

جایگاه آی تی در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در ورزش

محبوبه جعفرزاده زرنندی^{۱*}، محمد ابراهیم رزاقی^۲، اعظم میرزا اکبری^۳

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه کرمان

۲. دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، دانشگاه تهران

۳. هیئت علمی دانشکده فنی حضرت فاطمه (س)

تاریخ پذیرش: (۱۳۹۸/۰۳/۰۲)

تاریخ ارسال: (۱۳۹۷/۱۱/۱۴)

The Position of Information Technology (IT) in Development of Entrepreneurship Opportunities in Sport

Mahboubeh Jafarzadeh Zarandi^{1*}, Mohammad Ebrahim Razaghi², Azam Mirzaakbari³

1. Ph.D. in Sport Management, University of Kerman

2. Ph.D. in Sport Management and Planning, University of Tehran

3. Faculty of Hazrat Fatemeh Technical School

Received: (2019/02/03)

Accepted: (2019/05/23)

چکیده

Abstract

This research was conducted with the aim of investigating the status of IT in developing entrepreneurial opportunities in sport. The method of conducting this research was survey. The statistical population of this research includes managers of sporting goods companies in Iran (N=460), among them, randomly and according to Morgan table, 169 companies were selected as the statistical sample. To collect data, Heirsch and Peter questionnaire (2002) was used, which its validity and reliability were evaluated and confirmed by Khosravani Fard (2012). The reliability coefficient of the questionnaire in the present study was calculated using Cronbach's alpha ($\alpha = 0.89$) and its validity (face and content) was calculated based on the views of experienced faculty members and physical education specialists and using the sigma numbering index of 0.85. Descriptive statistics and inferential statistics were used to analyze the data and SPSS 20 software was used at a significant level ($P < 0.05$). The findings of this study showed that sport entrepreneurs believe that the Internet has an important role in creating entrepreneurial opportunities in the present era. In this regard, the results of one sample t test showed that there is a significant difference between the mean view of entrepreneurs (3.91 ± 0.91) and the criterion score. Therefore, according to research findings, the development of sports entrepreneurship has been interwoven with the use of new technologies such as internet, and the use of internet and its numerous potential could be helpful in this regard.

Keywords: Business, Technology, Occupation, Physical education, Innovation

این پژوهش با هدف بررسی جایگاه آی تی در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در ورزش اجرا گردید. روش اجرای این تحقیق پیمایشی بود. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی در ایران ($N=460$) بود که از بین آن‌ها به صورت تصادفی، تعداد ۱۶۹ شرکت به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه هیرش و پیتر (۲۰۰۲) که روایی و پایایی آن در تحقیق خسروانی فرد (۱۳۹۱) مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفته بود، استفاده شد. ضریب پایایی پرسش‌نامه در تحقیق حاضر با روش آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.89$) و روایی (صوری و محتوایی) آن بر اساس نظرات اساتید مجرب و متخصص تربیت بدنی و با استفاده از روش سیگمای شمارشی ۰/۸۵ محاسبه شد. برای تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی و از نرم‌افزار SPSS 20 در سطح معناداری ($P < 0.05$) استفاده شد. یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد که کارآفرینان ورزشی بر این باورند که اینترنت در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در عصر حاضر دارای نقش به‌سزایی است. در این راستا نتایج تی تک نمونه‌ای نشان داد که بین میانگین دیدگاه کارآفرینان (3.91 ± 0.91) با نمره ملاک تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین با توجه به یافته‌های تحقیق مشخص گردید که توسعه کارآفرینی ورزشی با استفاده از فناوری‌های نوینی همچون اینترنت، بر هم گره خورده است و به‌کارگیری اینترنت و پتانسیل‌های متعدد آن می‌تواند در این راستا کمک‌کننده باشد.

واژه‌های کلیدی: کسب‌وکار، تکنولوژی، اشتغال، تربیت بدنی، نوآوری

*Corresponding Author: Mahboubeh Jafarzadeh Zarandi

Email: ma.jafarzadeh.۹۳@gmail.com.

* نویسنده مسئول: محبوبه جعفرزاده زرنندی

پست الکترونیک: ma.jafarzadeh.۹۳@gmail.com

مقدمه

یکی از فناوری‌هایی که طی چند دهه گذشته، اساس و بستر تحول در زندگی بشر بوده است، فناوری اطلاعات و ارتباطات است. فناوری اطلاعات نه تنها خود موجب تولید موقعیت‌های جدید شغلی شده، بلکه زمینه‌ساز تغییرات بنیادی در بسیاری از مشاغل دیگر هم بوده است (جعفرزاده زرنندی، ۱۳۹۲). امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی بشر در حال نهادینه شدن است و یکی از فناوری‌های اساسی برای توسعه و پیشرفت سازمان‌ها است (جعفرزاده زرنندی، ۱۳۹۷)؛ ولی به راستی، آیا فناوری اطلاعات اشتغال‌زا است یا اشتغال‌زدا؟ تغییرات جمعیتی ناشی از فناوری اطلاعات بر آمار بیکاری چه تأثیری داشته است؟ آیا روند حرکت فناوری اطلاعات و تأثیر آن بر موقعیت‌های شغلی ملت‌ها قابل پیش‌بینی است، یا اینکه مسافران سوار بر این موج، به سوی مقصدی نامشخص و مبهم در حرکتند؟ و نهایتاً، آیا فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند پاسخی برای حل بحران بیکاری جوانان و تحصیل‌کرده‌های کشور داشته باشد (جعفرزاده زرنندی و همکاران، ۲۰۱۳). با توجه به اهمیت فناوری اطلاعات، صاحب‌نظران گوناگون، تعاریف گوناگونی از این مفاهیم ارائه کرده‌اند که به برخی از اهم آن اشاره می‌شود: فناوری اطلاعات به فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکانات لازم را برای جمع‌آوری، انباشت، پردازش و توزیع اطلاعات فراهم می‌کنند، محور این فناوری، رایانه، فناوری‌های چندرسانه‌ای از جمله رایانه، نرم‌افزار، اینترنت، تلفن، تلویزیون و همچنین پروژه‌های کاری اینترنتی، پست الکترونیک، وبلاگ، ماهواره و ... است (هیسمانتولو، ۲۰۱۱). از دیدگاه مانتل^۲ فناوری اطلاعات عبارت است از گردآوری، ذخیره‌سازی، سازماندهی، پردازش و نشر اطلاعات اعم از صوت، تصویر و متن، یا عدد که با استفاده از ابزار رایانه‌ای و مخابراتی صورت می‌پذیرد (مانتل، ۲۰۰۶). از دیدگاه دیکا و هامیتی^۳ فناوری اطلاعات ترکیبی از تجهیزات ارتباطی و رایانه است (دیکا و هامیتی، ۲۰۱۱). فناوری اطلاعات پدیده‌ای است که از به‌کارگیری وسیع سیستم‌های رایانه در سازمان‌ها و جامعه و تحول عمیق ناشی از به‌کارگیری آن به‌وجود آمده است (جلیلووند و شریفیان، ۱۳۹۵). جهان آینده، جهانی کاملاً متفاوت با امروز است؛ جهانی که مقدرات آن در دست انسان‌های توانمندی است که مناسبات و مختصات عصر اطلاعات را شناخته و بر اساس آن نهادها و روابط اجتماعی را طراحی می‌نمایند، از این رو مهم‌ترین هدف، شکوفاسازی استعدادها و خلاقیت‌های نیروهای مستعدی

