



دانشگاه خوارزمی (تربیت معلم تهران)
دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی
گرایش مدیریت و برنامه ریزی در ورزش

عنوان رساله:

تاثیر ویژگی های شخصیتی، مهارت های مدیریتی و سبک رهبری
بر عملکرد کسب و کار کارآفرینان ورزشی

استاد راهنما: دکتر سید امیر احمد مظفری

اساتید مشاور: دکتر فریدون تندنویس - دکتر انوشیروان کاظم نژاد

دانشجو: علی اصغر درودیان

تیرماه ۱۳۹۱

فهرست مطالب

صفحه

فصل اول: مقدمه و معرفی.....	۱
مقدمه.....	۲
بیان مسأله.....	۵
اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۱۲
اهداف تحقیق.....	۱۵
فرضیه های تحقیق.....	۱۵
پیش فرض های تحقیق.....	۱۶
قلمرو تحقیق.....	۱۶
تعریف واژه ها و اصطلاحات تخصصی.....	۱۷
فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق.....	۱۹
مبانی نظری.....	۲۱
سیر تحول کارآفرینی.....	۲۱
کارآفرینی از دیدگاههای مختلف.....	۲۳
تعاریف کارآفرینی.....	۲۹
انواع کارآفرینی.....	۳۰
کارآفرین کیست؟.....	۳۱
رویکردهای مطالعه کارآفرینی.....	۳۵
نقش مدیریت در کسب و کارهای کارآفرینانه.....	۴۶
مهارت های مدیریتی ویژه کارآفرین.....	۴۹
سبک رهبری کارآفرین.....	۵۲
نقش شناسایی فرصت در کارآفرینی.....	۵۵
عوامل موثر بر تشخیص فرصت در کارآفرینی.....	۵۹
کسب و کار چیست؟.....	۶۹
نوع شناسی کسب و کارها.....	۷۰
فضای کسب و کار.....	۷۰
عملکرد کسب و کار.....	۷۱
نگاهی به چند مدل مرتبط با موفقیت کسب و کار.....	۷۲
تدوین چارچوب مفهومی پژوهش.....	۷۶
کارآفرینی در تربیت بدنی و ورزش.....	۷۷
خلاصه و جمع بندی مبانی نظری.....	۸۳
مروری بر تحقیقات انجام شده پیرامون عوامل موثر بر عملکرد کسب و کار کارآفرینان.....	۸۵
مروری بر تحقیقات انجام شده در حوزه کارآفرینی در ورزش و تربیت بدنی.....	۹۸
جمع بندی از پیشینه تحقیق.....	۱۰۲
فصل سوم: روش شناسی تحقیق.....	۱۰۵

۱۰۶.....	روش تحقیق.....
۱۰۶.....	جامعه آماری و نمونه تحقیق.....
۱۰۷.....	متغیرهای تحقیق.....
۱۰۷.....	تعریف عملیاتی متغیرها.....
۱۰۹.....	ابزار اندازه گیری متغیرهای تحقیق.....
۱۱۰.....	سنجش روایی پرسشنامه.....
۱۱۱.....	سنجش پایایی پرسشنامه.....
۱۲۱.....	روش جمع آوری داده ها.....
۱۲۱.....	ملاحظات اخلاقی.....
۱۲۲.....	روش های آماری.....
۱۲۳.....	فصل چهارم: یافته های تحقیق.....
۱۲۵.....	بخش اول: آمار توصیفی داده های تحقیق.....
۱۲۷.....	توصیف متغیرهای تحقیق.....
۱۳۸.....	بخش دوم: آمار استنباطی داده های پژوهش.....
۱۳۸.....	بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق.....
۱۳۸.....	آزمون فرضیه های تحقیق.....
۱۴۸.....	تحلیل مسیر.....
۱۵۸.....	فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری.....
۱۵۹.....	خلاصه تحقیق.....
۱۶۰.....	مهم ترین یافته های توصیفی.....
۱۶۲.....	مهم ترین یافته های حاصل از آزمون فرضیه ها.....
۱۶۳.....	بحث.....
۱۷۳.....	جمع بندی نتایج تحقیق با تحلیلی بر الگوی مسیر.....
۱۷۴.....	نتیجه گیری.....
۱۷۵.....	پیشنهاد های برگرفته از یافته های تحقیق.....
۱۷۷.....	پیشنهاد هایی برای تحقیقات آینده.....
۱۷۸.....	محدودیت هایی که کنترل آنها از اختیار محقق خارج بود.....

مراجع

پیوست ها

جدول ۱-۱. تعاریف کارآفرینی از دیدگاه صاحب نظران.....	۲۹
جدول ۲-۱. رویکردهای مختلف توصیف کارآفرین به عنوان یک فرد(کردنایج و همکاران،۱۳۸۶).....	۳۴
جدول ۱-۳. ضرایب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه های تحقیق.....	۱۱۱
جدول ۲-۳. آزمون ها و شاخص های تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه ها.....	۱۱۶
جدول ۳-۳. ضرایب آلفای کرونباخ جهت بررسی پایایی ابزار تحقیق.....	۱۱۶
جدول ۴-۳. ضرایب ثبات بدست آمده با استفاده از روش بازآزمایی.....	۱۱۷
جدول ۵-۳. ماتریس همبستگی بین سوالات و مولفه های پرسشنامه ویژگی های شخصیتی کارآفرینان.....	۱۱۸
جدول ۶-۳. ماتریس همبستگی بین سوالات و مولفه های پرسشنامه مهارت های مدیریتی.....	۱۱۹
جدول ۷-۳. ماتریس همبستگی بین سوالات و مولفه های پرسشنامه مهارت شناسایی فرصت.....	۱۲۰
جدول ۱-۴. ویژگی های جمعیت شناختی نمونه های تحقیق.....	۱۲۵
جدول ۲-۴. پاسخ آزمودنی ها به سوالات اختصاصی حوزه کارآفرینی.....	۱۲۶
جدول ۳-۴. توصیف ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ورزشی.....	۱۲۷
جدول ۴-۴. توصیف مهارت های مدیریتی کارآفرینان ورزشی.....	۱۲۸
جدول ۵-۴. توصیف مهارت شناسایی فرصت کارآفرینان ورزشی.....	۱۲۹
جدول ۶-۴. میانگین نمرات حاصل از پرسشنامه سبک رهبری.....	۱۳۰
جدول ۷-۴. توصیف شاخص درآمد حاصل از کسب و کارهای ورزشی در سال مالی گذشته.....	۱۳۱
جدول ۸-۴. توصیف شاخص سوددهی بر حسب سال.....	۱۳۲
جدول ۹-۴. توصیف شاخص دوره بازگشت سرمایه بر حسب ماه.....	۱۳۲
جدول ۱۰-۴. توصیف شاخص متوسط رشد درآمد طی پنج سال گذشته.....	۱۳۳
جدول ۱۱-۴. توصیف شاخص متوسط رشد تعداد کارکنان طی پنج سال گذشته.....	۱۳۴
جدول ۱۲-۴. توصیف نمره کلی عملکرد کسب و کار کارآفرینان ورزشی.....	۱۳۶

