ویژگی‌های روان‌شناختی، عوامل مدیریتی، ماهیت کار، ویژگی‌های شخصیتی، و فرهنگ خانواده و آشنایان، هر کدام با شدت و ضعف خاص خود بر فرآیند کارآفرینی مستقل تأثیر معنی‌دار داشته‌اند. همان گونه که در ستون t ملاحظه می‌شود شرط پذیرش فرضیه‌های صفر؛ یعنی، اثرگذاری متغیرها بر فرآیند کارآفرینی مستقل، بزرگتر از ۱/۶۴- بودن آهای محاسبه شده است. در حالی که در ستون t مشاهده می‌شود متغیر ویژگی‌های شخصیتی از وضعیت نسبتاً بهتری در مقایسه با بقیه برخوردار است. و از این نظر، متغیرهای ویژگی‌های روان‌شناختی، فرهنگ خانواده و آشنایان، ماهیت کار، و عوامل مدیریتی در مراحل بعدی اهمیت قرار دارند.

۴-۳- همبستگی و آماره‌ها

جدول شماره سه - همبستگی (سطح ۰/۰۱)، و آماره‌های توصیفی متغیرهای ششگانه

ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	F ₆	F ₅	F ₄	F ₃	F ₂	F ₁	
۰/۱۱۹	۰/۹۰	۷/۵۵	۰/۱۰۷	۰/۵۲۶	۰/۲۵۶	۰/۴۳۸	۰/۴۶۵	۱	ویژگی‌های روان‌شناختی = F ₁
			۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری
۰/۲۱۴	۱/۵۲	۷/۱۰	۰/۰۱۹	۰/۴۰۸	۰/۲۸۶	۰/۶۸۴	۱		عوامل مدیریتی = F ₂
			۰/۷۴۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		سطح معنی‌داری

ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	F ₆	F ₅	F ₄	F ₃	F ₂	F ₁	
۰/۲۱۲	۱/۳۴	۶/۳۳	۰/۱۴۰	۰/۲۶۴	۰/۳۶۶	۱			حمایت‌های محیطی = F ₃
			۰/۰۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰			سطح معنی داری
۰/۲۲۳	۱/۵۹	۷/۱۳	۰/۲۵۵	۰/۲۶۸	۱				ماهیت کار = F ₄
			۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰				سطح معنی داری
۰/۱۳۴	۱/۰۴	۷/۷۶	۰/۰۸۷	۱					ویژگی‌های شخصیتی = F ₅
			۰/۱۳۸	۰/۰۰۰					سطح معنی داری
۰/۲۶۷	۱/۹۴	۷/۲۶	۱						فرهنگ خانواده و آشنایان = F ₆
			۰/۰۰۰						سطح معنی داری

ضرائب همبستگی جزئی فوق نشان می‌دهند که متغیرهای عوامل مدیریتی و ویژگی‌های شخصیتی، با متغیر فرهنگ خانواده و آشنایان رابطه معنی‌دار ندارند در حالی که بقیه ضرائب مذکور معنی‌دار هستند. سه ستون آخر جدول نیز نشان می‌دهند که علیرغم پراکندگی نسبتاً برابر متغیرها در مقایسه با هم، متغیر ویژگی‌های روان‌شناختی دارای وضعیت بهتری نسبت به بقیه بوده است.

۵ - بحث و نتیجه‌گیری

محدودیت‌های مربوط به بعد زمان و مکان در تمامی تحقیقات رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی به طور عام و نظام میان‌رشته‌ای کارآفرینی به صورتی خاص باعث شده است که یافته‌های تحقیقاتی، علیرغم شباهت‌های موجود در متغیرها و روش مورد استفاده، دارای تفاوت‌های قابل توجهی باشد. بر این اساس لازم است ابتدا با توجه به شرایط زمانی و مکانی مورد استفاده، بومی‌سازی‌های لازم مرتبط با نتایج مطالعات انجام شود تا کاربردهای نتایج مذکور مقرون به صحت و درستی باشد. کارآفرینی نظامی میان‌رشته‌ای است که با رشته‌های مختلف علمی ارتباط دارد. رشته‌های ورزشی نیازمند توجه به مقوله کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی از طریق طراحی و ایجاد رشته‌های ترکیبی کارآفرینی ورزشی هستند. از این رو، عوامل و متغیرهای اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی همانند دیگر رشته‌ها در کارآفرینی ورزشی نیز بگونه‌ای هماهنگ و سازگار وجود دارند (۸) همان گونه که در پیشینه تحقیق نیز نشان داده شده است عوامل مؤثر بر شکل-