است که بتوانند در آینده حرکت جامعه را بر عهده گیرند (منتظر، ۱۳۸۱). تغییرات اقتصادی، به طرق مختلف بر ماهیت مهارت‌های مورد نیاز بازار کار تأثیر گذاشته و می‌گذارد (عزیزی، ۱۳۸۳). تحقیقات نشان داده که انتشار فناوری اطلاعات در کسب‌وکار باعث صرفه‌جویی در زمان، افزایش بهره‌وری و بازدهی، بالا بردن راندمان کار، اجرای کامل‌تر کارها و غیره می‌شود (استنسکو و همکاران^۴، ۲۰۱۱). افزایش محیط‌های رقابتی در کسب‌وکار، ماندگاری و تداوم، فعالیت را برای کارآفرینان با مشکلات فراوانی روبه‌رو می‌نماید. این موضوع به ویژه در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بیشتر به چشم می‌خورد. در چنین شرایطی استفاده و به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای دوام و رشد شرکت‌ها ضروری می‌باشد. توسعه فناوری‌های جدید فرصت‌هایی را برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فراهم آورده است تا آن‌ها خود را با کشورهای برون‌مرزی مرتبط سازند و از این راه سبب توسعه خود و کشورهاشان شوند (اکبری، ۱۳۸۴). فناوری‌های جدید اطلاعاتی تأثیر عظیمی بر ورزش و فعالیت‌های تفریحی دارند. این فناوری‌ها در اینکه ما چگونه برنامه‌های ورزشی و تفریحی را مدیریت کنیم؟ چگونه آن‌ها را تجزیه و تحلیل نمائیم؟ چگونه با مشتریان و همکاران خود ارتباط برقرار کنیم؟ و غیره تأثیر گذاشته‌اند (جعفرزاده زرنندی، ۱۳۹۷). بهره‌وری و اثربخشی برنامه‌های حرفه‌ای در آینده به آگاهی و به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی وابسته است. بنابراین سازمان‌ها، کسب‌وکارهای ورزشی و تفریحی برای موفقیت در فعالیت‌هایشان، باید تمامی ارتباطات، برنامه‌ها، خدمات و نیروی انسانی خود را با این فناوری هماهنگ سازند (بدری آذرین، ۱۳۸۳). اینترنت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مظاهر فناوری اطلاعات، امروزه نقش بسیار عمده‌ای را در ایجاد تحولات مربوط به جهانی شدن ایفا می‌کند. در حالی که زمان چندانی از شکل‌گیری و استفاده از این تکنولوژی نمی‌گذرد در اغلب کشورهای دنیا نرخ استفاده از آن در میان دولت‌ها، شرکت‌های بزرگ و کوچک و حتی خانوارها رشد چشم‌گیری داشته است (سلیمی و همکاران، ۱۳۸۸). به ویژه آخرین دستاورد آن، یعنی شبکه جهان‌گستر وب^۵ تحول بزرگی در فناوری اطلاعات به وجود آورده و تمام فعالیت‌های امروز بشر را به نوعی تحت تأثیر خود قرار داده است. در واقع اینترنت با قابلیت‌ها و امکاناتی که در اختیار ما قرار می‌دهد فصل نوینی در دسترس‌پذیری اطلاعات و ارتباطات انسانی محسوب می‌شود. با توجه به سرعت گرفتن استفاده از اینترنت و بزرگ شدن شهرها و رشد فزاینده جمعیت و همین‌طور افزایش

4. Stanescu & et al

5. www

1. Hismanoglu

2. Mantle

3. Dika, and Hamiti

ایده‌پروری کارآفرینانه ایجاد کرده‌اند (جعفرزاده زرنیدی، ۱۳۹۲). از سوی دیگر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات خود مرهون کارآفرینی است؛ فعالیت‌های کارآفرینانه باعث شناخت نیازها، خلق ایده‌ها و توسعه فناوری‌ها می‌شود؛ بنابراین یک رابطه عمیقی بین کارآفرینی و فناوری اطلاعات وجود دارد به گونه‌ای که می‌توان گفت، کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی است (جعفرزاده زرنیدی، ۱۳۹۲). زیرا فناوری اطلاعات با برخورداری از ویژگی‌ها و قابلیت‌های مختلف، توانسته است انعطاف‌پذیری شایان توجهی را در زمینه کسب‌وکار از خود نشان دهد. همین ویژگی‌ها سبب افزایش کارایی این فناوری در امر کارآفرینی و ایجاد اشتغال شده است (رضایی و سبا نعمان، ۱۳۹۵). از این رو کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرایند 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 فرصت‌هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی می‌توان به آن‌ها پرداخت هر چند ورزش، پدیده‌ای شناخته شده است و در صورت شناسایی، می‌توان از آن‌ها به‌عنوان راه‌هایی به منظور کارآفرینی در ورزش استفاده کرد (فروغی‌پور و همکاران، ۱۳۸۶). برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش باید عوامل زمینه‌ای و ساختاری مؤثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف‌هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه‌ریزی کرد (یداله‌ی، ۱۳۸۷). امروزه فناوری اطلاعات به گونه‌ای گسترده شده که بسیاری جنبه‌های محاسباتی و فناوری را در بر می‌گیرد و دامنه فعالیت این حوزه تا کنون چندین بار مورد بازنگری قرار گرفته است (رزاقی، ۲۰۱۴). کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، رفاه و توسعه سلامتی و مشارکت در ابعاد گوناگون جامعه می‌تواند نقش مهم و برجسته‌ای در توسعه کشور داشته باشد و در نهایت به تدوین راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی ورزشی می‌پردازد (مندعلیزاده و هنری، ۱۳۸۹). از دلایلی که اهمیت و ضرورت کارآفرینی را نمایان می‌سازد این است که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده، باعث رشد اقتصادی و همچنین تبدیل دانش به خدمات و محصولات جدید می‌گردد. علاوه بر این کارآفرینی ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود (جعفرزاده زرنیدی و همکاران، ۲۰۱۶). مطالعه کارآفرینی ورزشی برای افرادی که علاقه و تمایل زیادی به کسب‌وکار

