

تأثیر محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی

پیام کیشانی، دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

زینب مندعلی زاده^۱، استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه اراک، اراک، ایران

اسفندیار خسروی زاده، دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۲۸

چکیده

هدف مقاله حاضر، تأثیر کارآفرینی راهبردی و محیط نهادی بر عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مرکزی است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی است که از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار لیزرل استفاده و مدل نهایی ارائه شد. جامعه آماری شامل کلیه کسب‌وکارهای ورزشی با تعداد کارکنان کمتر از ۵۰ نفر در سطح استان مرکزی در بخش تولیدات و خدمات و تعداد نمونه شامل ۲۰۰ نفر بود. راهبرد نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای بود. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. متخصصان علوم ورزشی بعد از تأیید روایی، پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مناسب به دست آمد. شاخص‌های برازش مدل مطلوب بود و در این راستا نتایج نشان داد کارآفرینی راهبردی و محیط نهادی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی تأثیر دارد و بر اساس ضریب مسیر، کارآفرینی راهبردی بیشترین تأثیر را بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی داشت، ولی محیط نهادی بر کارآفرینی راهبردی تأثیری نداشت. در نتیجه افزایش میزان کارآفرینی راهبردی و عوامل نهادی منجر به بهبود عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی می‌شود. اشاعه و بهبود فرهنگ، ذهنیت و رهبری کارآفرینانه توأم با توسعه نوآوری از طریق ارائه آموزش‌های کاربردی به کارآفرینان ورزشی و توسعه قوانین تسهیل‌کننده و بهبود ارزش‌های محیطی می‌تواند به عملکرد بهتر کسب‌وکارهای ورزشی کمک کند.

کلمات کلیدی: عملکرد، کارآفرینی راهبردی، کسب‌وکار، محیط نهادی، ورزش.

مقدمه

عملکرد کسب‌وکارها در اقتصاد امروز از اهمیت بسزایی برخوردار است. چنانچه تحولات پیچیده و سریع در چند دهه اخیر موجب شده است کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را زمینه‌ای برای دستیابی به اهداف توسعه از جمله توسعه اقتصادی و اجتماعی در نظر بگیرند. علاوه بر این، ایجاد کسب‌وکارها در دولت‌ها می‌تواند منابع جدید ثروت را تولید کند و منجر به فرصت‌های جدید کسب‌وکار شود و در زمینه بالا بردن مشارکت در ایجاد کسب‌وکارها، تعداد افرادی را که به صورت مستقیم در کارآفرینی درگیرند را افزایش داده و تلاش کارآفرینانه را نیز ارتقاء می‌دهد. در واقع کسب‌وکار قالب اصلی ساختار توسعه است (احمدپور داریانی و فرخ‌حیاتی، ۱۳۹۶، ۱۸). ورزش نیز از دنیای کسب‌وکار جدا نیست و عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند اثر مستقیم بر اقتصاد ملی داشته باشد (سیلیتی و چادویک^۱، ۱۳۹۳، ۱۴). همچنین ورزش را می‌توان صنعت منحصربه‌فرد و پویا معرفی کرد که ذاتاً در بخش‌های متعددی کارآفرینانه است و کسب‌وکارهای مختلفی در آن قابل تعریف است. منحصربه‌فرد بودن ورزش، با در نظر گرفتن گسترش کارآفرینی در صنایع و سازمان‌ها فرصت‌های پویایی را برای کارآفرینان فراهم کرده است، به گونه‌ای که نقش کارآفرینی در ورزش به واسطه عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی در ایجاد مزیت رقابتی و انتقال آن به مشتریان معنی‌دار است (سیلیتی و چادویک، ۱۳۹۳، ۱۳). عملکرد کسب‌وکارها به عملکرد مالی و غیرمالی تقسیم شده است که در این میان، عملکرد مطلوب می‌تواند موفقیت شرکت را تضمین نماید. منظور از عملکرد مالی شرکت، درآمد، هزینه، سود و عملکرد غیرمالی، ارتباط با مشتری و دانش کارکنان ذکر شده است (کاپلان^۲، ۲۰۱۶: ۱۴).

محققان عوامل زیادی را مؤثر بر عملکرد کسب‌وکار معرفی کرده‌اند (واتسون^۳، ۲۰۰۷: ۸۶۱). در این راستا، کارآفرینی راهبردی می‌تواند یکی از عوامل تأثیرگذار بر عملکرد کسب‌وکارها باشد. کارآفرینی راهبردی یا راهبردی یکی از ابزارهای ضروری برای

¹ Ciletti & Chadwick

² Kaplan

³ Watson

ایجاد ارزش از مشتریان، تلاش کسب‌وکارها برای متفاوت‌سازی تولیدات و خدمات و محور رشد، ادامه حیات، مزیت رقابتی و سودآوری است (مازی و همکاران^۱، ۲۰۱۷، ۶۳۲). شناسایی و بررسی عوامل مختلف نهادی بر کارآفرینی نیز می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه نقش مؤثر و شایانی داشته باشد. می‌توان عوامل نهادی را به حاکمیت قانون، بی‌ثباتی سیاسی، موانع مقرراتی، کنترل فساد، تأمین حقوق مالکیت، آزادی سیاسی، اظهارنظر و پاسخگویی، حمایت‌های مالی و غیرمالی (تأمین اعتبارات)، مهارت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی و... طبقه‌بندی نمود (آلوارز و دیگران^۲، ۲۰۰۵، ۷۷۶). تحقیقات انجام‌شده نشان داده است که میان محیط نهادی و توسعه کارآفرینی رابطه مستقیم وجود دارد؛ بنابراین سیاست‌گذارانی که به دنبال توسعه کارآفرینی راهبردی برای رسیدن به توسعه اقتصادی هستند، می‌بایست نه تنها به ارزیابی و سنجش سیاست‌هایی که به ارتقاء سطح فعالیت‌های کارآفرینانه (افزایش تعداد رویدادهای کارآفرینانه) می‌انجامد، همت گمارند، بلکه مهم‌تر از آن بایستی به ارزیابی سیاست‌ها بر اساس نوع فعالیت‌هایی که توسط آحاد جامعه تقبل می‌شوند نیز بپردازند (شین، ۲۰۰۳، ۱۴۶). در این راستا، تحقیقات پراکنده‌ای به بررسی کارآفرینی راهبردی و رابطه آن با عملکرد کسب‌وکارها پرداخته‌اند. از سوی دیگر تحقیقات اندکی به بررسی محیط نهادی و تأثیر هر دو مفهوم بر عملکرد و کارایی کسب‌وکارها پرداخته است. پیشینه تحقیق نشان می‌دهد اکثریت تحقیقات خارجی، از منظر کیفی به تدوین مدل مفهومی پرداخته‌اند. به‌ویژه آن‌که تحقیقات آن‌ها از سال ۲۰۱۷ به بعد، به‌طور هم‌زمان به دو بُعد کارآفرینی راهبردی و محیط نهادی توجه کرده است. تحقیقات داخلی نیز به تدوین مدل‌های مفهومی و نیز تأثیر هرکدام از متغیرها به‌صورت جداگانه پرداخته و تاکنون در تحقیقات داخلی تأثیر هر دو متغیر موردنظر بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی به‌طور هم‌زمان پرداخته نشده است. از سوی دیگر، تحقیقات انجام‌شده خارجی تاکنون از دیدگاه کمی به این موضوع نپرداخته‌اند. در حقیقت تحقیقاتی که به بررسی کارآفرینی راهبردی پرداخته‌اند (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴؛ انتریالگو و همکاران،