گیری و موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی (۲۵، ۲۹، ۲۸، ۲۷، ۲۶)، تأسیس شرکت‌های کارآفرینانه و عملکرد آن‌ها در کسب و کارهای مختلفی مانند شناسایی فرصت‌های ورزشی (۳۰)، تولیدی، صنعتی، توریستی، خدماتی، ورزشی، تجاری، تکنولوژیهای پیشرفته و کسب و کارهای کوچک (۳۲، ۳۱) شامل خصوصیات ویژه فردی و وراثتی (۳۳)، ویژگیهای فردی، عوامل سازمانی و شرکتی، محیط بیرونی (۳۴)، ویژگیهای شخصی و روانشناختی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی و... (۳۵)، عوامل کلان، خرد و ویژگیهای شخصی (۳۶)، انعطاف‌پذیری و... (۳۷)، مشتری‌مداری، بازاریابی و فروش (۴۱)، تحقیق و توسعه (۴۲)، مالی (۴۳)، فن‌آوری اطلاعات (۴۴)، منابع انسانی (۴۵)، اندازه (۴۶)، تولید و عملیات، استراتژی (۴۷)، سیستم‌های سازمانی (۴۸) و... بوده‌اند. متغیرهای اشاره شده در بالا با توجه به آزمون تحلیل عاملی انجام شده در تحقیق حاضر، هر کدام به گونه‌ای در یک از متغیرهای مدل مفهومی تحقیق حاضر شامل شش متغیر ویژگی‌های روانشناختی، عوامل مدیریتی، حمایت‌های محیطی، ماهیت کار، ویژگی‌های شخصیتی، و فرهنگ خانواده و آشنایان وجود داشته‌اند. در تحقیق حاضر بر خلاف نتایج تحقیقات فوق، متغیر حمایت‌های محیطی اثر کمک‌کننده‌ای بر توسعه و گسترش فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران نداشته‌اند؛ یعنی، این که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات دیگران متفاوت و ناهماهنگ بوده است این در حالی است که دیگر متغیرهای پنج‌گانه اشاره شده در بالا همگی تأثیر معناداری بر فرآیند کارآفرینی مستقل داشته‌اند. و از این نظر نتایج به دست آمده تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین سازگار و هماهنگ بوده است.

در تحقیق حاضر نقش عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران پیگیری شده است. روش‌شناسی اجرا شده در تحقیق حاضر شامل متغیرهای سنجش و تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل در سازمان‌های ورزشی خصوصی، ابزاراندازه‌گیری بومی‌سازی شده، نحوه انتخاب نمونه‌ها، شیوه تحلیل، تعیین اعتبار و پایایی ابزاراندازه‌گیری متغیرها، و غیره می‌تواند برای سازمان‌های ورزشی دیگر استان‌های کشور قابلیت تعمیم داشته باشد. البته نکته مهم قابل توجه اینکه با توجه شرایط زمانی و مکانی دیگر استانهای کشور، لازم است بومی‌سازی‌های لازم مرتبط با نتایج مطالعات و تحقیقات انجام شود تا کاربردهای نتایج مذکور مقرون به صحت و درستی باشد. در تحقیق حاضر نشان داده شده است که فارغ از بعد زمان و مکان، هر کدام از متغیرهای ششگانه به شکلی اثرات تبیینی قابل قبول و معنی‌داری بر