تعداد و تنوع اماکن ورزشی و همچنین علاقه زیاد عموم مردم به ورزش و نبود و یا کمبود سیستم‌های اطلاع‌رسانی سریع و راحت و در دسترس، طراحی سیستم اطلاع‌رسانی و مدیریتی بر مبنای اینترنت و وب در این زمینه بیش از پیش احساس می‌شود که باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه و افزایش دقت و صحت اطلاعات و روش‌های دسترسی و بهره‌گیری از آن‌ها با راه‌اندازی این سیستم‌ها می‌گردد (علی احمد و شورستانی، ۱۳۸۳). از سوی دیگر اینترنت به علاقه‌مندان ورزش نیز این امکان را داده که در هر زمانی به سرعت به آخرین اطلاعات تیم مورد نظر خود دست پیدا کنند (مدهوشی و صفاری نژاد، ۱۳۸۳). کارشناسان تخمین زده‌اند که میزان مصرف اینترنت با تلفن همراه از رایانه‌های شخصی پیشی خواهد گرفت. از آنجا که تلفن همراه دیگر یک وسیله تجملاتی محسوب نمی‌شود و به معنای واقعی کلمه، ارتباطات را تسهیل کرده است، نظریه‌پردازان بر این باورند این کالای ارتباطی که روزی به نوعی دستگاه جادویی بود امروزه ابزاری حیاتی برای زندگی بهتر محسوب می‌شود. به همین دلیل تلفن‌های همراه نقش به‌سزایی در برقراری و تسهیل ارتباطات، انتقال اطلاعات، به دست آوردن پول بیشتر و معاملات تجاری ایفا می‌کنند. در کشور ما بیشتر جنبه ارتباطی تلفن همراه مشهود است و تاکنون گام مهمی برای استفاده از این وسیله ارتباطی در مبادلات اقتصادی برداشته نشده است اما کارشناسان معتقدند که با ورود فناوری نسل سوم موبایل به کشور و رقابت در بازار خدمات ارزش افزوده بر بستر این فناوری می‌توان به موبایل به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی کشور نگاهی دوباره انداخت (فتحیان و مهدوی نور، ۱۳۸۷). از آنجا که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار 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^۱ به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، یاد می‌شود که می‌تواند سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (رزاقی، ۲۰۱۴). کارآفرینی یا مطالعه ایجاد مخاطره جدید، توجه رو به افزایشی را از طرف سیاست‌مداران و دولت‌ها به دست آورده است، زیرا برای کشورها ایجاد ثروت و اشتغال می‌کند و به‌عنوان ملاکی برای توسعه و رشد اقتصادی دیده شده است (جعفرزاده زرنیدی و همکاران، ۲۰۱۳). می‌توان گفت کارآفرینی در فناوری اطلاعات پهنه وسیعی برای فعالیت دارد. فناوری اطلاعات با ویژگی‌هایی که دارد تحولات شگرفی در دستیابی به اطلاعات به‌وجود می‌آورد و بسترهای ارتباطی قوی‌تری را فراهم می‌کند. این فناوری‌ها اهمیت و ارزش اطلاعات و ارتباطات را بالا برده‌اند و زمینه را برای کارآفرینی و

مستقل و مالکیت شخصی در حوزه ورزش دارند، ضروری است. فراگیران به صورت گسترده‌ای آماده می‌شوند تا یک برنامه کسب‌وکار را تنظیم نمایند و در این راه همچون یک دونه، مشکلات را حل نموده و در راه کسب‌وکار ثابت قدم باشند (سایت کارآفرینی^۱، ۲۰۰۵). هر علمی نیاز دارد تا مرزهای خود را با سایر علوم مشخص سازد؛ در حوزه کارآفرینی نیز این تفکیک مورد تأکید قرار داشته است. به باور بسیاری از محققین آنچه تحقیقات کارآفرینی را از سایر مطالعات در حوزه‌های مختلف علمی نظیر مدیریت متمایز می‌سازد، توجه و تأکید بر پژوهش در خصوص فرصت‌های کشف شده توسط کارآفرینان است (جعفرزاده زرنندی و همکاران، ۲۰۱۶). نتایج به دست آمده از پژوهش باقری و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد که بین دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های آزاد و پیام نور در مورد نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه فرصت‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد؛ همچنین برقی و همکاران (۱۳۹۰) به این نتیجه دست یافتند که سابقه خدمت استادان رابطه معناداری با سطح به‌کارگیری فناوری توسط آن‌ها ندارد. از طرفی نخعی و همکاران در سال (۱۳۹۰) تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر خلاقیت کارآفرینی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که دوره‌های آموزش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر خلاقیت کارآفرینی تأثیر دارد و باعث بالا رفتن میزان خلاقیت کارآفرینی می‌شود. از دیدگاه جاوید و همکاران (۱۳۹۱) مهم‌ترین نقش اینترنت و رسانه‌های نوین در بازاریابی ورزشی مربوط به بهره‌گیری مناسب و سریع‌تر از منابع مختلف اطلاعاتی و تبلیغاتی است. امتیاز دیگر اینترنت و رسانه‌های نوین در این زمینه ارائه خدمات به مشتریان در کنار اطلاع‌رسانی است در حالی که آبروین و آندرسون^۲ (۲۰۰۸) در مطالعه خود در مورد استفاده از اینترنت برای توسعه کسب‌وکار در کشور اسکاتلند نشان دادند که ۸۴ درصد کسب‌وکارهای مورد مطالعه آن‌ها به‌طور مؤثر جهت معرفی و توسعه خدماتشان از اینترنت استفاده می‌کنند. همچنین ونهونگ چن^۳ (۲۰۰۶) در مطالعه خود به بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر کارآفرینی فراملی پرداخت و نشان داد که استفاده از اینترنت اثرات مثبتی بر کارآفرینی فراملی دارد، ولی نتایج تحقیق مالهورا و همکاران^۴ (۲۰۱۲) نشان داد که تلفن همراه بیشتر از رایانه و اینترنت برای ایجاد کارآفرینی موفق به زنان کمک می‌کند در حالی که زنان از همه اشکال فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌کنند. قابلیت گوشی‌های تلفن همراه و سهولت استفاده از آن‌ها باعث شده تا