¹ Mazzei

² Alvarez

۲۰۰۰؛ هیت و همکاران، ۲۰۰۱؛ ایرلند و همکاران، ۲۰۰۱؛ روک و همکاران، ۲۰۰۸؛ کیم، ۲۰۱۸)، نگاه به درون شرکت‌ها داشته، درحالی‌که تحقیقاتی که به بررسی محیط نهادی پرداخته‌اند (جعفری و همکاران، ۱۳۸۴؛ معماریانی، ۱۳۸۹؛ بوون و کلرک، ۲۰۰۸؛ سبل، ۲۰۰۸؛ وسیانا، ۲۰۰۸؛ بیلاند، ۲۰۱۷؛ لاریجا، ۲۰۱۷) محیط بیرونی شرکت‌ها را مورد تحلیل قرار داده‌اند. درنتیجه مطالعه‌ای که به بررسی هر دو متغیر به‌طور هم‌زمان در زمینه ورزش پردازد انجام نشده است. اما مسئله اساسی این است که بر اساس آمارهای موجود مدت استمرار کسب‌وکارهای ورزشی در طول زمان کاهش داشته است به‌گونه‌ای که تنها ۸/۵٪ بالاتر از ۲۱ سال دوام داشته‌اند (مندعلی‌زاده، ۱۳۹۳، ۱۷۲)، که این می‌تواند نشان از عملکرد نامناسب کسب‌وکارهای ورزشی باشد. نظر به اهمیت عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی و نیز با توجه به اینکه تاکنون تحقیقی که به مطالعه ارتباط کارآفرینی راهبردی و محیط نهادی با عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی پرداخته باشد صورت نگرفته است، درنتیجه سؤال اصلی تحقیق این است که چگونه محیط نهادی به‌واسطه کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی تأثیر می‌گذارد؟ پاسخ به این سؤال می‌تواند به مدیران کسب‌وکارهای ورزشی و نیز کسانی که درصدد راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی هستند در جهت بهبود عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی یاری رساند. هم‌چنین نتایج این تحقیق می‌تواند در جهت بهبود و یا اصلاح محیط نهادی مورد استفاده سیاستمداران قرار گیرد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مبانی نظری

عملکرد کسب‌وکار (مالی و غیرمالی)

عملکرد در لغت به معنی حالت یا کیفیت کارکرد است. عملکرد، معیاری برای اندازه‌گیری کارایی و اثربخشی سازمان در دور زمانی ویژه است که از طریق نشانه‌هایی در بازار، مشتری و میزان فروش آن سازمان مشخص می‌شود (داوری و مرادی، ۱۳۹۲). عملکرد سازمانی مفهوم گسترده‌ای است و آنچه شرکت تولید می‌کند و نیز حوزه‌های تعامل با آن‌ها را دربر می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، عملکرد سازمانی به

چگونگی انجام دادن مأموریت‌ها، وظایف و فعالیت‌های سازمانی و نتایج آن‌ها اطلاق می‌شود (محمدکاشی و راشدی، ۱۳۹۰). عملکرد سازمانی دارای ابعاد مختلفی است. بسیاری از محققان در مورد عملکرد سازمان فقط جنبه‌های مالی آن را در نظر می‌گیرند، در صورتی‌که نتایج غیرمالی را هم باید مدنظر قرار داد. شاخص‌های مختلف از جمله، سودآوری، درآمد، نرخ بازگشت سرمایه، دوره بازگشت سرمایه، رشد فروش، تعداد کارمندان، رضایتمندی کارمندان، رضایتمندی مشتریان و تعداد مهر و موم‌هایی که کسب‌وکار در سود بوده است در تحقیقات گوناگون (واتسون و همکاران^۱، ۲۰۰۳، اسمال بون^۲، ۱۹۹۵) به‌کاربرده شده است. کاسر^۳ (۲۰۰۶) معتقد است که رشد فروش سالانه به‌عنوان ابزاری برای موفقیت کسب‌وکار است. او اشاره می‌کند که این‌گونه شاخص‌های مالی موردعلاقه و توجه خودکار آفرینان نیز است. شیروکوا و شاتالو^۴ (۲۰۱۰) فروش دو سال گذشته را به‌عنوان شاخص عملکرد کسب‌وکار معرفی می‌کند. بام و همکاران^۵ (۲۰۰۱) معتقدند که رشد کسب‌وکار نسبت به بقیه شاخص‌های کسب‌وکار بیشتر موردتوجه بوده، چون بسیاری از تحقیقات رشد را به‌عنوان یک شاخص حیاتی در موفقیت کسب‌وکار در نظر گرفته‌اند.

کارآفرینی راهبردی

کارآفرینی راهبردی یا راهبردی موضوع پژوهشی جدیدی است که از بطن پیشینه رشته مدیریت راهبردی و کارآفرینی پدید آمده است (کراس و همکاران^۶، ۲۰۱۱، ۵۸). بنابراین، تعریف واژه راهبرد و کارآفرینی اولین گام در جهت آشنایی بیشتر با کارآفرینی راهبردی است. راهبرد همان رفتارهای جستجوکننده مزیت‌هاست که شرکت‌ها را قادر به استخراج ارزش از قلمروهای موجود و توسعه مزیت رقابتی پایدار می‌سازد (ایرلند و همکاران^۷، ۲۰۰۳، ۹۶۳) و کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش،

¹ Watson

² Smallbone

³ Cassar

⁴ Shirokova & Shataloiev

⁵ Baum

⁶ Kraus

⁷ Ireland

شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها از جمله ایجاد محصولات و خدمات جدید و یا شناسایی بازارهای جدید و یا هر دو است (کراس و همکاران، ۲۰۱۱، ۵۹). در نتیجه کارآفرینی راهبردی عبارت است از انجام فعالیت‌های کارآفرینانه با چشم‌اندازهای راهبردی در جهت توسعه و دستیابی به عملکرد برتر و انجام فعالیت‌های طراحی‌شده جهت خلق ثروت (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳، ۹۶۳). ابعاد مختلفی برای کارآفرینی راهبردی بیان شده است که عبارت است از: ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، اداره منابع به صورت راهبردی و به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری (مازی و همکاران، ۲۰۱۷، ۶۳۴-۶۳۳). رهبری کارآفرینانه نوعی از رهبری است که سناریوهای دوراندیشانه‌ای جهت جمع‌آوری و بسیج افراد متعهد در راستای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های راهبردی فراهم می‌کند (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۹، ۳۹). ذهنیت کارآفرینانه پدیده‌ای فردی و هم جمعی است که مدیران و کارکنان را برای تفکر و عمل کردن به صورت کارآفرینانه تحریک می‌کند که منجر به توسعه فرهنگ کارآفرینانه می‌شود (مک‌گراث و مک‌میلان، ۲۰۰۰، ۱۵۸). یک فرهنگ کارآفرینانه تفکر کارآفرینانه را تقویت می‌کند و ذهنیت جمعی سازمانی را در راستای کارآفرینی متمرکز می‌کند (مازی و همکاران، ۲۰۱۷، ۶۳۴). جهت‌گیری راهبردی اعضای سازمان را قادر می‌سازد تا به طور راهبردی منابع را به‌منزله بهترین منافع شرکت و به شیوه‌ای منطبق بر چشم‌انداز راهبردی اداره کنند. خلاقیت و نوآوری برای به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه مورد استفاده قرار می‌گیرد و از مدیریت راهبردی منابع حاصل می‌شود (مازی و همکاران، ۲۰۱۷، ۶۳۴). هیت و سیرمون^۲ (۲۰۰۳)، در تحقیقی مروری و رویکردی کیفی، به بررسی کارآفرینی راهبردی پرداخته و مدلی مفهومی برای کارآفرینی راهبردی تدوین کردند و در این مدل ابعاد موفقیت‌آمیز کارآفرینی راهبردی را نشان دادند. ایرلند و همکاران (۲۰۰۳)، تحقیقی با عنوان ساخت و ابعاد یک مدل کارآفرینی راهبردی انجام دادند. روش تحقیق رویکردی کیفی بود که از مطالعات کتابخانه‌ای و مرور ادبیات پیشین در این راستا استفاده شده است. این پژوهش به بررسی ابعاد کارآفرینی راهبردی جهت رسیدن شرکت‌ها به ثروت

¹ McGrath & MacMillan

² Hit & Sirmon

می‌پردازد. شرکت‌های کوچک و در حال توسعه در ایجاد کارآفرینی و مزیت رقابتی کمتر قادر به شناسایی فرصت‌ها هستند. در مقابل شرکت‌های بزرگ در ایجاد کارآفرینی راهبردی و مزیت رقابتی مؤثرتر هستند. این تحقیق بر این استدلال است که شرکت‌ها به کمک ابعاد کارآفرینی راهبردی (ذهنیت کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، مدیریت منابع به‌طور راهبردی، به‌کارگیری خلاقیت و توسعه و نوآوری) به کسب ثروت دست می‌یابند. ایرلند و وب^۱ (۲۰۰۷)، کارآفرینی راهبردی را فرایندی معرفی می‌کند که منجر به ایجاد مزیت رقابتی از طریق نوآوری می‌شود. رویکرد این تحقیق، کیفی و استفاده از مرور پیشینه تحقیق بوده است. در دنیای آینده از محیط رقابتی، شرکت‌ها باید به‌طور فزاینده‌ای جذاب و منطبق با تغییرات محیطی باشند. کارآفرینی راهبردی، فرایندی بحث می‌شود که شرکت‌ها به‌طور هم‌زمان به کشف مزیت‌های رقابتی هم‌زمان با بهره‌برداری از فرصت‌های آینده می‌پردازند. این تحقیق، مفهوم و ابعاد جدیدی از کارآفرینی راهبردی را مطرح می‌کند. با توجه به اهمیت و پیامدهای کارآفرینی راهبردی (عظیمی دلارستاقی و همکاران، ۲۰۱۷) در کسب مزیت رقابتی پایدار، فرضیه اول تحقیق به شکل ذیل است:

- فرضیه اول تحقیق: بین کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مرکزی رابطه وجود دارد.