فرآیند کارآفرینی مستقل داشته، و می‌توانند به عنوان یک ابزار اندازه‌گیری قابل قبولی برای فرآیند کارآفرینی مستقل در سازمان‌های ورزشی خصوصی استانهای مختلف کشور باشند. این در حالی است که لازم است برای تک‌تک متغیرها در قالب آزمون فرضیه‌های جداگانه معلوم شوند که آیا در دیگر استان‌ها به این عوامل به اندازه کافی توجه می‌شود یا خیر؟ در استان مازندران، این شش متغیر توانسته‌اند در مجموع معادل ۸۰٪ تغییرات فرآیند کارآفرینی مستقل را در سازمان‌های ورزشی خصوصی به عنوان یک ابزار اندازه‌گیری توجیه و منعکس نمایند. از شش متغیر مورد مطالعه، عوامل مدیریتی بیشترین اثرگذاری مستقیم را در تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل داشته، و از این حیث متغیرهای حمایت‌های محیطی، ویژگی‌های روان‌شناختی، ویژگی‌های شخصیتی، ماهیت کار، و فرهنگ خانواده و آشنایان، به ترتیب در درجات بعدی اهمیت بوده‌اند. این در حالی است که در سطح جامعه آماری مورد مطالعه، رد فرضیه سوم نشان داده است که مدیران و مسئولان ورزشی به متغیر عوامل محیطی توجه شایسته و بایسته را نداشته‌اند؛ یعنی، این که متغیر عوامل محیطی علیرغم اهمیت رتبه سوم آن به منظور توسعه و گسترش فرآیند کارآفرینی مستقل، مورد توجه مسئولان ورزشی نبوده و کارآفرینان ورزشی بخش خصوصی استان با توجه به همت و تلاش خود این چالش و مسأله مهم را حل کرده و پشت سر گذاشته‌اند. بر اساس این یافته می‌توان نتیجه‌گیری نمود که بمنظور بهبود در فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه می‌توان از طریق توجه به متغیرهای ششگانه تبیین‌کننده آن در دنیای واقعی اقدام کرد. از این منظر لازم است در درجه اول بیشترین توجه به متغیر عوامل مدیریتی، و در درجات بعد به متغیرهای دیگر به ترتیب اهمیت‌شان توجه شود. همانگونه که قبلاً نیز اشاره شد سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است. تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن‌آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین دلیل برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌گردند. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها، و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی به طور عام و در سطح استان مازندران بصورتی خاص، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، و بسترسازی برای فرهنگ حامی

کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. مدیران و مسئولین محترم می‌توانند با بهره‌گیری و استفاده از نتایج تحقیق حاضر در مورد عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در میان سازمان‌های ورزشی استان و کشور، توسعه کارآفرینی ورزشی و ایجاد اشتغال مولد در جامعه از طریق شناسایی، خلق و ایجاد فرصت‌های ورزشی قابل تجاری شدن را مورد مطالعه و پیگیری قرار دهند.

با توجه به مطالب اشاره شده، موارد زیر به عنوان پیشنهادهایی به منظور انجام تحقیقات آتی ارائه می‌گردد: ♦ - تعیین و تبیین ویژگی‌های زندگینامه‌ای، محیطی، گروهی و روان‌شناختی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل. ♦ - اجرای مدل مفهومی تحقیق حاضر در زمان و مکان دیگر و مقایسه نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر.