موبایل را به یک ابزار دوستانه برای حمایت از رشد کسب‌وکار تبدیل کند. همچنین ان دابیسی و سنجیز^۵ (۲۰۰۵) در پژوهش خود به بررسی وضعیت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و ویژگی‌های زنان کارآفرین در مالزی پرداختند و در آن کلیه اعضای انجمن زنان کارآفرین مالزی مورد بررسی قرار گرفتند. آن‌ها به این مهم دست یافتند که ویژگی‌های شخصیتی مانند نوآوری، ریسک‌پذیری زنان کارآفرین، با استفاده از رایانه ارتباط معناداری دارد. پارک^۶ (۲۰۰۳) با بررسی زمینه‌های نقش که اینترنت در ایده‌پروری کارآفرینی دارد، اذعان داشت که فرآیند انتقال اطلاعات از طریق توسعه فناوری اطلاعات و اینترنت اغلب ایده‌پروری‌هایی را در محیط شبکه‌های اجتماعی شکل می‌دهد. ایده‌پروری از طریق شبکه وب یا اینترنت امکان مشاهده و ردگیری آسان ایده‌های جدید را به افراد می‌دهد. یافته‌های تحقیق روتا، امپراطوری و کوناچی^۷ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدیریت طرفداران ورزشی را مورد بررسی قرار دادند. این تحقیق ارزش طرفداران را به‌عنوان ذی‌نفعان مربوطه در سازمان‌های ورزشی و همچنین به‌عنوان بازیکن کلیدی در خلق ارزش نشان داد. سازمان‌های ورزشی به‌عنوان شرکت‌های اجتماعی به‌طور هم‌زمان به دنبال نتایج ورزشی، اجتماعی و همچنین اقتصادی هستند. فناوری اطلاعات می‌تواند ارزش طرفداران را به‌عنوان دارایی و ترویج ادغام این سه نوع از نتایج افزایش دهد. همچنین، مورا^۸ (۲۰۱۲) در تحقیقی به بررسی تأثیر مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینان آفریقایی پرداخت و به این نتیجه رسید که این مرکز باعث افزایش همکاری، تقسیم مهارت‌ها و دانش در بین کارآفرینان می‌شود و می‌تواند روح همکاری را به‌وسیله ساختن گنجایش بیشتر از طریق پروژه‌های همگانی و تعامل اعضای مجازی فعال بین دیگران تقویت کند. احسانی، شریفیان، کوزه‌چیان و خداداد حسینی (۱۳۸۹) به تعیین مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده‌های تربیت بدنی و ارتباط آن با انگیزه کارآفرینی دانشجویان ایران پرداخته و یافته‌های آن‌ها نشان داد که وضعیت فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده‌های تربیت بدنی در حد متوسطی است. به علاوه، دانشجویان از سطح انگیزشی متوسطی برای کارآفرینی در آینده برخوردار هستند و بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و انگیزه کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سریلاتا^۹ (۲۰۱۱) به بررسی تولید درآمد در عصر اطلاعات؛ فرصت‌ها و چالش‌ها پرداخت. در اولین بخش از این مقاله به

6. Park

7. Ruta, Imperatori & Cavenaghi

8. Morra

9. Sreelata

1. Sport Entrepreneurship

2. Anderson & Airin

3. Wenhong Chen

4. Malhotra et al

5. Ndubisi & Cengiz

چهار عامل خلق اندیشه کسب‌وکار، امکان سنجی نسبت به ایجاد کسب‌وکار، شروع کسب‌وکار جدید و ارزیابی و توسعه کسب‌وکار موجود بود. تعداد سؤالات پرسش‌نامه ۲۸ سؤال بود که از بین سؤالات پرسش‌نامه تعداد سه سؤال مربوط به عامل خلق اندیشه کسب‌وکار، تعداد پنج سؤال مربوط به عامل امکان‌سنجی نسبت به ایجاد کسب‌وکار، تعداد ۱۵ سؤال مربوط به عامل شروع کسب‌وکار جدید و تعداد پنج سؤال مربوط به عامل ارزیابی و توسعه کسب‌وکار موجود بود. (در این چهار بخش از مقیاس پنج ارزشی لیکرت، خیلی زیاد تا خیلی کم استفاده شد). برای تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های آماری توصیفی و استنباطی و از نرم‌افزار SPSS20 و در سطح معناداری ($p < 0.05$) استفاده شد. به منظور سامان دادن، خلاصه کردن و طبقه‌بندی نمرات خام و توصیف اندازه‌های نمونه، تنظیم جدول توزیع فراوانی، درصدها و محاسبه شاخص‌های پراکندگی نظیر میانگین، انحراف استاندارد و نمودارها از آمار توصیفی استفاده گردید و در بخش آمار استنباطی با توجه به اهداف پژوهش به جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای و آنالیز واریانس مکرر استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان تحصیلات بیشتر مدیران شرکت‌های ورزشی فعال در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران در حد دیپلم (۵۱٪) بوده و تحصیلات در حد کارشناسی (۲۴/۸٪) و فوق دیپلم (۱۹/۱٪) و کارشناسی ارشد و بالاتر (۵/۱٪) بوده که در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. رشته تحصیلی مدیران شرکت‌های تولیدی بیانگر آن بود که اکثر مدیران این صنایع (۹۱٪) رشته غیر تربیت بدنی داشته‌اند.

نتایج حاصل از داده‌های مربوط به نوع مالکیت شرکت‌های تولیدی محصولات ورزشی نشان داد که تمامی شرکت‌های مورد مطالعه، مالکیت خصوصی داشته‌اند. آمار توصیفی مربوط به نوع شرکت‌های مورد مطالعه بیانگر آن است که اکثریت این شرکت‌ها همان‌طور که در جدول یک ارائه شده است جزء شرکت‌های سهامی خاص بوده‌اند.

نوع شرکت	تعداد	درصد
تضامنی	۷	۴/۱۴
با مسئولیت محدود	۳۸	۲۲/۴۸
سهامی خاص	۱۰۳	۶۰/۹۴
سهامی عام	۱۲	۷/۱۰
سایر	۹	۵/۳۲
جمع کل	۱۶۹	۱۰۰