- جدول ۴-۱۳. میانگین و انحراف معیار شاخص های عملکرد کسب و کار کارآفرینان ورزشی.....۱۳۷
- جدول ۴-۱۴. نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق.....۱۳۸
- جدول ۴-۱۵. ارتباط بین ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۳۹
- جدول ۴-۱۶. ارتباط بین مهارت های مدیریتی کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۳۹
- جدول ۴-۱۷. ارتباط بین سبک رهبری تحول گرای کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۴۰
- جدول ۴-۱۸. ارتباط بین سبک رهبری عمل گرای کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۴۰
- جدول ۴-۱۹. ارتباط بین مهارت شناسایی فرصت کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۴۱
- جدول ۴-۲۰. ارتباط بین سن کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۴۱
- جدول ۴-۲۱. ارتباط بین تجربه کارآفرینان در حوزه ورزش و عملکرد کسب و کار.....۱۴۲
- جدول ۴-۲۲. ارتباط بین میزان تحصیلات کارآفرینان ورزشی و عملکرد کسب و کار.....۱۴۲
- جدول ۴-۲۳. ارتباط بین ویژگی های شخصیتی و مهارت های مدیریتی کارآفرینان ورزشی.....۱۴۳
- جدول ۴-۲۴. ارتباط بین ویژگی های شخصیتی و مهارت شناسایی فرصت.....۱۴۳
- جدول ۴-۲۵. ارتباط بین مهارت های مدیریتی و دانش پیشین کارآفرینان ورزشی.....۱۴۴
- جدول ۴-۲۶. رگرسیون خطی جهت پیش بینی عملکرد کسب و کار بر اساس ویژگی های شخصیتی.....۱۴۴
- جدول ۴-۲۷. رگرسیون خطی جهت پیش بینی عملکرد کسب و کار بر اساس ویژگی های شخصیتی.....۱۴۵
- جدول ۴-۲۸. رگرسیون خطی جهت پیش بینی عملکرد کسب و کار بر اساس سبک رهبری تحول گرا.....۱۴۵
- جدول ۴-۲۹. رگرسیون خطی جهت پیش بینی عملکرد کسب و کار بر اساس سبک رهبری عمل گرا.....۱۴۶
- جدول ۴-۳۰. رگرسیون خطی جهت پیش بینی عملکرد کسب و کار بر اساس مهارت شناسایی فرصت.....۱۴۶
- جدول ۴-۳۱. شاخص های خروجی لیزرل برای مدل مفهومی پژوهش.....۱۴۷
- جدول ۴-۳۲. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین (متغیر ملاک، درآمد).....۱۴۸
- جدول ۴-۳۳. ضرایب معادله رگرسیون خام و استاندارد (متغیر ملاک، درآمد).....۱۴۸
- جدول ۴-۳۴. معرفی نمادهای بکاررفته در معادله رگرسیون (متغیر ملاک، درآمد).....۱۴۹

- جدول ۳۵-۴. مقادیر تحلیل مسیر برای روابط بین متغیرهای پیش بین..... ۱۴۹
- جدول ۳۶-۴. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین (متغیر ملاک، تداوم سوددهی)..... ۱۵۰
- جدول ۳۷-۴. ضرایب معادله رگرسیون خام و استاندارد (متغیر ملاک، تداوم سوددهی)..... ۱۵۱
- جدول ۳۸-۴. معرفی نمادهای بکاررفته در معادله رگرسیون (متغیر ملاک، تداوم سوددهی)..... ۱۵۱
- جدول ۳۹-۴. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین (متغیر ملاک، دوره بازگشت سرمایه)..... ۱۵۲
- جدول ۴۰-۴. ضرایب معادله رگرسیون خام و استاندارد (متغیر ملاک، دوره بازگشت سرمایه)..... ۱۵۲
- جدول ۴۱-۴. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین (متغیر ملاک، متوسط رشد درآمد)..... ۱۵۳
- جدول ۴۲-۴. ضرایب معادله رگرسیون خام و استاندارد (متغیر ملاک، متوسط رشد درآمد)..... ۱۵۳
- جدول ۴۳-۴. معرفی نمادهای بکاررفته در معادله رگرسیون (متغیر ملاک، متوسط رشد درآمد)..... ۱۵۳
- جدول ۴۴-۴. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین (متغیر ملاک، متوسط رشد تعداد کارکنان)..... ۱۵۴
- جدول ۴۵-۴. ضرایب معادله رگرسیون خام و استاندارد (متغیر ملاک، متوسط رشد تعداد کارکنان)..... ۱۵۵
- جدول ۴۶-۴. ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تعیین (متغیر ملاک، عملکرد کلی کسب و کار)..... ۱۵۶
- جدول ۴۷-۴. ضرایب معادله رگرسیون خام و استاندارد (متغیر ملاک، عملکرد کلی کسب و کار)..... ۱۵۶
- جدول ۴۸-۴. معرفی نمادهای بکاررفته در معادله رگرسیون (متغیر ملاک، عملکرد کلی کسب و کار)..... ۱۵۶