۶ - پانویسها

1. Root Mean Square Error of Approximation, Goodness of Fit Index & Normed Fit Index.

۷ - منابع و مأخذ

1. Vanessa, Ratten. , (2011), "Sport -based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management" *International Entrepreneurship and management*, 7 (1), pp. 57 -69.
2. Duane, G. A. , (2000), "*Management and organization*", Ohio:South -western.
3. Kuratko, D. & Hodgetts, R. , (1989), "Entrepreneurship: A contemporary approach", 3rd ed. , NY: The Dryden Press. *Entrepreneurship and venture management*, NJ: Prentice-Hall Inc.
4. Kuratko, D. & Hodgetts, R. (2001), "*Entrepreneurship approach*", New York, Delmer Publisher.
5. Postigo, S. , (2002), "Entrepreneurship Education in Argentina: the case of San Anders University", *In Proceedings of the Conference Entitled the Internationalizing in Entrepreneurship Education and training*, Malasya, July, pp. 8 -10.
6. Shan, S. Locke, E. & Collin, C. , (2003), "Entrepreneurial motivation" *Human resource management Review*, Vol. 13, pp. 257 -279.
7. Vanessa, Ratten. , (2010), "Developing a theory of sport -based entrepreneurship" *Journal of Management & organization*, 16 (4), pp. 667 _565.
8. Klayman, B. , (2009), "*Global sports market to hit \$141 billion in 2012*", Reuters, Retrieved June 5th, from: <http://www. reuters. com/ article/newsOne/idUSN17380752 20080618>.

9. Mick, Todd. D. & Linder, Michele. , (2005), "Collaborative teaching between entrepreneurship and sport marketing classes", *Journal of Entrepreneurship Education*, 01- Jan, Online.
10. Kirkwood, J. , (2007), "Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 13, No. 1, pp. 39–59.
11. Murray, H. A. , (1938), "*Explorations in Personality: A Clinical and Experimental Study of Fifty Men of College*", New York: Harvard Psychological Clinic.
12. Utsch, A. , & Rauch, A. , (2000), "Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance" *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), pp. 45–62.
13. McClelland, D. c. , (1965), "The Achieving Society", Princeton, NJ: Van Nostrand.
14. McClelland, D. C. , (1987), "Characteristics of successful entrepreneurs", *Journal of Creative Behavior*, Vol. 21, pp. 219–233.
15. Hansemark, O. C. (1998), "The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 4, No. 1, pp. 28–50.
16. Grote, G. F. & James, L. R. , (1991), "Testing behavioral consistency and coherence with the situation response measure of achievement motivation", *Multivariate Behav Res*, (26), pp. 655–691.
17. Atkinson, J. W. & Raynor, J. D. , (1974), "*Motivation and achievement*", Winston, Washington.
18. Elenurm, Tiit et al, (2007), "Structure of Motivation and Entrepreneurial Orientation in Students as the Basis for Differentiated Approach in Developing Human Resources for Future Business Initiatives", *Estonian Business School, EBS Review*, (13) pp. 62- 75.
19. Gürol, Yonca and Atsan, Nuray. , (2006), "Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey", *Education and Training*, Vol. 48, Issue. 1, pp. 25 -38.
20. Tajeddini, Kayhan et al (2006) "Examining the Effect of Market Orientation on Innovativeness", *Journal of Marketing Management*, Vol. 22, No. 5 -6, pp. 529 - 551.
21. Cunningham, J. B. & Lischeron, J. , (1991), "Defining entrepreneurship", *J Small Bus Manage*, 29 (1), pp. 45–61.
22. Ho, T. S. and Koh, H. C. , (1992), "Differences in psychological characteristics between entrepreneurially inclined accounting graduates in Singapore", *Entrepreneurship, Innovation and Change*, (1), pp. 243–254.
23. Morris, M. H. & Trotter, J. D. , (1990), "Institutionalizing entrepreneurship in a large company: a case study at AT&T. ", *Ind Mark Manage*, 19 (2), pp. 131–139.
24. Kliem, R. L. and Ludin, I. S. , (2000), "*Reducing Project Risk*", Hampshire: Gower Publishing Company.
25. Agarwal R, & Prasad, J. , (1998), "A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology", *Inf Syst Res*, 9 (2), pp. 204–215.