محیط نهادی

نهادها، قوانین و هنجارهای نوشته‌شده و نوشته‌نشده‌ای است که زندگی افراد را سازمان‌دهی می‌کند و بنابراین رفاه افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (گلاسر و همکاران^۲، ۲۰۰۴، ۲۷۵). نهادها در مفاهیم وسیع و گسترده به انواع محلی، ملی، منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی دسته‌بندی می‌شوند. انواع متفاوتی از نهادها، عملکردهای ویژه‌ای را باعث می‌شوند که مشارکت منحصربه‌فردی را برای کسب‌وکارها پیشنهاد می‌دهد (گچیو^۳، ۲۰۰۸، ۵۴). نهادها، قوانین و هنجارهای نوشته‌شده و نوشته‌نشده‌ای است که زندگی افراد را سازمان‌دهی می‌کند و بنابراین رفاه افراد را تحت تأثیر قرار

¹ Ireland & Webb

² Glasser

³ Gechev

می‌دهد (گلاسر و همکاران^۱، ۲۰۰۴). نهادها در مفاهیم وسیع و گسترده به انواع محلی، ملی، منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی دسته‌بندی می‌شوند. هم‌چنین نهادها می‌توانند دولتی، غیر دولتی، کسب و کارها و یا نهادهای مصرف‌کننده را شامل شود. در واقع همه نهادها باید در قالب یک سیستم واحد و همسو کار کنند. در جهان امروز، این قابل قبول نیست که تنها یک نوع خاصی از نهادها را ارزیابی کرد بلکه باید اهمیت نهادهای دولتی را همانند نهادهای غیر دولتی در نظر گرفت. به عبارتی انواع متفاوتی از نهادها، عملکردهای ویژه‌ای را باعث می‌شوند که مشارکت منحصر به فردی را برای توسعه پایدار پیشنهاد می‌دهد. بنابراین در رویکرد نهادی باید تمامی ابعاد در تمامی سطوح مورد نظر قرار گیرد (گچیو^۲، ۲۰۰۸، ۵۴).

در نتیجه یکپارچگی نهادی و توانایی انواع نهادها در کسب و کارها از اهمیت برخوردار است. بر اساس تئوری نهادی، محیط بیرونی کسب و کار (محیط نهادی) دامنه‌ی گسترده‌ای از ابعاد شناختی، قوانین و هنجارها را در بر می‌گیرد (روکس و کورتز، ۲۰۱۲). در واقع تئوری نهادی، به عنوان اثرات اجتماعی که ساختار کسب و کار را تحت تأثیر قرار می‌دهد شناسایی شده است (تولبر و زوکرز^۳، ۱۹۹۹). بُعد قانونی شامل قوانین، سیاست‌های دولتی و آیین‌نامه‌های مرتبط با فعالیت کسب و کارها و ایجاد پایداری است. بُعد هنجاری به درجاتی که جامعه، کسب و کار، ایجاد ارزش و کارآفرینی پایدار را تشویق می‌کند بر می‌گردد و بُعد شناختی شامل دانش و مهارت‌های افراد مرتبط با کارآفرینی پایدار تعریف شده است (بوزنتیز و همکاران، ۲۰۰۰). محیط نهادی، فرصت‌های کارآفرینانه را تعریف، ایجاد و یا محدود می‌کند و بنابراین گستره کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (هوانگ و پاول، ۲۰۰۵؛ آلدریچ، ۱۹۹۰). چارچوب نهادی بر اساس دسته‌بندی نورث (۱۹۹۰) و اسکات (۱۹۹۵)، در نهادهای رسمی و غیر رسمی به سه دسته قانونی، هنجاری و شناختی دسته‌بندی می‌شود. در واقع اهمیت چارچوب نهادی به گونه‌ای است که اگر سازمانی بخواهد به قانونمندی برسد و حمایتی را در جامعه داشته باشد باید با چارچوب نهادی تطبیق

¹ Glasser

² Gechev

³ Tolbert & Zucker

پیدا کند و در مورد هدف دوام در کسب و کارها نیز کارآفرینان باید با چارچوب نهادی هماهنگ شوند.

خطر سیر توسعه کارآفرینی با بهبود محیط نهادی و محتوای اقتصادی و سیاسی تغییر می‌نماید. این تغییرات به صورت محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی در سایه تحولات فناورانه، تحولات اجتماعی و دیگر ویژگی‌های انسانی اتفاق می‌افتد (دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی ایران، ۱۳۹۱). شاخص‌های نهادی در تمام کشورهای عضو GEM بر اساس شاخص‌هایی مانند پشتوانه مالی، سیاست عمومی، قوانین و برنامه‌های دولتی محاسبه شده است.

تحقیقات پراکنده‌ای به بررسی تاثیر محیط نهادی بر کارآفرینی پرداخته است. در این راستا، منلوا و همکاران^۱ (۲۰۰۸)، در مطالعه‌ای به‌طور تجربی اعتبار ابزاری برای اندازه‌گیری چارچوب نهادی برای ارتقای کارآفرینی را بررسی کردند. آن‌ها عوامل نهادی را اثرگذار بر فعالیت کارآفرینی دانستند و بر این اساس به تدوین ابزاری برای اندازه‌گیری چارچوب نهادی شامل ابعاد قانونی، شناختی و هنجاری پرداختند. هم‌چنین روکسس و کورتز^۲ (۲۰۱۱)، اثر مستقیم سه بُعد محیط نهادی و نگرش مدیریتی را بر توسعه کسب‌وکار موردبررسی قراردادند و بر مبنای نظریه نهادی، از رویکرد کمی و مدل‌سازی معادلات ساختاری در تحقیق خود استفاده کردند. نمونه آماری، شامل ۱۶۶ باشگاه کوچک در فیلیپین بود. اوپراچا^۳ (۲۰۱۵)، در مطالعه‌ای کیفی به بررسی اثر استفاده از شبکه‌های نهادی توسط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در زمینه کارآفرینی بین‌المللی پرداختند. از دید وی، چنین شبکه‌های نهادی دسترسی به منابع موجود از طریق شبکه‌های نهادی و آگاهی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را فراهم می‌کند. نتایج نشان داد که ارتباطات حاصل از شبکه‌های نهادی اثر مثبتی بر فرایند بین‌المللی کردن فرایند کسب‌وکارها دارد. مشارکت جدید این مطالعه استفاده از تئوری نهادی در ترکیب با رویکردهای شبکه‌ای برای توضیح عملکرد کسب‌وکارها بود. والتر و بلک^۴ (۲۰۱۶) نیز در مطالعه‌ای بر اساس تئوری نهادی و تئوری عملکرد

¹ Manolova

² Roxas & Coetzer

³ Oparaocha

⁴ Walter & Block

کارآفرینانه، پیامد کارآفرینی را مرتبط با آموزش کارآفرینی و محیط نهادی دانستند و به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی به لحاظ تحریک فعالیت‌های کارآفرینی، بیشتر در محیط‌های خصمانه مؤثرتر است. از نظر ایشان در کشورهای با قوانین سخت‌گیرانه‌تر، میزان دسترسی کمتر به سرمایه مالی، دسترسی کمتر به سرمایه آموزشی، کنترل فساد و تصویر عمومی نسبت به کارآفرینی، آموزش کارآفرینی مؤثرتر خواهد بود. به عبارتی این تحقیقی تأثیر محیط نهادی را در آموزش کارآفرینی بر نتایج حاصل از آموزش کارآفرینی مورد بررسی قرار داده بود.