- شکل ۲-۱. فرآیند برنامه ریزی در کسب و کارهای تولیدی یا خدماتی (رابینز، ۱۹۹۶)..... ۴۷
- شکل ۲-۲. هرم مهارت های مدیریتی کسب و کار (نیوتن، ۲۰۰۱)..... ۵۰
- شکل ۲-۳. فرآیند کارآفرینی مدل تیمونز (استیونسون و جاریلو، ۱۹۹۰)..... ۵۷
- شکل ۲-۴. الگوی شناخت فرصت (اوروا، بانی، ۲۰۰۳)..... ۶۷
- شکل ۲-۵. الگوی ساده کسب و کار (فور میسانو، ۲۰۰۴)..... ۶۹
- شکل ۲-۶. الگوی کارآفرینی سولیموسی (۱۹۹۸)..... ۷۳
- شکل ۲-۷. الگوی موفقیت کارآفرینان فریز (۲۰۰۹)..... ۷۴
- شکل ۲-۸. الگوی چند بعدی از رشد کسب و کار، بام (۲۰۰۱)..... ۷۵
- شکل ۲-۹. الگوی عملکرد کسب و کار سامباسیوان (۲۰۰۹)..... ۷۶
- شکل ۲-۱۰. چارچوب مفهومی پژوهش..... ۷۷
- شکل ۳-۱. تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه ویژگی های شخصیتی کارآفرینان..... ۱۱۳
- شکل ۳-۲. تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه مهارت های مدیریتی کارآفرینان..... ۱۱۴
- شکل ۳-۳. تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه مهارت شناسایی فرصت کارآفرینان..... ۱۱۵
- شکل ۴-۱. میانگین نمرات ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ورزشی در هشت خرده مقیاس..... ۱۲۷
- شکل ۴-۲. میانگین نمرات مهارت های مدیریتی کارآفرینان ورزشی در شش خرده مقیاس..... ۱۲۸
- شکل ۴-۳. میانگین نمرات مهارت شناسایی فرصت کارآفرینان ورزشی در سه خرده مقیاس..... ۱۲۹
- شکل ۴-۴. میانگین نمرات حاصل از پرسشنامه سبک رهبری..... ۱۳۰
- شکل ۴-۵. فراوانی شاخص درآمد برحسب درصد..... ۱۳۱
- شکل ۴-۶. فراوانی شاخص سوددهی برحسب درصد..... ۱۳۲
- شکل ۴-۷. فراوانی شاخص دوره بازگشت سرمایه برحسب درصد..... ۱۳۳
- شکل ۴-۸. فراوانی شاخص متوسط رشد درآمد برحسب درصد..... ۱۳۴

- شکل ۹-۴. فراوانی شاخص متوسط رشد تعداد کارکنان برحسب درصد..... ۱۳۵
- شکل ۱۰-۴. فراوانی مطلق نمره عملکرد کلی کسب و کار کارآفرینان ورزشی..... ۱۳۷
- شکل ۱۱-۴. تحلیل مسیر به همراه ضرایب(متغیر ملاک، درآمد)..... ۱۵۰
- شکل ۱۲-۴. تحلیل مسیر به همراه ضرایب(متغیر ملاک، تداوم سوددهی)..... ۱۵۱
- شکل ۱۳-۴. تحلیل مسیر به همراه ضرایب(متغیر ملاک، دوره بازگشت سرمایه)..... ۱۵۲
- شکل ۱۴-۴. تحلیل مسیر به همراه ضرایب(متغیر ملاک، متوسط رشد درآمد)..... ۱۵۴
- شکل ۱۵-۴. تحلیل مسیر به همراه ضرایب(متغیر ملاک، متوسط رشد تعداد کارکنان)..... ۱۵۵
- شکل ۱۶-۴. تحلیل مسیر به همراه ضرایب(متغیر ملاک، عملکرد کلی کسب و کار)..... ۱۵۷
- شکل ۱-۵. الگوی نهایی تحقیق..... ۱۷۵

فصل اول

مقدمه و معرفی

مقدمه

اقتصاد جهانی در حال ایجاد تغییراتی بنیادی و اساسی در سازمان‌ها و صنایع در سرتا سر جهان است. این تغییرات، شرکت‌های تجاری را ملزم می‌سازد تا به طور دقیق هدف خود را بررسی کرده و توجه فراوانی به انتخاب و دنبال کردن راهبردهایی داشته باشند که منتهی به سطوحی از موفقیت با احتمال بالا برای بسیاری از افراد ذینفع شود. قرن جدید شاهد تاکید سازمان‌ها بر نوآوری است. این تاکید جدید بر اندیشه کارآفرینی در حوزه اقتصاد کارآفرینی در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ توسعه یافت (کردنائیج، زالی، هومن و شمس، ۱۳۸۶). در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازارهای دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود که می‌تواند سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (احمدپور، شیخان و رضازاده، ۱۳۸۶). کارآفرینی موضوعی میان رشته‌ای است که رشته‌های مختلفی همچون اقتصاد، روانشناسی، مردم شناسی، جامعه شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته‌اند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۹).

واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی *Entreprendre* است که به معنی تعهد کردن کاری می‌باشد. کارآفرین کسی است که مسئولیت سازماندهی، مدیریت و خطرات یک سازمان تجاری را عهده‌دار می‌شود. امروزه، کارآفرین، فردی نوآور و توسعه‌گرا است که فرصت‌ها را تشخیص می‌دهد، آنها را به چنگ می‌آورد و به ایده‌های عملی قابل فروش تبدیل می‌کند. بهره‌گیری از این فرصت‌ها از طریق تخصیص پول، زمان و مهارت و افزودن ارزش، تحقق می‌یابد. کارآفرین شتاب دهنده تغییرات در جهان تجارت است. او اندیشمندی مستقل است که جرأت می‌کند در محیطی مملو از رویدادهای گوناگون، متفاوت باشد (کوراتکو^۱ و هاجتس^۲، ۲۰۰۱). برخی از صاحب‌نظران برای تبیین ویژگیهای کارآفرینان، آنها را با استفاده از بعضی استعاره‌ها به تسهیل‌گر اجتماعی، ورزشکار المپیک، رهبر ارکستر سمفونیک، خلبان هواپیمای جنگی و غزال تیزپا تشبیه نموده‌اند. کارآفرینان در قالب تسهیل‌گر اجتماعی و اقتصادی، با فراهم آوردن منابع مالی و انسانی سرگردان، به عنوان نیروی تغییر دهنده بازار، کسب و کار جدیدی را آغاز می‌کنند، همانند یک ورزشکار المپیک که به دنبال رکورد شکنی است، کارآفرین نیز در پی دستیابی به محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید است که دیگران به آن دست

1- Kuratko, D.

2- Hodgetts, R.