26. Buame, S. K. , (1996), "*Entrepreneurship: A contextual perspective*", Lund, Sweden: Lund University Press.
27. Frese, M. , (2000), "*Success and failure of micro business owners in Africa: A psychological approach*", Westport, CT: Quorum Books.
28. King, K. & McGrath, S. , (1999), "*Enterprise in Africa: Between poverty and growth*", London: Intermediate Technology.
29. Mead, D. C. & Leidholm, C. , (1998), "The dynamics of micro and small enterprises in developing countries", *World Development*, 26 (1), pp. 61- 74.
30. Trulsson, P. , (1997), "*Strategic of entrepreneurship: Understanding industrial entrepreneurship and structural change in Northern Tanzania*", Linkoping, Sweden.
31. Chadwick, Simon. & Gorse, Samantha. & Burton, Nicholas. , (2009), "*Entrepreneurship in sport: How dietrich mateschitz built the red bull brand in a day*", Centre for the International Business of Sport (CIBS), The CIBS Working Paper Series, No. 11.
32. Reynolds, P. , Miller, B. , and Maki, W. , (1993), "Regional characteristics affecting business volatility in the United States 1980-4", In C. Karlsson, B. Johannisson, and D. Storey, eds. , *Small Business International, National and Regional Perspective Dynamics*. London: Routledge.
33. Banks, M. C. , (1991), "Location decisions of rural new ventures", In *Frontiers of Entrepreneurship Research*, MA: Babson College, pp. 363-377.
34. Levie, J. , (1999), "Entrepreneurship: my thane Reality", *Science & Public Affairs*, (17), pp. 24- 25.
35. Kiggundo, M. N. , (2002), "Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done", *Journl of Developmental Entrepreneurship*, 7 (3), pp. 239 -258.
36. Lerner, M. & Haber, S. , (2000), "Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment", *Journal of Business Venturing*, (16), pp. 77 -100.
37. Wagner, J. & Sternberg, R. , (2004), "Start -up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data", *The Annals of Regional Science*, (38), pp. 219 -240.
38. Heinonen, J. , (2003), "*Entrepreneurship in public sector organizations*", Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
39. Schneider, Merk. & Taste, Faul. & Mintrom, Micheal. , (1995), "*Public Entrepreneurs*", Princeton University Press, pp. 30 -45.
40. Jahanbakhsh, E. , (2003), "*A simple guide of statistical tests application in scientific research using SPSS*", Esfahan: Daneshpazhoohan Barin and Arkan Publishers. (In Persian)
41. Mierlo, J. G. A. Van. , (1996), "*Public entrepreneurship as innovative management strategy in the public sector*", Paper presented at the 65th Annual Conference of the Southern Economic Association, USA.
42. Wang, T. C. , Lin, Y. L. , (2009), "Accurately predicting the success of B2B e -commerce in small and medium enterprises", *Expert Systems with Applications*, 36 (2), pp. 2750 -2758.