از طرفی، گولگی و همکاران^۱ (۲۰۱۷)، در تحقیقی کیفی، قابلیت‌های پویا و نهادی را در زمینه کارآفرینی راهبردی تحلیل کردند و به این نتیجه رسیدند که هر دو قابلیت‌های پویا و نهادی در هم تنیده هستند و می‌توانند همدیگر را کامل کنند و پیش‌بینی کننده رفتار شرکت‌ها باشند. در واقع نهادها، قالب‌های ساختاری برای عملکرد و شناخت در راستای توسعه، مدیریت و اداره کردن قابلیت‌های پویا (رویکرد کارآفرینی راهبردی) فراهم می‌کند. قابلیت‌های پویا در ایجاد، حفظ و اتصال دادن نهادها نقش ایفا می‌کنند. تلفیق قابلیت‌های نهادی و پویا می‌تواند به فهم بهتر رفتار و ساختار کارآفرینی راهبردی کمک کند. لاریجا^۲ (۲۰۱۷)، تحقیقی تحت عنوان نهادها و توانمندی‌های پویا و تأثیر آن بر کارآفرینی راهبردی انجام داد، نتایج نشان داد که هر دو رویکرد به صورت دقیق در هم آمیخته‌اند و می‌توانند یکدیگر را در ایجاد درک بیشتر رفتار شرکت تکمیل نمایند. نهادها در ساخت، مدیریت و استفاده پویا از قابلیت‌های ساختاری در کشورهای در حال توسعه را فراهم می‌کنند، انتظار می‌رود که قابلیت‌های پویا، به عنوان عاملان توانمندسازی در ایجاد و نگهداری نهادها مورد استفاده قرار گیرد. بر این اساس، سنتز نهادی و قابلیت‌های پویا منجر به درک بهتر رفتار و ساختار در کارآفرینی راهبردی می‌شود. در واقع نقش محیط نهادی به عنوان یک متغیر بیرونی در تلفیق با رویکرد پویای کارآفرینی راهبردی به عنوان متغیر درونی برای شرکت یا کسب و کارها در تحقیقات می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. از آنجائیکه محیط و سیستم‌های پیاده شده در آن می‌تواند توانمندی‌های افراد

¹ Gollgeci

² Larija

را تحت تاثیر قرار دهد و با توجه به نقش و اهمیت محیط نهادی و نیز تلفیق قابلیت‌های پویای کارآفرینی با محیط نهادی فرضیه‌های دوم، سوم و چهارم تحقیق را می‌توان به شکل ذیل بیان کرد:

- فرضیه دوم تحقیق: بین محیط نهادی و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی در استان مرکزی رابطه وجود دارد.

- فرضیه سوم تحقیق: بین محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی رابطه وجود دارد.

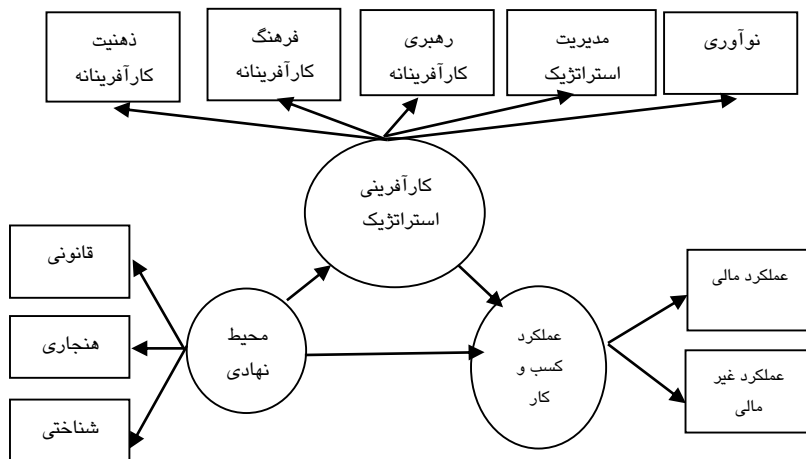
- فرضیه چهارم تحقیق: بین محیط نهادی به‌واسطه کارآفرینی راهبردی با عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی در استان مرکزی رابطه وجود دارد.

پیشینه تحقیق

علاوه بر تحقیقاتی که به منظور تدوین فرضیه‌های تحقیق ارائه شدند، خلاصه‌ای از تحقیقات انجام‌شده نیز در جدول ۱ نشان داده شده است.

تحقیقات پیشین به بررسی ارتباط مفهومی بین کارآفرینی راهبردی با مزیت رقابتی و توسعه کسب‌وکارهای پرداخته است و علاوه بر این از سال ۲۰۱۷ به بعد است که نقش پویایی محیطی و به عبارتی محیط نهادی به‌عنوان مکمل در کنار کارآفرینی راهبردی به‌صورت مفهومی بیان شده است. به عبارتی نقش این دو به‌عنوان مکمل در تحقیقات خارجی مطرح شده است و نیز ارتباطی که این دو می‌توانند در توسعه کسب‌وکارها داشته باشند به‌عنوان زمینه‌های تحقیقی مطرح شده است.

مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

جدول ۱- مرور تحقیقات مرتبط با کارآفرینی راهبردی و محیط نهادی

محقق	هدف تحقیق	نتایج
معماریانی (۱۳۸۹)	تأثیر محیط نهادی بر پدیده کارآفرینی در کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی	تأثیر محیط نهادی بر پدیده کارآفرینی وابسته به سطح توسعه‌یافتگی جامعه است.
رمضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر کارآفرینی راهبردی در ایجاد مزیت رقابتی برند تولیدات ورزشی	کارآفرینی راهبردی و ابعاد آن بر ایجاد مزیت رقابتی تولیدات ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
انتریالگو و همکاران (۲۰۰۰)	بررسی ارتباط میان کارآفرینی و مدیریت راهبردی از دیدگاه مفهومی و فرایندی	ارتباط مثبتی میان کارآفرینی و تجزیه و تحلیل، انعطاف‌پذیری، اجرای برنامه‌ریزی، کنترل و راهبردها به دست آمد.
هیت و همکاران (۲۰۰۱)	بررسی مفهوم کارآفرینی راهبردی: راهبردهای کارآفرینی برای ایجاد ثروت	ابعاد مختلف کارآفرینی راهبردی برای ورود به بازارهای بین‌المللی و نقش شرکت‌ها در یادگیری مهم عنوان شد.
ایرلند و همکاران (۲۰۰۱)	ادغام کارآفرینی و اقدامات مدیریت راهبردی برای ایجاد ثروت	فعالیت‌های مرتبط با سازمان در راستای ایجاد ثروت در شش حوزه قرار می‌گیرد: نوآوری، شبکه‌ها، بین‌المللی شدن، یادگیری سازمانی، تیم‌های مدیریت برتر
هیت و سیرمون (۲۰۰۳)	طراحی مدل مفهومی برای کارآفرینی راهبردی	ابعاد مدل عبارت بود از: فرصت‌های کارآفرینانه، ذهنیت کارآفرینانه، به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری و اداره کردن منابع به‌صورت راهبردی.
روک و همکاران (۲۰۰۸)	تأثیر روند فرایند کسب‌وکار بر عملکرد مالی و غیرمالی	سازمان‌ها می‌توانند عملکرد کلی خود را با اتخاذ یک دیدگاه فرایند کسب‌وکار افزایش دهند.
بوون و کلرک (۲۰۰۸)	بررسی زمینه نهادی و تخصیص تلاش‌های کارآفرینانه	فعالیت‌های کارآفرینانه و محیط نهادی تأثیر عمده‌ای در تخصیص تلاش‌های اقتصادی دارد.
سبل (۲۰۰۸)	آزمون نظریه بامول: کیفیت نهادها و کارآفرینی مولد	ساختار نهادی بهتر سرمایه‌گذاری مخاطره پذیر را افزایش می‌دهد. این تحقیق بر اهمیت نقش محیط نهادی در فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید دارد.
وسیانا (۲۰۰۸)	مطالعه رویکرد نهادگرایی در تحقیقات کارآفرینی	بین محیط نهادی و پدیده کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
گاسپل (۲۰۱۵)	کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و کارآفرینی بین‌المللی	روابط شبکه‌های نهادی تأثیر مثبتی بر فرایند بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارد.
بیلند (۲۰۱۷)	نظریه کارآفرینی و عدم قطعیت نهادی	عدم قطعیت و تغییرات نهادی با استفاده از بیش اقتصاد نوین، مدلی را ایجاد می‌کند که عدم قطعیت نهادی را توضیح می‌دهد که ناشی از درگیری میان نهادها در سطوح مختلف اجتماعی است.
لاریجا (۲۰۱۷)	نهادها و توانمندی‌های پویا و تأثیر آن بر کارآفرینی راهبردی	سنتز نهادی و قابلیت‌های پویا منجر به درک بهتر رفتار و ساختار در کارآفرینی راهبردی می‌شود. این تحقیق بر رویکردی نهادی و تأثیر آن بر کارآفرینی راهبردی تأکید دارد.
عظیمی دلارستانی و همکاران (۲۰۱۷)	شناسایی پیامدهای کارآفرینی راهبردی در کسب‌وکارهای ورزشی	کارآفرینی راهبردی باعث ایجاد تغییر از طریق کشف فرصت‌ها در محیط نامطمئن کسب‌وکار می‌شود. پیامدهای حاصل از کارآفرینی راهبردی عبارت بود از پیامدهای فردی، سازمانی و اجتماعی بود از جمله: بهبود مهارت مدیریتی، ایجاد ارزش، توسعه کیفیت زندگی، ایجاد اشتغال پایدار، بهبود زیرساخت‌ها، توسعه نوآوری.
کیم (۲۰۱۸)	تطبیق جهت‌گیری کارآفرینی و توانایی‌های پویا در راستای چشم‌انداز کارآفرینی راهبردی	یک رابطه مثبت میان اقدامات کارآفرینانه و توانایی‌های پویا برای بررسی اثرات متقابل آن‌ها بر عملکرد شرکت‌ها وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