نیافته‌اند. همان طور که رهبر ارکستر سمفونیک با رهبری خود نواها و موسیقی‌های مختلف را هماهنگ می‌سازد، کارآفرین نیز در نقش یک رهبر، منابع طبیعی، امکانات و منابع انسانی را طوری هماهنگ می‌سازد که کسب و کار مورد نظر به نتیجه برسد. همانند خلبان هواپیمای جنگی که سرعت و تهور را در هم می‌آمیزد، کارآفرین نیز در مواجهه با شرایط بازار پویا و متغیر، با ریسک‌پذیری بالایی که دارد، به نیازهای بازار پاسخ می‌دهد (مقیم، ۱۳۸۴، به نقل از احمد پور و مقیمی). جورج برنارد شاو^۱ (۱۹۳۱)، نویسنده مشهور انگلیسی، معتقد است که همه پیشرفت‌ها به افراد غیرعادی بستگی دارد. افراد عادی رفتارشان را با دنیا منطبق می‌کنند در حالی که کارآفرینان در پی منطبق کردن دنیا با خودشان هستند. کارآفرینان افرادی غیرعادی هستند زیرا آنها وضع موجود و تفکر معمول را نمی‌پذیرند، بلکه در مورد محصولات و خدمات و نیز در زمینه روش ارائه آنها فکری نو ارائه می‌کنند (کارت رایت^۲، ۲۰۰۲).

با توجه به ابعاد گسترده فعالیت‌های ورزشی، می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌ها از نظر رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مطرح کرد. دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد. به عبارت دیگر افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است. ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی و توسعه کسب و کارهای ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی و توسعه کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند (یداللهی، ۱۳۸۷). کارآفرینی یکی از مباحث روز در حوزه مدیریت ورزشی است که برای افراد و سازمان‌های درگیر در ورزش، مزیت رقابتی خلق می‌کند. تغییرات سریع تکنولوژی نظیر اینترنت و تلویزیون دیجیتال، استفاده از شیوه‌های نوین بازاریابی و کسب و کار را اجتناب‌ناپذیر ساخته است (سوینی^۳، ۲۰۰۷). بسیاری از تحقیقات کارآفرینی در دهه‌های گذشته، روی صنایع با دانش غنی یا بخش‌هایی از تکنولوژی تمرکز داشته‌اند و کمتر کارآفرینی در صنعت ورزش را مورد توجه قرار داده‌اند (کستونگوی^۴، ۲۰۰۸). از طریق ورزش ایده‌های جدید بوجود می‌آید که خود مبنایی برای

1- George Bernard Shaw

2- Cartwright, R. J.

3- Sweeney, J.

4- Castonguay, S.

کارآفرینی است. کارآفرینی ورزشی پویاست و بعضی از حوزه‌های مدیریت نظیر استراتژی کسب و کار، مدیریت بحران، توسعه ورزش‌های جدید، مدیریت عملکرد، نوآوری محصول و استراتژی‌های تبلیغاتی را تحت تاثیر قرار می‌دهد (راتن^۱، ۲۰۱۰). صنعت ورزش یکی از بزرگترین و سریعترین صنایع در حال رشد در دنیاست که چند صد میلیارد دلار تبادلات مالی سالیانه این صنعت می‌باشد به گونه‌ای که در برخی کشورها دو برابر صنعت خودروسازی و هفت برابر صنعت سینما در صنعت ورزش تبادلات مالی صورت می‌گیرد. رشد و توسعه این صنعت در آمریکا حاکی از جهش فوق‌العاده آن در مقایسه با صنایع دیگر است، بطوری که این صنعت در سال ۱۹۸۶ گردش مالی معادل ۴۷/۳ میلیارد دلار داشت اما این رقم در سال ۲۰۱۰ با رشدی تقریباً ده برابری به ۴۱۴ میلیارد دلار رسیده است (پلانکت^۲، ۲۰۱۱). این حجم افزایش تبادلات مالی در این صنعت و تغییر سبک زندگی مردم فرصت‌های بیشماری را برای کارآفرینان حوزه ورزش فراهم می‌آورد (شریفیان، ۱۳۸۷).

از هفتصد هزار شرکتی که هر ساله در آمریکا شروع به کار می‌کنند، تنها حدود ۱۰٪ باقی می‌مانند و رشد می‌کنند و به شرکت‌های موفق تبدیل می‌شوند (تیمونس^۳ ۱۹۹۴ و کاسر^۴ ۲۰۰۶). بسیاری از محققین تلاش کرده‌اند تا با مطالعه تاثیر عوامل مختلف نظیر ویژگی‌های کارآفرینی، شایستگی کارآفرینان، سطح انگیزشی کارآفرینان و محیط بر عملکرد کسب و کار علت این مساله را دریابند (هانکینسون^۵، ۱۹۹۷؛ بام^۶، ۲۰۰۱ و سامباسیوان^۷، ۲۰۱۰). یکی از رویکردهای مطالعه کارآفرینی، بررسی ویژگیها و رفتارهای شخصی کارآفرین است. که در این رویکرد، پژوهشگران به دنبال شناسایی ویژگی‌های شخصیتی و الگوهای رفتاری هستند که به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر عملکرد کسب و کار تاثیر گذار است (شیروکوا^۸ و شاتالوف^۹ ۲۰۱۰؛ مخبول^{۱۰}، ۲۰۱۱ و بلک من^{۱۱}، ۲۰۰۳). رهبری اثربخش به عنوان یک ابزار ضروری برای موفقیت سازمان معرفی شده است. کارآفرینان به عنوان پیشگامان و رهبران توسعه اقتصادی در عصر حاضر هستند. رهبری یکی از اجزای

1- Ratten, V.
 2- Plunkett, J.W.
 3- Timmons, J.A.
 4- Cassar, G.
 5- Hankinson, A.
 6- Baum, R.J.
 7- Sambasivan, M.
 8- Shirokova, G.
 9- Shatalov, A.
 10- Makhbul, Z.M.
 11- Blackman, A.H.