جدول ۱- نوع شرکت‌های مورد مطالعه

ویژگی‌هایی از اطلاعات بازار کالا و شناسایی فرصت‌ها و چالش‌هایی که در عصر اطلاعات است اشاره شده و در بخش دوم به ارائه دیدگاه‌ها و تجربه فهرستی از مشاغل که با این چالش‌ها روبه‌رو هستند، پرداخته شده است. تحقیقات نشان داد که یکی از چالش‌های عمده برای کسب‌وکار در عصر اطلاعات، توانایی شرکت‌ها از سود سرمایه‌گذاری‌های خود در نوآوری است. سیاهی و سیمونی^۱ (۲۰۰۵) به بررسی عوامل کلیدی موفقیت و توسعه صنعت کفش ورزشی ایتالیا پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان داد که سه عامل مهم بر موفقیت محصولات جدید کفش ورزشی در ایتالیا تأثیر گذاشته است که عبارتند از: ۱- رویکرد کار تیمی بین شرکت‌های مختلف، ۲- برنامه‌های مشتری‌مداری، ۳- استفاده از فناوری‌های پیشرفته و جدید اطلاعاتی و ارتباطی برای توسعه محصولات جدید. هنری و مندلیزاده (۱۳۹۲) در پژوهشی به تبیین و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی پرداخته و نقش فناوری اطلاعات را به‌عنوان یکی از عناصر تدوین این مأموریت برمی‌شمارند. با توجه به پیشینه پژوهش در مورد فناوری‌های نوین و کارآفرینی در صنعت ورزش باید اذعان داشت که تحقیقات صورت گرفته در مورد کارآفرینی به نتایج یکسانی ختم نشده و بر حسب نیاز هر صنعت یا کشور یک سری از فناوری‌ها ارزیابی شده، که این محدودیت در کشورهای در حال توسعه محسوس‌تر از کشورهای غربی است؛ این کمبود تحقیقات در ایران بسیار بیشتر به چشم می‌خورد لذا با توجه به موارد ذکر شده این تحقیق بر آن است تا به این سؤال پاسخ دهد که جایگاه فناوری‌های نوین (اینترنت، رایانه و موبایل) در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در صنعت ورزش ایران چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به ماهیت این پژوهش که به دنبال بررسی جایگاه فناوری‌های نوین (اینترنت، رایانه و موبایل) در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در ورزش بود، تحقیق حاضر از نوع کاربردی و با توجه به روش تحقیق از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی تشکیل می‌دادند ($N=460$). اطلاعات مربوط به این شرکت‌ها از طریق سایت رسمی وزارت صنایع، سایت رسمی وزارت بازرگانی و بانک اطلاعات ورزش ایران جمع‌آوری شد. از بین ۴۶۰ شرکت، تعداد ۱۶۹ شرکت، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق تصادفی بود. پرسش‌نامه محقق ساخته حاضر، از پرسش‌نامه خسروانی فرد (۱۳۹۱) برگرفته از پرسش‌نامه کارآفرینی هیسریچ و پیتز (۲۰۰۲) که پایایی (۰/۸۹) و روایی (۰/۸۵) آن مورد تأیید قرار گرفته بود استفاده شد. پرسش‌نامه حاضر شامل عوامل مرتبط با کارآفرینی در قالب

آزمون فرضیه اول تحقیق که به مقایسه نقش اینترنت، رایانه و موبایل در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در ورزش با نمره ملاک پرداخت در جدول دو ارائه شده است. نتایج آزمون این فرضیه نشان داد که اینترنت با میانگین ۳/۹۱، رایانه با میانگین ۳/۷۲ و موبایل با میانگین ۳/۴۳ با نمره ملاک سه دارای اختلاف معنا-داری بودند ($P < 0.05$). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هر سه فناوری مورد بررسی یعنی اینترنت، رایانه و موبایل در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه کارآفرینان نقش دارند که با توجه به میانگین‌های ذکر شده اینترنت در کل عوامل از همه بیشتر نقش داشته و رایانه و موبایل در رده‌های بعدی قرار داشتند.

یافته‌های تحقیق نشان داد که حدود (۱۴/۷٪) از شرکت‌های تولیدی کارشناس فناوری اطلاعات و ارتباطات دارند و بقیه فاقد کارشناس فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند. همچنین بررسی وضعیت استفاده از اینترنت در بخش تولیدی صنعت ورزش نشان داد که حدود (۶۷/۵٪) درصد از شرکت‌های تولیدی به اینترنت وصل و بقیه فاقد اینترنت می‌باشند. نوع ارتباط شرکت‌ها با اینترنت به این صورت بود که حدود ۸۰ شرکت تولیدی (۴۷/۳۳٪) از طریق ای دی اس ال (ADSL، ۴۹ شرکت ۲۸/۹۹٪) از طریق وایرلس (WIRELESS)، نه شرکت (۵/۳۲٪) از طریق کارت اینترنت و حدود ۳۱ شرکت (۱۸/۳۴٪) برای ارتباط با اینترنت از هر سه مورد استفاده می‌کردند. یافته‌های مربوط به

جدول ۲- داده‌های مربوط به آزمون تی تک نمونه‌ای

نمره ملاک = ۳					عامل	ردیف
t	Sig	Mean	Mean difference	df		
۱۳/۱۷	۰/۰۰۱	۳/۹۱	۰/۹۱	۱۶۸	اینترنت	۱
۹/۴۴	۰/۰۰۱	۳/۷۲	۰/۷۲	۱۶۸	رایانه	۲
۵/۲۴	۰/۰۰۱	۳/۴۳	۰/۴۳	۱۶۸	موبایل	۳

فرض کرویت، نشان داد که سطح معناداری آن کمتر از $P < 0.05$ می‌باشد. بنابراین از ضرایب تصحیح (اپسیلون) هاین فلت برای اصلاح درجه آزادی (df) استفاده شد.

یافته‌های مربوط به آزمون فرضیه دوم تحقیق که به مقایسه میانگین اجزای فناوری‌های نوین (اینترنت، رایانه و موبایل) در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در ورزش پرداخت در جدول سه ارائه شده است. جهت مقایسه میانگین‌ها، از آزمون آنالیز واریانس مکرر استفاده شد. جدول سه نتیجه آزمون آماری ماخلی برای آزمودن

جدول ۳- آزمون آماری ماخلی (Mauchly's Test of Sphericity)

اپسیلون				sig	Approx.chi-square	Mauchly's W	نتیجه موضوع آزمون
کران پایین	هاین فلت	گرین هوس گیزر	df				
۰/۵۰	۰/۸۱	۰/۸۰	۱۶۸	۰/۰۰۱	۳۳/۰۱	۰/۷۵	عامل درون بخشی

برای تعیین اختلاف دو به دو متغیرها یا به عبارت دیگر مقایسه زوجی متغیرها از آزمون تعقیبی بونفرونی (Bonferroni) استفاده شد. همان‌گونه که در جدول پنج نتایج آزمون بونفرونی مربوط به مقایسه فناوری‌های نوین مشاهده می‌کنید، نتایج مقایسه زوجی بین متغیرها نشان می‌دهد که بین اجزای فناوری-های نوین (اینترنت، رایانه و موبایل) اختلاف معناداری وجود دارد.

بنابراین بر اساس ضریب تصحیح هاین فلت جدول چهار ضریب یاد شده معنادار گشته است، لذا فرض اختلاف میانگین‌های عوامل، مورد تأیید قرار می‌گیرد در نتیجه می‌توان گفت بین اجزای فناوری‌های نوین (اینترنت، رایانه و موبایل) در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در ورزش اختلاف معناداری وجود دارد.