هدف از انجام تحقیق، بررسی تأثیر محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی استان مرکزی بود. این تحقیق از نظر هدف کاربردی است؛ روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی است. جامعه آماری کلیه کسب‌وکارهای ورزشی کوچک و متوسط با تعداد کارکنان کمتر از ۵۰ نفر در سطح استان مرکزی در بخش خدمات و تولیدات، را تشکیل داد. تعداد نمونه آماری بر اساس روش تحقیق که استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری است حداقل ۲۰۰ نمونه در نظر گرفته شد (کلاين^۱، ۲۰۱۵، ۱۶). روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بود. تعداد جامعه و نمونه آماری در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- جامعه و نمونه آماری

شهرها	تعداد جامعه	تعداد نمونه
اراک	۱۸۰	۱۱۰
ساوه	۸۰	۳۰
محلات	۵۰	۱۰
دلیجان	۴۰	۹
خمین	۳۰	۱۰
زرنديه	۲۰	۵
شازند	۲۷	۱۳
نفرش	۱۸	۱۰
خنداب	۷	۳
جمع کل	۴۵۲	۲۰۰

شیوه جمع‌آوری پرسشنامه‌ها مراجعه حضوری بود. حدود ۲۵۰ پرسشنامه توزیع شد که از این تعداد ۲۰۰ پرسشنامه قابل‌استفاده بود. لازم به ذکر است که برخی از پرسشنامه‌ها قابل‌استفاده نبوده و از این‌رو محققان آن‌ها را در بخش نمونه وارد نکردند. به منظور به دست آوردن جامعه آماری از آمار و اطلاعات اصناف و اداره ورزش و جوانان بهره گرفته شد. پرسشنامه تحقیق مشتمل بر ۴ بخش تهیه شد. بخش اول شامل ۱۰ سؤال که داده‌های جمعیت شناختی کارآفرینان را می‌سنجد،

¹ Kline

بخش دوم پرسشنامه کارآفرینی راهبردی ایرلند و همکاران (۲۰۰۳) که به ابعاد کارآفرینی راهبردی (ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت راهبردی منابع، به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری) می‌پردازد و مشتمل بر ۲۵ سؤال بود، بخش سوم پرسشنامه محیط نهادی روکسس و کورتز (۲۰۱۲) که مشتمل بر ۱۳ سؤال بود. بخش چهارم پرسشنامه عملکرد کسب‌وکار گوپتا و گاویندارین (۱۹۸۴) که مشتمل بر ۱۱ سؤال بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای اس.اس.پی.اس (نسخه ۲۳) و نیز لیزرل (نسخه ۸/۸) استفاده شد.

به‌منظور تعیین روایی، از نظرات ۱۰ نفر از متخصصان استفاده شد. روایی سازه نیز بر اساس تحلیل عاملی تأییدی به دست آمد و مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه در این پژوهش، از معیار ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی استفاده شد. علاوه بر روایی محتوایی، برای ارزیابی روایی پرسشنامه نیز از دو معیار روایی همگرا (بار عاملی و میانگین واریانس استخراج شده) نیز بهره گرفته شد. برای اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه‌ها، ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه به‌صورت پایلوت اجرا شد و با در نظر گرفتن پایایی و نتایج آن، پرسشنامه مجدداً توزیع شد. برآورد پایایی در جدول ۳ نشان داده شده است.

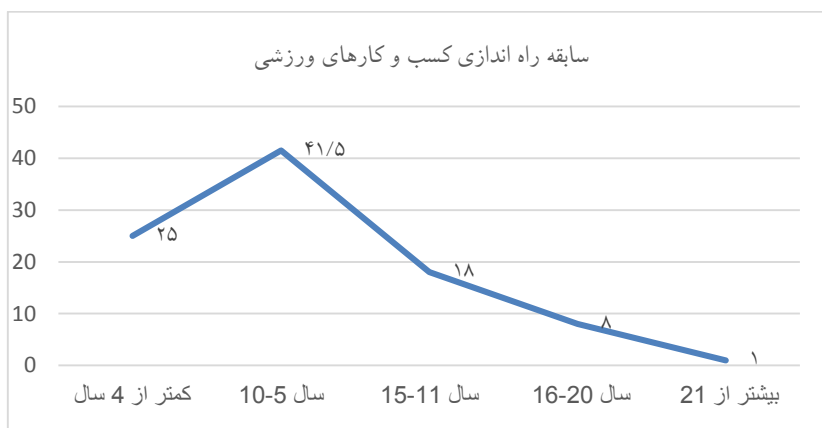
جدول ۳- ضرایب آلفای کرونباخ

مفهوم	عنوان متغیر	مقدار متوسط واریانس	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
کارآفرینی راهبردی	ذهنیت کارآفرینانه	۰/۵۱۰	۰/۷۳۲	۰/۷۲۵
	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۵۰۴	۰/۷۳۶	۰/۷۴۷
	رهبری کارآفرینانه	۰/۵۰۲	۰/۷۰۶	۰/۷۹۳
	مدیریت راهبردی منابع	۰/۵۰	۰/۷۰	۰/۷۴۲
	به‌کارگیری خلاقیت	۰/۵۱۰	۰/۷۳۸	۰/۷۸۵
محیط نهادی	عوامل قانونی	۰/۵۲۰	۰/۷۴۰	۰/۷۱۳
	ارزش‌ها	۰/۵۲۱	۰/۷۵۲	۰/۷۲۴
	هنجارها	۰/۵۴۱	۰/۸۲۷	۰/۹۶۸
عملکرد کسب‌وکار	عملکرد مالی	۰/۵۰	۰/۷۱۲	۰/۷۴۶
	عملکرد غیرمالی	۰/۵۲	۰/۷۲۱	۰/۷۳۸

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های تحقیق، ۷۶/۵٪ از نمونه‌های تحقیق مردان و ۲۳/۵٪ را زنان تشکیل می‌دادند. میانگین سنی نمونه‌های تحقیق، حدود ۳۶ سال بود. ۲۹/۵٪ از افراد

دیپلم، ۱۹٪ فوق‌دیپلم، ۴۲٪ از نمونه‌ها دارای تحصیلات کارشناسی و ۹/۵٪ دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بودند. بر اساس یافته‌های تحقیق، ۲۰/۶٪ از نمونه‌های تحقیق، تربیت‌بدنی و ۷۸/۹٪ غیر تربیت‌بدنی بودند. در واقع رشته تحصیلی اکثریت صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی غیر تربیت‌بدنی بود. ۲۵ درصد کمتر از ۴ سال سابقه راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی را داشتند، ۴۱/۵ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال، ۱۸ درصد سابقه بین ۱۱-۱۵ سال و ۸ درصد سابقه بین ۲۰-۱۶ سال را اعلام کردند و ۱ درصد بیشتر از ۲۱ سال سابقه داشتند که در نمودار ۱ نشان داده شده است.