اصلی فرآیندهای کارآفرینانه است. همه کارآفرینان با یک شیوه یکسان، کسب و کار خود را اداره و رهبری نمی‌کنند. بلکه از سبک‌های مختلف رهبری برای برخورد با زیردستان بهره می‌برند. طی ۲۰ سال گذشته، حجم زیادی از تحقیقات حوزه کارآفرینی به دنبال شناسایی عواملی بوده‌اند که بوسیله آنها بتوان عملکرد یک کسب و کار را تبیین کرد، به عبارت دیگر محققین طی این سالها به دنبال شناسایی عواملی بودند که بر موفقیت یا شکست یک کسب و کار اثرگذار هستند. رویکردهای مختلفی برای مطالعه در این بخش بکار می‌رود، بعضی از تحقیقات موفقیت و شکست کسب و کار را در ویژگیها، مهارتها و رفتارهای فردی شخص کارآفرین جستجو می‌کنند و بعضی دیگر به دنبال تاثیر عوامل محیطی و بیرونی که عموماً کنترل آنها خارج از حیطه اختیارات کارآفرین است، می‌گردند. در این پژوهش رویکرد اول که به دنبال مهمترین عوامل فردی موثر بر عملکرد کسب و کار است، دنبال شده و محقق با بررسی و تحلیل تحقیقات گذشته، سعی کرده تاثیر سه دسته متغیر پیش‌بین شامل ویژگیهای شخصیتی، مهارتهای مدیریتی و سبک رهبری را از طریق متغیر میانجی مهارت شناسایی فرصت و در غالب یک الگوی مفهومی مورد بررسی قرار دهد و با توجه به مطالعات اندک و اهمیت حوزه اقتصاد ورزش و کارآفرینی ورزشی، نمونه‌های تحقیق، کارآفرینان حوزه خدمات ورزشی استان تهران بوده‌اند. در فصل اول و دوم کلیات پژوهش، مبانی نظری و مرور ادبیات تحقیق ارائه گردیده است. فصل سوم روش‌شناسی پژوهش است که در آن به جامعه و نمونه مورد بررسی و ابزار پژوهش نیز اشاره شده است. در فصل چهارم یافته‌های پژوهش در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی بیان شده و در فصل پنجم نیز یافته‌های پژوهش مورد بحث قرار گرفته و در پایان نتیجه‌گیری و پیشنهادات نیز ارائه گردیده است. با توجه به اینکه در ایران پژوهش‌های انجام شده بر روی کارآفرینان حوزه ورزش، کمتر از انگلستان یک دست است، که همان چند مورد نیز بیشتر یک نگاه کلی و غیر تخصصی داشته‌اند لذا امید است انجام این رساله گامی در جهت پرکردن این خلاء مطالعاتی باشد.

بیان مساله

امروزه نقش و اثرگذاری کارآفرینی بر روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته و اشتغال‌زا به طور کامل آشکار شده است. تا آنجا که این عصر را برخی از صاحب نظران، عصر کارآفرینی نام گذاری کرده اند. کارآفرینان انقلابی راهدایت می‌کنند که منجر به تحول و نوسازی

اقتصاد در پهنه جهانی شده است (بیگریو^۱، ۱۹۹۴). با توجه به اهمیت و ضرورت کارآفرینی و نیز آمار قابل توجه شکست کارآفرینان در دنیا (تنها ۲۰ درصد از کسب و کارهای ایجاد شده بیش از سه سال ادامه داشته اند) (گینسبرگ^۲، ۲۰۰۳)، یکی از ضرورت‌های بسترهای رشد، خلاقیت و کارآفرینی در جامعه، نقد و تحلیل فرآیند یاد شده و شناسایی عوامل موفقیت و شکست آن است. این نقدها جامعه را بیش از پیش برای ظهور کارآفرینان بالقوه با احتمال موفقیت بیشتر آماده می‌کند (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹). گربر^۳ (۲۰۰۱) به آمار تکان دهنده‌تری اشاره می‌کند، حداقل ۴۰٪ از کسب و کارهای جدید در یک سال اول از بین می‌روند و با شکست مواجه می‌شوند. ۸۰٪ از آنها در پایان پنج سال نابود می‌شوند و ۹۶٪ از آنها جشن تولد ۱۰ سالگی خود را نمی‌بینند و این بدین معنی است که تنها ۴٪ از آنها باقی می‌مانند و رشد می‌کنند. یکی از رویکردهای مهم در ادبیات کارآفرینی، رویکرد ویژگی‌هاست. درونمایه اصلی در این رویکرد بر اساس تفاوت قابل شدن بین کارآفرین با غیرکارآفرین بوده است و با فرض اینکه کارآفرینان دارای ویژگی‌هایی هستند که زیربنای رفتار و موفقیت آنان را شکل می‌دهد، تحقیقات در این زمینه انجام شده است (سولیموسی، ۱۹۹۸؛ بام و همکاران، ۲۰۰۱؛ بلک من، ۲۰۰۳ و راش و فریز، ۲۰۰۷). به عبارتی دیگر، هدف از این گونه تحقیقات، شناسایی افرادی است که قادر به تاسیس یا رشد شرکت‌های جدید و موفق بودند. در این تحقیقات فهرستی طولانی از ویژگی‌هایی همچون نیاز به توفیق، تمایل به ریسک‌پذیری، دارا بودن مرکز کنترل درونی، استقلال طلبی، تحمل ابهام، عزم و اراده، پشتکار، اعتماد به نفس و ... ذکر شده است (همان منابع). بام^۴ (۲۰۰۱) در تحقیق خود نشان داد، که ویژگی‌های شخصیتی، اثر مستقیمی بر عملکرد کسب و کار ندارد و او بیشتر بر روی شایستگی‌ها، سطح انگیزش و استراتژی‌های کارآفرینان تاکید کرد. سامباسیوان (۲۰۰۹) نیز در الگوی خود که برای بررسی عوامل فردی اثرگذار بر کسب و کار ارائه کرده، اثر مستقیمی از ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد کسب و کار در نظر نمی‌گیرد و بیشتر بر روی مهارت‌های شناسایی فرصت تمرکز می‌کند. اما در مقابل، پژوهشگران زیادی نیز، تاثیر ویژگی‌های شخصیتی بر موفقیت کارآفرینی را به عنوان عامل اصلی در نظر گرفته‌اند و معتقدند بخشی

1- Bygrave, W.
2- Ginsberg, A.
3- Gerber, M.E.
4-Baum, R.J.

از تغییرات عملکرد کسب و کار، مستقیماً توسط ویژگی‌های فردی کارآفرین تبیین می‌شود (ادگبایت^۱، ۲۰۰۷ و بلک من^۲، ۲۰۰۳).