جدول ۴- جدول نتایج F

Sig	F	Mean square	Df	Source
۰/۰۰۱	۳۹/۷۹	۹/۲۲	۲	هاین فلت

جدول ۵- آزمون بونفرونی مربوط به مقایسه فناوری‌های نوین

نمره ملاک = ۳				عوامل	
Std.error	Sig	Mean difference	df		
۰/۰۴	۰/۰۰۱	۰/۲۲	۱۶۸	رایانه	اینترنت
۰/۰۶	۰/۰۰۱	۰/۵۰	۱۶۸	موبایل	
۰/۰۵	۰/۰۰۱	۰/۲۸	۱۶۸	موبایل	رایانه

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیقات مختلف کارآفرینی نشان می‌دهد تعداد محدودی در حوزه ورزش و اثرات فناوری‌های نوین تا کنون در کشور عزیزمان انجام شده است و ضرورت بررسی چنین پژوهش‌هایی به شدت احساس می‌شود، حتی در حوزه‌های عملیاتی، نقش فناوری‌های نوین و خلاء آن در ورزش کشور عزیزمان دیده شده است. از طرفی دیگر، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و نقش آن در بهبود وضعیت کارآفرینی بر کسی قابل چشم پوشی نبوده که می‌توان تحقیقات روتا و همکاران (۲۰۱۳) را که در پژوهشی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدیریت طرفداران ورزشی را مورد بررسی قرار داده‌اند، اشاره کرد. این تحقیق ارزش طرفداران را به‌عنوان ذی‌نفعان مربوطه در سازمان‌های ورزشی و همچنین به‌عنوان بازیکن کلیدی در خلق ارزش نشان داد یا پژوهش سیایی و سیمونی (۲۰۰۵) که به بررسی عوامل کلیدی موفقیت و توسعه صنعت کفش ورزشی ایتالیا پرداختند و نقش فناوری اطلاعات در تولید محصولات جدید را مؤثر می‌بیند، اشاره کرد. یکی از روش‌های دیگر پوشش این مسئله، بهره‌گیری از علوم عام است و از طریق این علوم می‌توان به ارائه راه حل‌ها جهت حل مشکلات اقدام کرد؛ به‌طور مثال مالهورترا و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی تحت عنوان چگونه تلفن همراه، رایانه و اینترنت می‌تواند کارآفرینی زنان را تسریع کند، این موضوع را بررسی کردند زیرا تعداد کاربران تلفن همراه در جهان از مرز پنج میلیارد نفر گذشته است، یعنی حدود سه چهارم مردم دنیا از این دستگاه کوچک و جادویی استفاده می‌کنند. در ۷۵ کشور جهان میزان نفوذ موبایل از جمعیت فراتر رفته است، یعنی به‌طور متوسط هر فرد بیش از یک موبایل دارد. شاید یکی از دلایل آن باشد که تلفن همراه دیگر فقط وسیله‌ای برای مکالمه نیست، بلکه دستگامی برای انجام انواع کارها و فعالیت‌ها مانند بازی کردن، آگاهی از وضعیت آب و هوا، یافتن مسیر راه‌ها،

دسترسی به رسانه‌های اجتماعی، شنیدن موسیقی، دیدن فیلم و همین‌طور خواندن اخبار است. نکته دیگر آن است که بیش از یک میلیارد نفر از صاحبان تلفن همراه از موبایل‌های هوشمند استفاده می‌کنند که در واقع رایانه‌هایی شخصی و کوچک هستند. امروزه بسیاری از تلفن‌های همراه امکان اتصال به اینترنت را دارند و استفاده از اینترنت همراه نیز روز به روز گسترده‌تر می‌شود. تلفن همراه دارای ویژگی‌هایی است که کمتر در فناوری‌های دیگر یافت می‌شود؛ از جمله این ویژگی‌ها شخصی بودن موبایل است. مردم اغلب به‌طور اشتراکی از اینترنت و رایانه استفاده می‌کنند، اما به‌ندرت موبایلشان را با شخص دیگری به اشتراک می‌گذارند. گوشی‌های موبایل امکان ارتباط با صدا یا متن را ممکن می‌کنند. علاوه بر آن، می‌توانید ویدئوها و تصاویری ایجاد کنید، ارسال کرده یا دریافت کنید و همچنین صدا ضبط کنید یا حتی کاغذی را اسکن کنید. موبایل رسانه‌ای سیار است و همیشه به مخاطب دسترسی دارید از آنجا که رایانه‌های شخصی و اینترنت برای دسترسی به افراد در حال حرکت مناسب نیستند، دسترسی به محتوا، در حال حرکت، نکته مهم تکنولوژی موبایل است. در مورد نقش فناوری اطلاعات در توسعه کسب‌وکار می‌توان گفت کسب‌وکار در دنیای فناوری اطلاعات و اینترنتی، قواعد و شاخص‌های رفتاری، اقتصادی و مدیریتی متنوع و پیچیده‌ای دارد و بر همین اساس آگاهی از فناوری اطلاعات مربوط به کسب‌وکار در دنیای امروزی، از دقت و ارزش خاصی برخوردار است، کسب‌وکار دیجیتالی، اقتصاد دیجیتالی، مدیریت دیجیتالی و اندیشه‌های دیجیتالی را نیاز دارد و این سه متغیر بدون دانش، تعلیم و استفاده از روحیه خلاق و کارآفرینی به ثمر نمی‌رسد. در پژوهشی دیگر هیلدا مورا (۲۰۱۲) به بررسی تأثیر مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینان آفریقای پراخت و به این نتیجه رسید که این مرکز باعث افزایش همکاری، تقسیم مهارت‌ها و دانش در بین کارآفرینان می‌شود.

بحران کار و بیکاری در ورزش و جامعه ایرانی و چنین بیماری در جامعه ورزش، دارویی چون کارآفرینی نمی‌خواهد. پژوهش مردانی (۱۳۸۸) به منظور بررسی تأثیر دوره‌های آموزشی فناوری اطلاعات و ارتباطات بر انگیزه و خلاقیت کارآفرینی اعضا هیئت علمی دانشگاه ارومیه انجام شد. گروه‌ها شامل یک گروه آزمایشی بود که از آزمودنی‌هایی تشکیل می‌شد که در کلاس‌های رایانه (دوره ICDL) شرکت داشتند و گروه دیگر گروه کنترل بودند و شامل آزمودنی‌هایی می‌شد که در کلاس‌های رایانه شرکت نداشتند. نتایج تحقیق نشان داد که دوره‌های آموزشی فناوری اطلاعات و ارتباطات بر انگیزه و خلاقیت کارآفرینی اساتید تأثیر نداشت و آن گروهی که در کلاس‌های رایانه شرکت نکرده بودند، دارای انگیزه و خلاقیت کارآفرینی بیشتری بودند که شاید بتوان چنین برداشت کرد که برنامه‌های رایانه‌ای ارائه شده پاسخگوی نیازهای کارآفرینی نمی‌باشد. همچنین از نتایج تحقیق چنین برمی‌آید که دوره‌های آموزشی فناوری اطلاعات و ارتباطات بر انگیزه و خلاقیت کارآفرینی زنان بیشتر از مردان تأثیر می‌گذارد. شریفیان و همکاران (۱۳۸۸) نیز به بررسی تبیین مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده‌های تربیت بدنی و ارتباط آن با انگیزه کارآفرینی دانشجویان پرداختند. یافته‌ها نشان داد که وضعیت فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده‌های تربیت بدنی در حد متوسطی است. به علاوه دانشجویان از سطح انگیزشی متوسطی برای کارآفرینی در آینده برخوردار هستند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان تربیت بدنی نیازمند افزایش دانش و مهارت‌های خود در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشند. همچنین با توجه به سیاست‌های یک دهه اخیر در زمینه کوچک شدن حجم دولت و خصوصی‌سازی، بازنگری و فرهنگ‌سازی در خصوص تغییر نگرش شغلی دانشجویان از کاربایی و استخدام شدن به کارآفرینی ضروری به نظر می‌رسد. عمادزاده و شهنازی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشتغال، با استفاده از یک الگوی اقتصاد خرد، در چارچوب ارزیابی عوامل مؤثر بر اشتغال و با یک مدل لگاریتمی، به بررسی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان اشتغال پرداختند. از این رو، مدل مورد بررسی با رهیافت Panel Data برای ۴۷ کشور (شامل ۲۲ عضو،^۱ OECD و ۲۵ کشور در حال توسعه)، طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۰ برآورد شده است. نتیجه، بیانگر اثر