43. Lee, H. & Kim, J. , (2007), "Determinants of success for application service provider: An empirical test in small businesses", *Int. J. Human -Computer Studies*, (65), pp. 796-815.
44. Pansiri, J. , (2008), "The effects of characteristics of partners on strategic alliance performance in the SME dominated travel sector", *Tourism Management*, (29), pp. 101- 115.
45. Maranto -Vargas, D. , Gómez -Tagle Rangel, R. , (2007), "Development of internal resources and capabilities as sources of differentiation of SME under increased global competition: A field study in Mexico", *Technological Forecasting & Social Change*, (74), pp. 90-99.
46. Sun, Y. T. , Yazdani, A. & Overend, J. D. , (2005), "Achievement assessment for enterprise resource planning (ERP) system implementations based on critical success factors (CSFs)", *Int. J. Production Economics*, (98), pp. 189-203.
47. Dickson, P. H. , Weaver, K. M. , Hoy, F. , (2006), "Opportunism in the R&D alliances of SMES: The roles of the institutional environment and SME size", *Journal of Business Venturing*, (21), pp. 487-513.
48. Yapp, C. , Fairman, R. , (2006), "*Factors affecting food safety compliance within small and medium -sized enterprises: implications for regulatory and enforcement strategies*", King - s Centre for Risk Management, King - s College London, Strand Bridge House, 138 -142 Strand, London WC2R 2LS, UK.
49. King, S. F. , Burgess T. F. , (2006), "Beyond critical success factors: A dynamic model of enterprise system innovation", *International Journal of Information Management*, (26), pp. 59-69.
50. Sadler, R. J. , (200), "Corporate entrepreneurship in the public sector; The dance of the chameleon", *Australian Journal of Public Administration*, 59 (2), pp. 25 -43.
51. Morris, M. H. , (1999), "*The form corporate entrepreneurship takes*", EPI Update, No. 2. , Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
52. Fry, F. , (1993), "*Entrepreneurship: A Planning Approach*", Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
53. Timmons, J. , (1990), "*New venture creation*", Boston: IRWIN, Homewood.
54. Sohn, S. y. , Kim, H. S, Moon, T. H. , (2007), "*Predicting the financial performance index of technology fund for SME using structural equation model*", Department of Information and Industrial Engineering, Yonsei University, 134 Shinchon -dong, Seoul 120 -749, Republic of Korea.
55. www. gemiran. ir, 2008.
56. Asgharpoor. M. J. , (1998), "*Multicriteria decisions making*", Tehran: University of Tehran Publisher, p. 192, (In Persian)
57. Hult, G. M. T. & Ferrell, O. C. , (1997), "*A global learning organization structure and market information processing*", *Journal of Business Research*, Vol. 40, pp. 155-166.
58. Bazargan, A. & Hejazi, E. & Sarmad, Z. , (1998), "*Research methods in behavioral sciences*", Tehran: Agah Publishing Co. (In Persian)
59. Sarookhani, B. , (2003), "*Research method in social sciences*", Tehran: Research Organization of Human Sciences & Cultural Studies. . (In Persian)

60. Parasuraman, A. , Zeithaml, V. A. , and Berry, L. L. , (1988), "SERVQUAL: A Multiple -Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol Spring, pp. 12- 40.
61. Hair, J. F. & Anderson, R. E. & Tatham, R. L. & Black, W. C. , (1998), "*Multivariate data analysis*", Prentice Hall International Inc. , Upper Saddle River, NJ.
62. Conca, F. J. *et al*, (2004), "Development of a measure to assess quality management in certified firms", *European journal of operational research*, (156), pp. 683-697.
63. Cronbach, L. J. , (1951), "Coefficient alpha and the internal structure of test", *Psychometrika*, (16), pp. 297 -334.
64. Churchill, G. A. J. , (1979), "A paradigm for developing better measures of marketing constructs", *Journal of Marketing Research*, Vol. 16, February, pp. 64–73.
65. Peterson, R. A. , (1994), "A meta -analysis of cronbach,s coefficient alpha", *Journal of consumer research*, (21), pp. 381- 391.
66. Nunnally, J. C. , (1978), "*Psychometric theory*", Second ed. , McGraw -Hill, New York.
67. Van de ven, A. & Ferry, D. , (1979), "*Measuring and assessing organizations*", John Wiley, New York.
68. Hooman, H. , (2002), "*Statistical inference in social sciences*", Tehran: Parsa Publishing Co. , pp. 409 -412. . (In Persian)
69. Joreskong, K. G. & Sorbom, D. , (1989), "*LISREL 7: A Guide to the Program and Application*", 2^{Ed}, Chicago: SPSS Software.

۸ - پیوست - خروجیهای نرم افزارها

Degrees of Freedom = 9
 Minimum Fit Function Chi-Square = 84.84 (P = 0.00)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 83.05 (P = 0.00)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 74.05
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (48.54 ; 107.03)
 Minimum Fit Function Value = 0.29
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.26
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.17 ; 0.37)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.038
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.014 ; 0.08)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00
 Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.37
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.28 ; 0.48)
 ECVI for Saturated Model = 0.14
 ECVI for Independence Model = 1.89
 Chi-Square for Independence Model with 15 Degrees of Freedom = 535.91
 Independence AIC = 547.91
 Model AIC = 107.05
 Saturated AIC = 42.00
 Independence CAIC = 575.95
 Model CAIC = 163.13
 Saturated CAIC = 140.14
 Normed Fit Index (NFI) = 0.94
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.86
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.51
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.85
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.86
 Relative Fit Index (RFI) = 0.74
 Critical N (CN) = 75.06
 Root Mean Square Residual (RMR) = 0.17
 Standardized RMR = 0.079
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.91
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.80
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.39