نمودار ۱- سابقه راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی

بر اساس یافته‌های تحقیق، ۱۰٪ افراد از روی اجبار به ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی اقدام کرده بودند، ۱۵/۵٪ به دلیل فرصت‌های موجود در کسب‌وکارها اقدام به ایجاد آن کرده بودند، ۶۶/۵٪ از روی علاقه به ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی اقدام کرده و ۸٪ دلیل خود را ایجاد نوآوری دانستند. ۵ درصد افراد از کسب‌وکار فعلی خود رضایت خیلی اندکی داشتند، ۱۲/۵ درصد میزان رضایتشان اندک و ۵۱ درصد میزان رضایت خود را متوسط ارزیابی کردند و ۲۵/۵ درصد میزان رضایت را زیاد و ۶ درصد میزان رضایت را بسیار زیاد اعلام کردند.

ضرایب استاندارد شده بارهای عاملی یا تحلیل عاملی تأییدی (روایی بین بُعد و شاخص‌ها) و مقدار معناداری تی در جدول ۴ نشان داده شده است بر این اساس تمامی بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ بوده و مقادیر تی نیز در سطح ۰/۰۰۱ (مقادیر تی بالاتر از ۱/۹۶) معنادار بود که نشان می‌دهد سؤالات از قدرت تبیین مناسبی برخوردار بودند. مقدار بار عاملی سؤالاتی که نامناسب بودند حذف شد.

جدول ۴- مقدار بار عاملی استانداردشده

مفاهیم	سازه‌ها	سؤالات پرسشنامه	بار عاملی	مقادیر!	ضرایب پایایی
	ذهنیت کارآفرینانه	q1	۰/۷۴	۱۱/۱۹	۰/۷۲۵
		q2	۰/۶۴	۱۱/۳۵	
		q3	۰/۶۶	۹/۲۹	
		q4	۰/۴۰	۷/۳۹	
	فرهنگ کارآفرینانه	q5	۰/۵۰	۷/۰۲	۰/۷۴۷
q6		۰/۴۲	۷/۴۹		
q7		۰/۴۷	۷/۲۵		
q8		۰/۶۲	۹/۱۲		
q9		۰/۷۱	۱۰/۵۶		
q10		۰/۵۹	۸/۷۵		
رهبری کارآفرینانه	q11	۰/۷۰	۱۰/۱۴	۰/۷۹۳	
	q12	۰/۵۱	۸/۳۱		
	q13	۰/۵۲	۸/۵۱		
	q14	۰/۳۸	۷/۰۱		
	q15	۰/۳۷	۵/۲۷		
مدیریت راهبردی منابع	q16	۰/۴۰	۵/۹۱	۰/۷۴۲	
	q17	۰/۴۰	۷/۶۸		
	q18	۰/۵۹	۹/۶۵		
	q19	۰/۲۵	۳/۳۶		
	q20	۰/۶۲	۸/۹۴		
به‌کارگیری خلاقیت	q21	۰/۶۲	۸/۹۷	۰/۷۸۵	
	q22	۰/۷۲	۱۱/۲۴		
	q23	۰/۵۷	۱۰/۰۸		
	q24	۰/۶۶	۱۰/۸۳		
محیط نهادی	عوامل قانونی	n1	۰/۴۷	۷/۲۱	۰/۷۱۳
		n2	۰/۶۴	۹/۵۶	
		n3	۰/۶۷	۱۰/۶۲	
		n4	۰/۴۶	۷/۷۵	
	ارزشی	n5	۰/۶۰	۱۲/۲۶	۰/۷۲۴
		n6	۰/۶۰	۱۳/۰۱	
		n7	۰/۷۹	۱۴/۲۸	
		n8	۰/۶۳	۱۵/۸۵	
هنجاری	n9	۰/۶۰	۱۲/۲۶	۰/۹۱۸	
	n10	۰/۶۶	۱۳/۰۱		
	n11	۰/۶۴	۱۴/۲۸		
	n12	۰/۸۰	۱۵/۸۵		
	n13	۰/۷۹	۱۵/۶۵		
عملکرد مالی	p1	۰/۶۸	۱۱/۳۷	۰/۷۴۶	
	p2	۰/۷۴	۱۳/۱۴		
	p3	۰/۶۱	۱۰/۵۰		
	p4	۰/۴۰	۵/۶۴		
	p5	۰/۴۲	۵/۷۵		
عملکرد کسب‌وکار	عملکرد غیرمالی	p6	۰/۳۶	۴/۶۹	۰/۷۳۸
		p7	۰/۶۰	۱۰/۴۸	
		p8	۰/۶۴	۱۱/۱۶	
		p9	۰/۴۴	۸/۱۳	
		p10	۰/۴۱	۷/۶۶	
		p11	۰/۴۰	۷/۱۹	

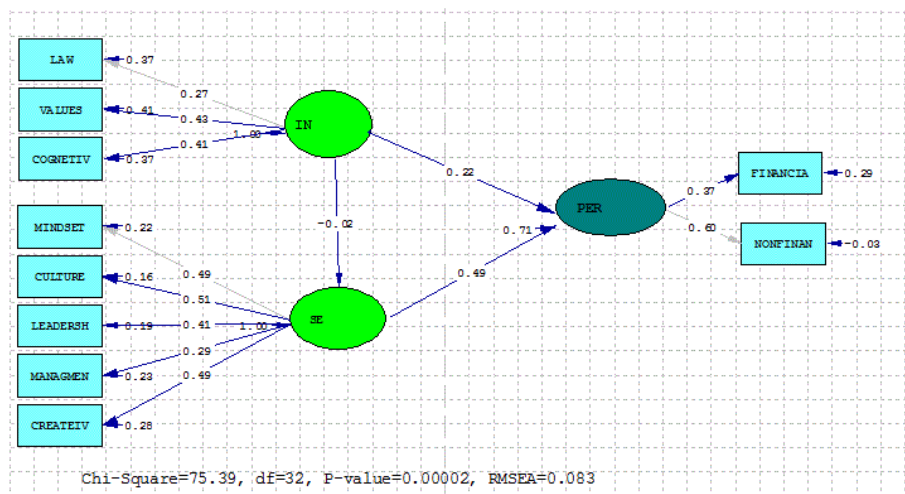
جهت بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق با توجه به نرمال بودن داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵- آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق	کارآفرینی راهبردی	محیط نهادی	عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی
کارآفرینی راهبردی	۱	۰/۰۰۰	۰/۳۶۳**
محیط نهادی	۰/۰۰۰	۱	۰/۲۹۷**
عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی	۰/۳۶۳**	۰/۲۹۷**	۱

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۰۱

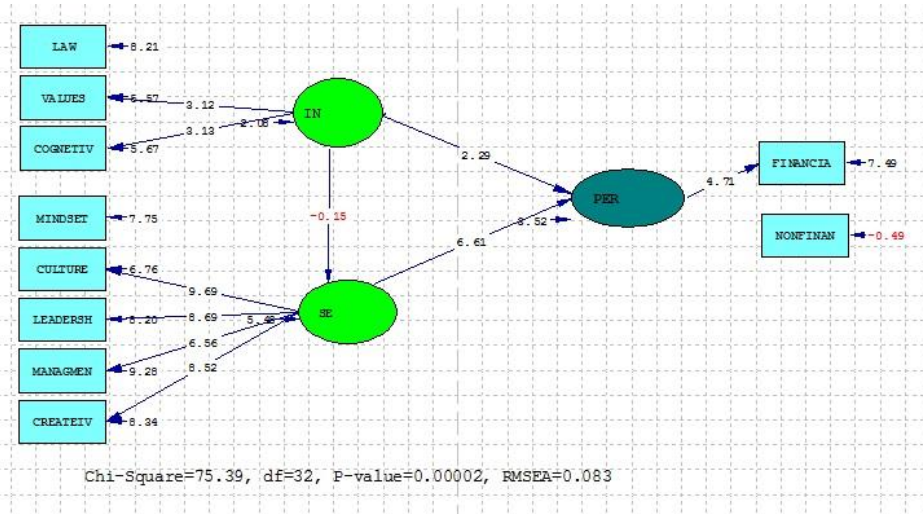
همان‌طور که در جدول ۵ نشان داده شده است بین کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. همچنین بین محیط نهادی و عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت، اما بین محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی رابطه‌ای وجود نداشت.