توانایی‌ها و مهارت‌های مدیریتی شخص کارآفرین، یکی دیگر از عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اوست. بسیاری از پژوهش‌هایی که به دنبال شناسایی علل شکست کارآفرینان بوده‌اند، عدم آشنایی شخص کارآفرین با مهارت‌ها و قابلیت‌های مدیریتی را، در کنار عوامل دیگر ذکر کرده‌اند (آراستی، ۱۳۸۹؛ راگانی^۳، ۲۰۰۸ و لیو^۴، ۲۰۰۴). مهارت‌های مدیریتی کارآفرین به توانایی‌های او برای اداره کردن کسب و کار مربوط می‌شود. این مهارت‌ها می‌توانند مهارت‌های عمومی مدیریت شامل توانایی تصمیم‌گیری، توانایی ادراکی، مهارت‌های رهبری، استفاده از قدرت، بازاریابی، مهارت‌های مالی و حسابداری و مذاکره باشد و یا مهارت‌های ویژه‌تر مثل مدیریت کسب و کار، ایجاد شبکه‌های مدیریت، تیم‌سازی و مهارت‌های فنی حوزه تخصصی کارآفرین باشد (آندرسون^۵، ۲۰۰۸). از طرفی بسیاری از محققین این حقیقت را تصدیق کرده‌اند که مهارت‌های مدیریتی، اکتسابی هستند و ویژگی‌های فردی، تاثیر زیادی بر مهارت‌ها و شایستگی‌های مدیریتی کارآفرین دارد (بام، ۲۰۰۱؛ چندلر^۶، ۱۹۹۲ و ستربرگ^۷، ۱۹۹۷).

شناخت فرصت^۸، مفهومی چند وجهی است که اخیراً در پژوهش‌های دانشگاهی به آن توجه شده است. کارآفرینان افرادی هستند که ویژگی‌های خاص آنها، توان شناخت فرصت را برایشان امکانپذیر ساخته است. در واقع کارآفرینی شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌هایی است که تا کنون از آنها بهره‌برداری نشده است (استیونسون^۹، ۱۹۹۰). از نظر بعضی از محققین، تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها، مهمترین گام در فرآیند کارآفرینی است و در میان مهمترین توانایی‌ها و مهارت‌های یک کارآفرین موفق قرار دارد (شفرد^{۱۰}، ۲۰۰۵؛ ازگن^{۱۱}، ۲۰۰۳ و بارون^{۱۲}، ۲۰۰۷). عوامل زیادی نظیر جستجوی منظم، دانش پیشین^{۱۳}، وجود مربی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، شبکه‌های اجتماعی،

1- Adegbite, S.A.
2- Blackman, A.H.
3- Ragani, N.
4- Liao, J.
5- Anderson, S.
6- Chandler, G.N.
7- Westerberg, M.
8- Opportunity Recognition
9- Stevenson, H.
10- Shepherd, D.A.
11- Ozgen, E.
12- Baron, R.A.
13- Prior Knowledge

نیروهای پیش‌برنده و هوشیاری کارآفرین از عوامل موثر در کسب و پرورش مهارت‌های شناسایی فرصت‌هستند (شین^۱، ۲۰۰۰؛ صارمی و علیزاده، ۱۳۸۸). در میان این عوامل، جستجوی منظم، دانش پیشین و هوشیاری کارآفرین، به سبب اشتراک بیشتر در پژوهش‌ها، دارای اهمیت بیشتری است. ویژگی‌های شخصیتی نظیر ریسک‌پذیری، میل به موفقیت و تمایل به نوآوری به کارآفرین جهت شناسایی فرصت‌ها، نسبت به افراد دیگر بیشتر کمک می‌کند (استوارت^۲، ۱۹۹۸). دانش پیشین کارآفرین، اشاره به اطلاعات متمایز و مشخص فرد در مورد یک موضوع خاص داشته و برای او ظرفیت شناسایی برخی فرصت‌ها را فراهم می‌کند. شناخت کارآفرین از بازار، صنعت و مشتریان همگی در سایه دانش پیشین او بدست می‌آیند (شین، ۲۰۰۰). شفرد (۲۰۰۵) معتقد است که دانش پیشین فرد، نتیجه تجربه کاری و عمومی فرد، تحصیلات، آموزش و یا ابزارهای دیگر است. مهارت‌های مدیریتی به کارآفرینان کمک می‌کند تا دانش بیشتری درباره مشتریان، فناوری‌ها و بازار بدست آورند. این دانش به کارآفرینان اجازه می‌دهد تا فرصت‌ها را بشناسند (آردیچ ویلی^۳، ۲۰۰۳). بنابراین به نظر می‌رسد، مهارت‌های مدیریتی کارآفرین با دانش پیشین او که از اجزاء شناسایی فرصت است، در ارتباط باشد. برای اولین بار کرزنر^۴ (۱۹۸۵) هوشیاری را در ادبیات کارآفرینی مطرح کرد و آن را آمادگی فرد برای مواجهه با تغییر شرایط یا احتمالات پیش‌رو تعریف نمود. بعضی از ویژگی‌های فردی مثل هوش و خلاقیت بر هوشیاری کارآفرین اثر گذارند. هوشیاری با دانش قبلی و ویژگی‌های شخصی نظیر خود انگیزی، نیاز به موفقیت و تمایل به ریسک‌پذیری، ترکیب شده و می‌تواند کارآفرینان را به سمت راه‌حل‌های خلاقانه برای مشکلات و مسایل مشتریان همراهی کند. این راه‌حل‌های خلاقانه می‌تواند رضایت مشتری، فروش و در نتیجه عملکرد کسب و کار را افزایش دهد (بارون، ۲۰۰۷).

نظریه رهبری در سال‌های اخیر در تحقیقات بسیاری مورد آزمون و بررسی قرار گرفته است. رهبری اثربخش به عنوان یک ابزار ضروری برای موفقیت سازمانی معرفی شده (هوارد^۵، ۲۰۰۶؛ ارگان^۶ و قبادیان، ۲۰۰۵ و هرنز^۷ و هوگ^۸، ۲۰۰۴). کارآفرینان به عنوان پیشگامان و رهبران توسعه اقتصادی در

1- Shane, S.
 2- Stewart, W.H.
 3- Ardichvili, A.
 4- Kirzner, I.M.
 5- Howard, L.J.
 6- O'Regan, O.N.
 7- Hernez, G.
 8- Hughes, L.R.