مثبت و معنادار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر اشتغال است. همچنین کشش اشتغال نسبت به هزینه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات ۰/۱۱ بوده که نشان می‌دهد یک درصد افزایش در هزینه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، به مقدار ۰/۱۱ درصد اشتغال را افزایش می‌دهد. با توجه به نتیجه مقاله و این که ایران از سویی با مشکل بیکاری روبه‌روست و از سوی دیگر پتانسیل‌های بالقوه و ظرفیت‌های خالی بسیاری در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات دارد، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران اقتصادی کشور، توجه ویژه‌ای به فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله مطالعه مستمر وضعیت بازار کار فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران و شناسایی کمیت و کیفیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کشور در بخش‌های دولتی و خصوصی در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات و برنامه‌ریزی راهبردی به منظور تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کشور در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات، داشته باشند. از طرفی عربیون و همکاران در سال (۱۳۹۴) نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی و اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان را در مقاله‌ای مورد بررسی قرار داد. هدف از نگارش این مقاله تأکید بر نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های معضل بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در جوامع بود که بخش عظیمی از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی علی‌رغم برخورداری از استعداد و انرژی کافی همچنان از مشکل بیکاری رنج می‌برند. اخباری (۱۳۸۲) نیز در مقاله خود به بررسی تأثیر گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و به‌طور دقیق‌تر تأثیر گسترش اینترنت بر روی انطباق شغلی و همچنین نرخ بیکاری اصطلاحاً پرداخته‌اند. در این مقاله، با توجه به عمر کوتاه این فعالیت نو پا، تجربه دو کشور ایالات متحده و انگلستان، که در این عرصه‌ها پیش‌تازند، مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس این تحقیق، سایت‌های شغلی و سایر ارتباطات اینترنتی بازار کار، باید کارایی انطباق کارگران به مشاغل را افزایش دهند. دلیل این امر، امکان‌پذیر شدن تشکیل جلسات اولیه بیشتر، بین کارگران و کارفرمایان و یا امکان غربال کردن اینترنتی داوطلبان عنوان شده است. طبق این مقاله سایت‌های مربوط به جستجوی شغل در اینترنت، از طریق کاهش هزینه مبادلاتی، تصفیه سریع‌تر بازار کار و انطباق بهتر کارگران و مشاغل خالی سبب افزایش کارایی اقتصاد می‌شوند. در نهایت چنین نتیجه‌گیری شده است، که قوی‌ترین پیش‌بینی درباره اثر اقتصاد کلان اینترنت که به وسیله‌ای برای

۱. کشورهای عضو شورای همکاری‌های اقتصادی

از طریق رایانه امکان‌پذیر شود، همچنین بورگس و همکاران^۲ (۲۰۰۹) به بررسی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فضای کسب‌وکار از منظر جهت دهی به واحدهای خورده فروشی در فرایند بازار پرداختند و مشاهده شد که استفاده از قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت محسوس باعث تغییر در رویکرد بازاری واحدها می‌شود. از طرفی اوبارا و همکارانش^۳ (۲۰۰۸) در مطالعه کسب‌وکارهای کوچک در کشور اوگاندا دریافتند که یکی از علل عقب‌ماندگی و عدم پیشرفت این کسب‌وکارها عدم مهارت افراد در استفاده از فناوری‌های جدید و نبود سیستم‌های یکپارچه اطلاعاتی برای کسب‌وکار می‌باشد که اطلاعات لازم را در مورد فعالیت‌های کسب‌وکار فراهم نماید. پژوهش لی و همکاران^۴ (۲۰۰۸) که در مطالعه خود به بررسی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فضای کسب‌وکار از منظر زنجیره تأمین در (۱۸۲) کشور پرداختند نشان داد که کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشورهای مورد مطالعه به صورت مستقیم بر عملکرد زنجیره تأمین (به تنهایی) تأثیر نداشته‌اند. همچنین نتایج تحقیق مارتین و همکارانش^۵ (۲۰۰۵) که به بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه کارآفرینی و نوآوری خانم‌ها در مؤسسات کوچک تجاری پرداخته بودند حاکی از آن بود که مؤسسات مورد مطالعه از تماس‌های الکترونیک و فناوری اطلاعات تحت شبکه برای جمع‌آوری اطلاعات و کسب مشتریان به خوبی استفاده می‌کنند. این محققان نشان دادند که در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات بحث در مورد جنسیت کاربران برای کارآفرینی و نوآوری بی‌معنا است و این حوزه هیچ گونه محدودیت جنسیتی برای کاربران ایجاد نمی‌کند تا در آن مردان بهتر از زنان خود را نمایش دهند. از طرفی تامسون^۶ (۲۰۰۴) بر این باور است مردمی که کسب‌وکارهای جدیدی را راه اندازی می‌کنند دارای درجات متفاوت استعداد کارآفرینی و ویژگی‌های فردی هستند. همان گونه که رهبران و کارآفرینان در سازمان‌های بزرگ، دارای استراتژی‌های ویژه‌ای می‌باشند، کارآفرینان کوچک نیز باید دارای برنامه‌هایی برای مواجهه با تغییرات سریع محیط پویای پیرامون خود باشند. این موضوعات می‌تواند معرف شش ویژگی کلیدی کارآفرینان باشد که به صورت ذاتی، این رفتارها از آن‌ها سر می‌زند. فناوری و تکنیک‌ها می‌توانند به کارآفرینان کمک کنند ولی آن‌ها نمی‌توانند به تنهایی،