شکل ۲- مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد

با توجه به آماره تی محیط نهادی بر کارآفرینی راهبردی تأثیر نداشته است مقادیر آماره تی بین این دو متغیر ۰/۱۵- بوده است که از نظر آماری معنادار نبوده است. همان‌گونه که شکل ۲ نشان می‌دهد در مدل تحقیق، کارآفرینی راهبردی با ضریب مسیر ۰/۴۹ بیشترین تأثیر را بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی داشته است و

بعدازآن محیط نهادی با ضریب مسیر ۰/۲۲ کمترین تأثیر را بر عملکرد کسب و کارهای ورزشی داشته است. ضرایب مسیر نامبرده شده در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بود که مقادیر تی مدل در شکل ۳ نشان داده شده است و در مدل مفهومی پیشنهادی، بین محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی تأثیر معناداری وجود نداشته است مقادیر آماره تی در شکل ۶ نشان داده شده است. با توجه به آماره تی محیط نهادی بر کارآفرینی راهبردی تأثیر نداشته است مقادیر آماره تی بین این دو متغیر ۰/۱۵- بوده است که از نظر آماری معنادار نبوده است. در جدول ۶ اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها نشان داده شده است.



شکل ۳- مقادیر آماره تی مدل تحقیق

جدول ۶- اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها

اثر متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	مقدار تی	نتیجه
کارآفرینی راهبردی <-----> عملکرد کسب و کارهای ورزشی	۰/۴۹	-	۶/۶۱	تأیید فرضیه اول
محیط نهادی <-----> عملکرد کسب و کارهای ورزشی	۰/۲۲	-	۲/۲۹	تأیید فرضیه دوم
محیط نهادی <-----> کارآفرینی راهبردی	-۰/۰۲	-	-۰/۱۵	عدم تأیید فرضیه سوم
محیط نهادی <-----> عملکرد کسب و کارهای ورزشی (با متغیر میانجی کارآفرینی راهبردی)	-	-۰/۰۰۴	-	عدم تأیید فرضیه چهارم

همان گونه که جدول ۶ نشان داده شده است فرضیه آخر مبنی بر تأثیر محیط نهادی

بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی به‌واسطه کارآفرینی راهبردی مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. جدول ۷ تمامی شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد که از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده است.

جدول ۷- شاخص‌های برازش مدل برای مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های بررسی شده	میزان استاندارد	مقدار برآورد شده مدل
χ^2/df	کمتر از ۳	۲/۳۲
RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۸۳
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴
IFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴
GFI	بیشتر از ۰/۸	۰/۹۳
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳

شاخص میانگین مجذور خطای تقریبی (RMSEA): میزان کمتر از ۰/۰۸ مورد تأیید قرار گرفته است. شاخص CFI و شاخص برازش افزایشی (IFI) که شاخص تطبیقی است که میزان آن باید بالاتر از ۰/۹ باشد تا مدل برازش خوبی داشته باشد (هومن، ۱۳۹۱).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

کارآفرینی، محرک نخست پیشرفت اقتصادی درون چارچوب نهادی مشخص است. رویکرد نهادی بصیرت ارزشمندی را در سازمان‌ها جهت بهبود عملکرد، ساختار و توضیح رفتار ایفا می‌کند (گولگسی و همکاران، ۲۰۱۷، ۲۴۳). از سوی دیگر، عملکرد کارآفرینانه‌ای که از دورنمای راهبردی استفاده می‌کند به شناسایی فرصت‌های مناسب‌تر به‌منظور بهره‌برداری کردن و تسهیل این بهره‌برداری برای تثبیت مزیت رقابتی کمک می‌کند (لوک و همکاران، ۲۰۱۱، ۳۱۴). از این رو، هدف این پژوهش، تأثیر محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی است. یافته‌های حاصل از تحقیق نشان داد که بین محیط نهادی و عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی ارتباط مثبت و معناداری وجود داشت. به عبارتی هر چه که میزان عوامل

نهادی افزایش داشته باشد، عملکرد مالی و غیرمالی کسب‌وکارهای ورزشی افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر این عوامل نهادی با ضریب مسیر ۰/۲۹۹ بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی اثر داشته است که با نتایج سالوم و همکاران^۱ (۲۰۱۲)، روکسس و کورتز (۲۰۱۲) و منلوا و همکاران (۲۰۰۸) همخوانی دارد. به نظر می‌رسد که عوامل نهادی همانند ارزش‌های حاکم بر جامعه نسبت به ورزش، قوانین و مقررات و توانایی نهادها به‌عنوان عوامل بیرونی یا محیط نهادی، عملکرد مالی و غیرمالی کسب‌وکارهای ورزشی تحت تأثیر قرار می‌دهند. چنان‌که محیط نهادی و علاوه بر این کارآفرینی نهادی و توجه به عوامل نهادی در کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند به بهبود عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی کمک کند (رتن^۲، ۲۰۱۱، ۶۵). بر اساس تئوری نهادی، محیط بیرونی کسب‌وکار (محیط نهادی) دامنه‌ی گسترده‌ای از ابعاد شناختی، قوانین و هنجارها را در برمی‌گیرد (روکسس و کورتز، ۲۰۱۲). درواقع تئوری نهادی، به‌عنوان اثرات اجتماعی که ساختار کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار می‌دهد شناسایی شده است (تولبرت و زوکر^۳، ۱۹۹۹، ۱۶۹). بُعد قانونی شامل قوانین، سیاست‌های دولتی و آیین‌نامه‌های مرتبط با فعالیت کسب‌وکارها و استمرار آن است. بُعد هنجاری به درجاتی که جامعه، کسب‌وکار، ایجاد ارزش و توسعه کارآفرینی را تشویق می‌کند برمی‌گردد و بعد شناختی شامل دانش و مهارت‌های افراد مرتبط با توسعه کارآفرینی تعریف شده است (بوسنتیز و همکاران^۴، ۲۰۰۰، ۹۹۴). محیط نهادی، فرصت‌های کارآفرینانه را تعریف، ایجاد و یا محدود می‌کند و بنابراین گستره کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (هوآنگ و پاول^۵، ۲۰۰۵، ۴). بین کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی ارتباط مثبت و معناداری وجود داشت؛ بنابراین کارآفرینی راهبردی که متشکل از ابعاد ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت راهبردی منابع و به‌کارگیری خلاقیت است، تأثیر مثبتی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی دارد، اثر کارآفرینی راهبردی بر