عصر حاضر هستند (سیت^۱، ۲۰۰۳). رهبران کسب و کارهای کوچک، بر چگونگی دستیابی کارمندان به اهداف سازمانی نقش پررنگی دارند (شری^۲، ۲۰۰۶). رهبری، یکی از اجزای اصلی فرآیندهای کارآفرینانه است. بدون حضور رهبر، فرصت‌ها شناسایی نمی‌شوند و تلاش‌های فردی و جمعی، منجر به تحقق اهداف نمی‌گردند. بنابراین کارآفرینان و بنیانگذاران کسب و کارهای جدید باید به منظور حفظ و نگهداری و رشد کسب و کار خود، نقش رهبری را نیز ایفا کنند (انسلی^۳، پیرس^۴ و میلسکی^۵، ۲۰۰۶). تحقیقات زیادی به دنبال ارتباط بین مفهوم رهبری و کارآفرینی بوده‌اند (گوپتا^۶، مک میلان^۷ و سوریس^۸، ۲۰۰۴؛ تارابیشی^۹، سولومون^{۱۰}، فرنالد^{۱۱} و ساشکین^{۱۲}، ۲۰۰۵). همه کارآفرینان با یک شیوه یکسان، کسب و کار خود را اداره و رهبری نمی‌کنند. آنها در برخورد با کارمندان از سبک‌های مختلف رهبری استفاده می‌کنند (انسلی^{۱۳}، ۲۰۰۶). دو نوع از سبک‌های نوین رهبری که اخیراً در پژوهش‌ها، توجه ویژه‌ای به آنها شده، سبک‌های رهبری تحول‌گرا^{۱۳} و عمل‌گرا^{۱۴} است. رهبران عمل‌گرا پیروان را هدایت می‌کنند و یا آنها را تحریک می‌کنند تا هدف‌های سازمان را تحقق بخشند اما رهبران تحول‌گرا، کسانی هستند که پیروان خود را الهام می‌بخشند، می‌توانند به آنها روحیه دهند و در مسیری هدایتشان کنند که منافع سازمان تامین شود (رابینز، ۱۳۸۸). در پژوهش‌های مربوط به کارآفرینی نیز، عموماً این دو سبک رهبری بیشتر مورد توجه قرار گرفته است (باس، اولیو^{۱۵} و برسون^{۱۶}، ۲۰۰۳؛ دیکانینگ و اسمیت، ۲۰۰۵). در بعضی از تحقیقات مربوط به کارآفرینی که ارتباط بین نوع سبک رهبری کارآفرین (تحول‌گرا و عمل‌گرا) را با عملکرد کسب و کار او مورد بررسی قرار داده‌اند، برتری سبک رهبری تحول‌گرا را گزارش کرده‌اند (یانگ، ۲۰۰۸؛ متزلر، ۲۰۰۸). اما در برخی موارد نیز بین رهبری تحول‌گرا و عمل‌گرای شخص کارآفرین و ارتباط آن با عملکرد و موفقیت کسب و کار او، تفاوت معناداری مشاهده نشده است (والدیسری، ۲۰۱۰؛ راجا، ۲۰۰۹). انسلی (۲۰۰۶) بیان می‌کند که

-
- 1- Sathe, V.
 - 2- Shirey, M.R.
 - 3- Ensley, M.D.
 - 4- Pearce, C.L.
 - 5- Hmieleski, K.M.
 - 6- Gupta, V. I.C.
 - 7- MacMillan, G.
 - 8- Suriec, K.
 - 9- Tarabishy, A.G.
 - 10- Solomon, L.W.
 - 11- Fernald, J.
 - 12- Sashkin, M.
 - 13- Transformational Leadership
 - 14- Transactional Leadership
 - 15- Avolio, D.I.
 - 16- Berson, Y.
 - 17- Visser, J.D.

رابطه بین سبک رهبری کارآفرین و عملکرد کسب و کار را ممکن است متغیرهای تعدیل کننده دیگری مثل پویایی محیطی تحت تاثیر قرار دهد.

به منظور داشتن درک کامل از موفقیت کسب و کار، ضروری است که ملاک‌های چندگانه‌ای مورد استفاده قرار گیرد. بعضی از شاخص‌هایی که در تحقیقات کارآفرینی، بسیار استفاده شده است عبارتند از: سودآوری، درآمد، نرخ بازگشت سرمایه، دوره بازگشت سرمایه^۱، رشد در فروش، تداوم در سوددهی، تعداد کارمندان و رضایتمندی کارمندان و مشتریان(هابر^۲ و ریشل^۳، ۲۰۰۷؛ واتسون^۴، استوارت^۵ و بارنیر^۶، ۲۰۰۳). اما بعضی از تحقیقات، شاخص‌های غیر مالی نظیر تعداد کارمندان یا رضایتمندی کارمندان و مشتریان را جزء معیارهای سنجش عملکرد کسب و کار محاسبه نکرده و فقط بر روی شاخص‌های مالی متمرکز شدند(سامباسیوان، ۲۰۰۹؛ اسمال بن، لیگ^۷ و نورث^۸، ۱۹۹۵). در این تحقیق شاخص‌هایی مثل میزان درآمد، رشد درآمد، تداوم سوددهی، دوره بازگشت سرمایه و متوسط نرخ رشد تعداد کارمندان برای سنجش عملکرد کسب و کار ورزشی مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر تناقضات مطرح شده در خصوص وجود یا عدم وجود ارتباط بین متغیرهای موجود در تحقیق، فرهنگ ملی کشورها و جوامع مختلف، یکی از عوامل کلیدی است که در تحقیقات زیادی در حوزه کارآفرینی به اهمیت و تاثیرگذاری آن اشاره شده است(سامباسیوان، ۲۰۰۹؛ لیندسی، ۲۰۰۵؛ فریز، ۲۰۰۹ و مقیمی، ۱۳۸۴). الگوهای رفتاری، انگیزه‌ها، اهداف و میزان موفقیت‌آنهايي که به رفتارهای کارآفرینانه روی می‌آورند؛ در میان افراد، ملت‌ها، نواحی جغرافیایی و کسب و کارهای مختلف، متنوع است. در برخی جوامع، تلاش‌های کارآفرینانه منجر به کمک‌های قابل ملاحظه‌ای به تولید ناخالص ملی و استاندارد زندگی در این کشورها شده است؛ در حالی که چنین تلاش‌هایی در طول همین دوره در برخی کشورهای دیگر، چنین اهمیتی نداشته است. این موضوع ناشی از زمینه محیطی است که کارآفرینی در آن رخ داده است. تمایلات به سمت نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌نگری ذاتی یک فرد یا جامعه نیست؛ و علاوه بر آن یک رویداد شانس و تصادفی هم نیست. بلکه کارآفرینی پدیده‌ای است که شرایط محیطی که عملیات در آن صورت می‌گیرد، بسیار تعیین کننده است(مقیمی، ۱۳۸۴).

-
- 1- Period of Payback (POP)
 - 2- Haber, S.
 - 3- Reichel, A.
 - 4- Watson, W.
 - 5- Stewart, J.W.
 - 6- Barnir, A.
 - 7- Leig, R.
 - 8- North, D.