Reliability Coefficients						
N of Cases = 291. 0 N of Items = 59						
Alpha = .776						
One-Sample Statistics						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
A1=i1.i2.i3.i4.b2.b	291	7.5473	.89838	.05266		
A2=j2.j3.e5	291	7.0975	1.52058	.08914		
A3=e1.e2.e3.e4	291	6.3275	1.33846	.07846		
A4=b1	291	7.1296	1.58464	.09289		
A5=i5.j1	291	7.7550	1.03554	.06070		
A6=i6	291	7.2577	1.94198	.11384		
One-Sample Test						
	Test Value = 7					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
A1=i1.i2.i3.i4.b2.b3	10.392	290	.000	.5473	.4436	.6509
A2=j2.j3.e5	1.094	290	.275	.0975	-.0779	.2729
A3=e1.e2.e3.e4	-8.571	290	.000	-.6725	-.8269	-.5180
A4=b1	1.395	290	.164	.1296	-.0532	.3124
A5=i5.j1	12.437	290	.000	.7550	.6355	.8745
A6=i6	2.264	290	.024	.2577	.0337	.4818

Correlations

		A1=i1.i2.i3.i4.b2.b3	A2=j2.j3.e5	A3=e1.e2.e3.e4	A4=b1	A5=i5.j1	A6=i6
A1=i1.i2.i3.i4.b2.b3	Pearson Correlation	1	.465**	.438**	.256**	.526**	.107
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.068
	N	291	291	291	291	291	291
A2=j2.j3.e5	Pearson Correlation	.465**	1	.684**	.286**	.408**	.019
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.746
	N	291	291	291	291	291	291
A3=e1.e2.e3.e4	Pearson Correlation	.438**	.684**	1	.366**	.264**	.140*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.017
	N	291	291	291	291	291	291
A4=b1	Pearson Correlation	.256**	.286**	.366**	1	.268**	.255**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000
	N	291	291	291	291	291	291
A5=i5.j1	Pearson Correlation	.526**	.408**	.264**	.268**	1	.087
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.138
	N	291	291	291	291	291	291
A6=i6	Pearson Correlation	.107	.019	.140*	.255**	.087	1
	Sig. (2-tailed)	.068	.746	.017	.000	.138	.
	N	291	291	291	291	291	291

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Explanation of Effective Factors on Independent Entrepreneurship Process at Private Sports Clubs in Mazandaran Province

Aghajani. H (Ph.D)

Namdar. A (Msc)

Abstract

based entrepreneurship in format **-Introduction and Purpose:** During recent decades creating value via sport of sport businesses attract much attention, because creating wealth, technology development and productive employment are three important causes of attention to entrepreneurship. Explanation of six variables effects on Independent Entrepreneurship Process at Private Sports Clubs of Mazandaran Province.

Methodology: The statistical population and sample were 610 and 291 entrepreneur according to Global Entrepreneurship Monitoring definition that established minimum one Private Sports Clubs. Data collection instruments was Questionnaire includes some standard questions with reliability of 0. 78.

Results and Conclusions: It is states that, these six variables were explained Independent Entrepreneurship Process at Private Sports Clubs of Mazandaran Province, and everyone were affected on above process both direct, indirect and also interactionally. Based on, in the view of direct affecting, variable of managerial factors (0. 83) affects on Independent Entrepreneurship Process more than others, and from this view, variables of environmental supports (0. 79), psychological specifications (0. 60), personality specifications (0. 49), nature of work (0. 42), and after all, culture of family and friends (0. 13) were in next rating, respectively. Finally, it is recommended that for development of Independent Entrepreneurship Process at Private Sports Clubs of Mazandaran Province, managers how should attend to these variables.

Keywords: Process, Entrepreneurship, Club, Sport, Private, Mazandaran.