¹ Salome

² Ratten

³ Tolbert & Zucker

⁴ Busentiz

⁵ Hwang & Powell

عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی دارای ضریب مسیر ۰/۴۹ بود. نتایج حاصل با تحقیقات هیت و سیرمون (۲۰۰۳)، ایرلند و سیرمون (۲۰۰۳) و بارنی (۲۰۰۱) همخوانی دارد. به نظر می‌رسد کارآفرینانی که دارای ذهنیت مثبت در راستای کارآفرینی هستند و به‌نوعی فرهنگ کارآفرینانه را در کسب‌وکار خود ایجاد و نیز خود به‌عنوان رهبر، منابع موجود را به‌صورت راهبردی هدایت می‌کنند و درنهایت ذهن خلاق در اداره کسب‌وکار خود دارند عملکرد بالاتری داشته باشند. درواقع کارآفرینانی که باعلاقه و انگیزه فرایند اداره کسب‌وکار خود را دنبال می‌کنند موفق‌تر بوده و توانایی توسعه کسب‌وکار خود را دارند. بر اساس نظر هیت و سیرمون (۲۰۰۳)، اتخاذ رویکردهای راهبردی به کسب‌وکارها منجر به ایجاد مزیت رقابتی و خلق ثروت می‌شود که در تحقیق عظیمی دلارستاقی و همکاران (۲۰۱۷) به پیامدهای مثبت اعمال کارآفرینی راهبردی پرداخته شده است. علاوه بر این زارعی و شعبانی (۱۳۹۵) نیز گرایش به کارآفرینی و عملکرد کسب‌وکار را به واسطه ظرفیت جذب بازار مثبت ارزیابی کردند. هم‌چنین اسدزاده (۱۳۹۷) نیز نقش راهبردی بنگاه‌های بر عملکرد مالی را مثبت ارزیابی کرد. از دیگر نتایج تحقیق این بود که بین محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی ارتباطی وجود نداشت که با تحقیق بیلند (۲۰۱۷)، لاریجا (۲۰۱۷)، گولسگی و همکاران (۲۰۱۷) و والتر و بلک (۲۰۱۶) همخوانی نداشت. به نظر می‌رسد محیط نهادی و قوانین و مقررات موجود، هنجارها و ارزش‌های حاکم بر جامعه اثری بر ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه و به‌طورکلی اثری بر توانایی افراد برای غلبه بر مشکلات موجود نداشته است. در این راستا به نظر می‌رسد از دلایل ناهمخوانی، شرایط و موقعیت حاکم بر محیط کسب‌وکار کشورهای درحال‌توسعه ازجمله ایران است که به‌عنوان مثال در شاخص‌های نهادی (به‌عنوان مثال رویکرد حمایت دولتی) دارای وضعیت مطلوبی نیست (دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۱۳۹۵، ۱۲۵). محیط نهادی که دربرگیرنده حمایت قانونی و دولتی از کسب‌وکارها و هنجارها و ارزش‌های حاکم بر جامعه است نتوانسته است تکیه‌گاه و اهرمی برای اتخاذ رویکردهای راهبردی برای کسب‌وکارها باشد. علاوه بر این یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد که اکثریت افراد از روی علاقه به ایجاد کسب‌یافته‌های ورزشی اقدام نموده‌اند که این می‌تواند انگیزه، ذهنیت و نیت فردی آن‌ها

برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار را نشان دهد. تأثیر محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی گویای آن است که کارآفرینی راهبردی با ضریب مسیر ۰/۴۹ بیشترین تأثیر را بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی داشته است و بعد از آن محیط نهادی با ضریب مسیر ۰/۲۲ کمترین تأثیر را بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی داشته است. نتایج این تحقیق نشان داد که کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی تأثیر مثبتی دارد، همچنین هنجارها، ارزش‌ها، عقاید، مشروعیت، عوامل سیاسی و غیره همگی تحت عنوان عوامل نهادی محسوب می‌شوند که محیط نهادی پیرامون این منطقه را ایجاد نمایند. نتایج این تحقیق با تحقیقات؛ ایرلند و هیت (۲۰۰۱) و معماریانی (۱۳۸۹) همسو است. در نتیجه به نظر می‌رسد در کسب‌وکارهای ورزشی به‌منظور استفاده از منابع، توسعه در کسب‌وکارهای ورزشی، نیاز شدیدی به رعایت محیط نهادی و به‌کارگیری عوامل نهادی دارند. بدین ترتیب اهمیت دادن به عوامل نهادی می‌تواند دریافت و به‌کارگیری منابع در امر خدمات و تولیدات کسب‌وکارهای ورزشی را تسهیل سازد. کارآفرینی راهبردی به عنوان متغیر میانجی نتوانسته است عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی را تحت تأثیر قرار دهد. به عبارتی محیط نهادی به واسطه کارآفرینی راهبردی نتوانسته است عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی را تحت تأثیر قرار دهد، همان‌گونه که نتایج نیز نشان می‌دهد محیط نهادی حتی تأثیر منفی نیز بر کارآفرینی راهبردی داشته است به نظر می‌رسد در محیطی که قوانین و مقررات، هنجارها و ارزش‌ها در راستای حمایت از کارآفرینی نیست، این عامل یعنی کارآفرینی راهبردی نتوانسته است، عملکرد کسب‌وکارهای را پیش بینی کند. در نتیجه گیری کلی به نظر می‌رسد، محیط نهادی نتوانسته است ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ، رهبری کارآفرینانه و تلاش برای مدیریت منابع و ایجاد خلاقیت را تحت تأثیر قرار دهد. به عبارتی میزان تأثیر کارآفرینی راهبردی بر عملکرد بسیار بیشتر از تأثیر محیط بیرونی کسب‌وکارها بر عملکرد کسب‌وکارهاست. در نتیجه خود کارآفرینان هستند که با تلاش و پشتکار خود راه را برای عملکرد هر چه مطلوب‌تر فراهم می‌سازند. این مقاله، ضمن به‌کارگیری دو مفهوم محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی به بررسی ارتباط بین این دو در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی پرداخته است و به این نتیجه رسیده است که محیط نهادی و

کارآفرینی راهبردی بر عملکرد تأثیرگذار بوده است اما محیط نهادی رابطه‌ای با کارآفرینی راهبردی نداشته و در این راستا، محیط نهادی نتوانسته است میزان کارآفرینی راهبردی را تبیین کند. این موضوع در جای خود مهم است که محیط نهادی هرچند که در این تحقیق تأثیر کمتری نسبت به کارآفرینی راهبردی بر عملکرد داشته اما به‌رحال نقش محیط نهادی در توسعه عملکرد مالی و غیرمالی بسیار مهم است. احتمالاً اگر محیط نهادی در کشور تقویت شود تأثیر بهتری بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب‌وکارها داشته باشد. با توجه به نتایج تحقیق، محیط نهادی و تقویت آن از سوی سیاستمداران می‌تواند در توسعه کسب‌وکارها نقش داشته باشد. از این رو پیشنهاد می‌شود قوانین حمایتی، برای توسعه کسب‌وکارها و کاهش مالیات برای کسب‌وکارهای ورزشی از سوی سیاستمداران در نظر گرفته شود. اینکه خود کارآفرینان ورزشی با قوانین و مقررات راه‌اندازی و ادامه کسب‌وکار آشنا شوند می‌تواند پیشنهاد دیگری از طریق برگزاری کارگاه‌های آشنایی با قوانین و مقررات تجارت از سوی نهادهای متولی امر ورزش باشد. تقویت هنجارها و ارزش‌ها در نقش ابعاد محیط نهادی از دیگر یافته‌های تحقیق بود از این رو پیشنهاد می‌شود تشویق کارآفرینان و ایجاد ارزش برای کارآفرینان از طریق شناسایی کارآفرینان برتر توسط رسانه‌ها صورت پذیرد. از سوی دیگر، از دیگر نتایج تحقیق، تقویت کارآفرینی راهبردی و ابعاد آن است. بدین منظور تقویت رهبری، فرهنگ کارآفرینی و خلاقیت، برگزاری سمینارها و کارگاه‌های آموزشی و افزایش رویکرد دانش‌افزایی برای کارآفرینان از سوی نهادهای متولی ورزش پیشنهاد می‌شود. با توجه به محدودیت‌های تحقیق حاضر و استفاده از رویکرد اثبات‌گرایی در تحقیق، پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده به بازتعریفی از مبحث کارآفرینی راهبردی و محیط نهادی در کسب‌وکارها بپردازند. به عبارتی، استفاده از رویکردهای کیفی و انجام چنین تحقیقی در حیطه پارادایم تفسیری و یا پراگماتیسم می‌تواند زمینه پژوهشی مناسبی در حیطه کارآفرینی و کسب‌وکار باشد.

منابع

Ahmadpour Dariani, M, Farrokh Hayati, A. (2018). *Entrepreneurship in Internet Businesses (Fourth Edition)*, Tehran: Negaresh Publications.