اگرچه ورزش از جنبه‌های مختلفی نظیر مدیریت، بازاریابی، فلسفه، روانشناسی و جامعه‌شناسی بررسی و مطالعه شده است اما از دید کارآفرینی، با خلاء مطالعاتی مواجه است (الیویر^۱، ۲۰۰۶). کارآفرینی ورزشی، ابزاری برای رشد سازمان‌های ورزشی است. کارآفرینی، وسیله‌ای برای افزایش اثربخشی اقتصادی است (بال^۲، ۲۰۰۵). ورزش اکنون یکی از ارزش‌ترین شکل‌های گسترده سرگرمی سرگرمی را در بازار بین‌المللی سودآور امروزی تشکیل می‌دهد. اقتصاد گسترده ورزش ویژگیهای بی‌نظیری دارد (گارتون^۳، ارنسولبرگ^۴، ۲۰۰۷). کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرآیند استفاده از فرصت‌های موجود در ورزش دانست. فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند. ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی و تبدیل کمبودها به فرصت‌ها برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید، مسایلی است که در کارآفرینی ورزشی می‌توان به آنها پرداخت. هرچند ورزش، پدیده‌ای شناخته شده است و در صورت شناسایی، می‌توان از آنها به عنوان راه‌هایی به منظور کارآفرینی در ورزش استفاده کرد (فروغی پور، ۱۳۸۴). مطالعات اخیر که ارتباط بین شخصیت و عملکرد کسب و کار را مورد بررسی قرار داده‌اند، دریافتند که این ارتباط به نوع کسب و کار نیز بستگی دارد (دویر^۵، ساده^۶ و پاین^۷، ۲۰۱۰؛ راش^۸ و فریز^۹، ۲۰۰۷). بنابراین ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان بر موفقیت کسب و کار اثر دارد و این تاثیر بسته به نوع کسب و کار متغیر است. دویر و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند افراد نه تنها به شغل متناسب با شخصیت‌شان، علاقه نشان می‌دهند و جذب آن می‌شوند بلکه احتمال موفقیت‌شان نیز بالاست. علاوه بر این در بعضی از تحقیقاتی که تاثیرات عوامل فردی مرتبط با شخص کارآفرین را بر عملکرد کسب و کار او بررسی کرده‌اند، نمونه‌های تحقیق عمدتاً صاحبان صنایع تولیدی و کارخانجات بزرگ بوده‌اند (سامباسیوان ۲۰۰۹، شیرو کوا و همکاران ۲۰۱۰، بام و همکاران ۲۰۰۱) و این در حالی است که محققین پیشنهاد داده‌اند که این روابط در کسب و کارهای کوچک و متوسط (مثل خدمات تفریحی و ورزشی) نیز بررسی گردد تا تاثیر احتمالی نوع کسب و کار و اندازه آن نیز مورد مطالعه قرار گیرد. با توجه به مباحث مطرح شده در بالا سوالات اساسی زیر شکل می‌گیرد، محقق به دنبال پاسخ این

-
- 1- Olivier, S.
 - 2- Ball, S.
 - 3- Gartton, C.
 - 4- Arnesolberg, H.
 - 5- Dvir, D.
 - 6- Sadeh, A.
 - 7- Pines, A.M.
 - 8- Rauch, A.
 - 9- Frese, M.

سوال جامع است که آیا رابطه‌ای بین عملکرد کسب و کارها در حوزه خدمات ورزشی و متغیرهای وارد در تحقیق وجود دارد؟ به عبارت دیگر چه سهمی از تغییرات عملکرد یک کسب و کار ورزشی در کشور ایران را می‌توان بوسیله متغیرهای پیش‌بین و میانجی تبیین کرد؟ آیا اساساً عملکرد یک کارآفرین ورزشی در ایران با این چند عامل رابطه معنی‌دار دارد یا تاثیر عوامل دیگر از جمله عوامل محیطی و سیاست‌گذاری که شخص کارآفرین نمی‌تواند دخل و تصرفی در آنها انجام دهد، بیشتر است؟ برآستی آن درصد اندک از کارآفرینان موفق، چه ویژگیهای متمایزی دارند که موفقیت و ماندگاری کسب و کارشان را تضمین می‌کند؟ ویژگی‌های فردی، اثر مستقیم بر موفقیت کسب و کار کارآفرین دارند یا از طریق تاثیر بر متغیرهای دیگر و به شکل غیر مستقیم، عملکرد کسب و کار را تحت تاثیر خود قرار می‌دهند؟ با توجه به مطالب فوق سوال این است که اثربخشی کدام سبک رهبری (تحول‌گرا یا عمل‌گرا) در کسب و کارهای کارآفرینانه ورزشی بیشتر است؟ به عبارت دیگر آیا می‌توان بخشی از عملکرد موفق یک کسب و کار ورزشی را مرتبط با نوع سبک رهبری کارآفرین ورزشی دانست؟ آیا برآستی رابطه یا الگویی که در فضای کسب و کار یک کشور با فرهنگ ملی خاص خود، تایید شده در ایران با عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فناوری، عوامل قانونی و مسایل اخلاقی و ارزشی متفاوت نیز مصداق دارد؟ یا آنچه که تحت عنوان "فضای کسب و کار خاکستری" در ادبیات اقتصادی و مدیریتی ایران مطرح است، نتایج دیگری را رقم خواهد زد؟

اهمیت و ضرورت تحقیق

نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه‌گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت اقتصادی و اجتماعی است. به همین دلیل امروزه نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها آن قدر کلیدی است که از آن به عنوان "موتور توسعه اقتصادی" نام برده می‌شود و تمام کشورها تلاش می‌کنند تا کارآفرینی را در کشورشان توسعه دهند. تحولات جمعیتی ایران در سه دهه گذشته، روند افزایشی جمعیت و نرخ بیکاری، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است. نرخ بیکاری ۱۴ درصدی و روند رو به افزایش متقاضیان کار به خاطر جوان بودن جمعیت، نیازمند چاره‌اندیشی اساسی است (مصلح، ۱۳۸۵). بحران بیکاری، خیل فارغ‌التحصیلان نظام آموزش عالی به رغم کمبود نیروی انسانی متخصص مورد نیاز از یک سو و عدم استفاده بهینه از منابع و امکانات از سوی دیگر از مشکلاتی است که بازنگری در ساختار و نظام برنامه‌ریزی را ضروری ساخته است. پیشینه کم کارآفرینی علمی و عملی در ایران