کارایی و استخدام تبدیل شده، این است که انطباق‌های بهتر در بازار کار خواهد شد، اما از آن جا که هزینه جستجو کاهش یافته است و حتی کارگران شاغل نیز تمایل به جستجوی مشاغل جدید پیدا می‌کنند، در نتیجه، تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر نرخ بیکاری اصطلاحاً، نامشخص است. لای و چن^۱ (۲۰۰۹) در مطالعه خود به صورت خاص به نقش و تأثیر کسب‌وکار الکترونیکی بر بهبود و ارتقای کارایی و رقابت‌پذیری فضای کسب‌وکار از محل خلق فرصت‌های شغلی مکمل برای افراد پرداخته‌اند. این تحقیق در قالب مطالعه میدانی در شش شرکت بزرگ تولیدکننده در کشور تایوان انجام شده که اثر مثبت توسعه کسب‌وکار الکترونیکی (استفاده از رایانه) بر فضای کسب‌وکار به اثبات رسیده است. از آنجا که کامپیوتر وسیله‌ای الکترومکانیکی است که با توجه به نیاز انسان قابل برنامه‌ریزی می‌باشد و توانایی انجام محاسبه و نگهداری نتایج محاسبه را در اختیار دارد. تقریباً اکثر کارهایی را که اکنون کامپیوتر انجام می‌دهد قبلاً توسط انسان انجام می‌شده است و هنوز در بسیاری از قسمت‌ها این کارها توسط انسان انجام می‌گیرد. اما استفاده از کامپیوتر در مقایسه با انسان مزایای بسیار زیادی دارد که باعث شده است به تدریج انجام امور مختلف به کامپیوتر واگذار شود و اصطلاحاً کارها به صورت مکانیزه انجام گیرد. استفاده از کامپیوتر در مقایسه با انسان دارای مزیت‌هایی است که تقریباً تمام کاربران کامپیوتر با آن‌ها سروکار دارند. مزیت اول سرعت بالای رایانه در انجام محاسبات و اجرای دستورات است. مورد دوم دقت بالای کامپیوتر در اجرای دستورات است به گونه‌ای که در کار کامپیوتر هیچ گونه خطا و اشتباهی وجود ندارد. ظرفیت بالای کامپیوتر در ذخیره سازی اطلاعات و نتایج و همچنین عدم فراموشی آن‌ها از مزیت دیگر این فناوری است. فناوری اطلاعات و ارتباطات با ظهور رایانه، نرم‌افزار و توسعه شبکه‌های ارتباطی با سیم و بی‌سیم شکل گرفته بنابراین شناخت و عادت به این فناوری مستلزم کسب اطلاعات، تمرین و گذشت زمان بیشتر است. در صورت استفاده از کامپیوتر کمیت و کیفیت بالا رفته و هزینه‌ها و زمان تولید به‌طور چشمگیری کاهش می‌یابد. کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سبب شده است تا محیط آموزشی به سوی مجازی شدن سوق پیدا کند. این امر سبب می‌شود تا ارتباطات میان افراد به منظور آموزش و گسترش دانش به گونه‌ای فزاینده

4. Li & et al
5. Martin & et al
6. Thompson

1. Lai & Chen
2. Borges & et al
3. Obura et al

فقدان برخی از ویژگی‌هایی را که کارآفرین باید داشته باشد، جبران کنند. بدون ویژگی‌های کارآفرینانه، نرخ ماندگاری و رشد کارآفرینان، پایین است. بررسی تحقیقات انجام شده در داخل و خارج از کشور حاکی از آن بود که کشورها با استفاده از قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات هر چه بیشتر در بازار جهانی ادغام و از آن بهره‌مند شده‌اند. جایگاه فناوری به این صورت بود که تلفن همراه بالاترین جایگاه و مطالعه کتاب‌های الکترونیکی پایین‌ترین جایگاه را دارد. برنامه‌های رایانه‌ای ارائه شده پاسخگوی نیازهای کارآفرینی نمی‌باشد و دوره‌های آموزشی فناوری اطلاعات و ارتباطات بر انگیزه و خلاقیت کارآفرینی زنان بیشتر از مردان تأثیر می‌گذارد. وضعیت فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده‌های تربیت بدنی در حد متوسطی است، بنابراین دانشجویان تربیت بدنی نیازمند افزایش دانش و مهارت‌های خود در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشند. استفاده از قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت محسوسی باعث تغییر در رویکرد بازاری واحد می‌شود. فناوری اطلاعات و در رأس آن اینترنت، شرایطی تازه را پدید آورده است که در آن، تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان، فروشندگان و مشتریان و تقریباً همه عوامل دست‌اندرکار یک چرخه اقتصادی، قادرند در فضای مجازی مشترک با یکدیگر در ارتباط باشند و به تبادل اطلاعات، خدمات، محصولات و پول بپردازند. اینترنت، تئوری‌ها و نظریات جدیدی را به میان آورده است که یکی از آن‌ها «اشتغال پیوسته» است. در این نوع اشتغال، فرد شاغل کار خود را با استفاده از امکانات رایانه‌ای انجام می‌دهد و حاصل کار را (که می‌تواند محصولی مانند یک نرم‌افزار و یا خدمتی نظیر کاوش باشد) از طریق اینترنت در اختیار کارفرما یا مشتریان قرار می‌دهد. جالب‌تر اینکه دریافت دستمزد یا پرداخت مبالغ نیز با استفاده از اینترنت و از طریق مجاری اعتباری اینترنتی نظیر حساب‌های اینترنتی و کارت‌های اعتباری صورت می‌گیرد. مجموعه این فعالیت‌ها و تعاملات در قالب آنچه که امروزه تجارت الکترونیک نامیده می‌شود، قابل بررسی است. به نظر می‌رسد اینترنت نقشی پیش‌برنده در حوزه کارآفرینی داشته و با توجه به نقشی که در کاهش هزینه‌ها خصوصاً در حوزه بازاریابی، همه مکانی و همه زمانی کردن دسترسی به محصولات و خدمات دارد، عاملی مهم جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید به شمار می‌رود. کارآفرینان علاوه بر دسترسی به اینترنت و استفاده از منابع اطلاعاتی غنی آن می‌توانند کسب‌وکار خود را از طریق اینترنت معرفی و تبلیغات فروش و بازاریابی محصولات خود را از طریق این رسانه سامان

دهند و همچنین برای تبلیغ کردن نیازی به هزینه‌های سنگین برای چاپ کاتالوگ‌ها و توزیع آن‌ها در سطح وسیع ندارند، هر آنچه را می‌خواهند با یک لینک ساده در معرض دید و آگاهی کاربر قرار می‌دهند. اگر چه ما روز به روز با فناوری‌های جدید آشنا می‌شویم که ضمن رفع محدودیت فناوری ماقبل خود، امکانات جدیدی را نیز در اختیار قرار می‌دهند اما به جز راحتی، مشتری و کاربر این امکان را دارد که در فضای گسترده اینترنت به جستجو و کسب اطلاعات بپردازد و خود با کسب این داده‌ها به صورت کارشناسی تمام‌عیار تصمیم بگیرد. در اینجا مشتری خدمات سایت‌های دیگر را نیز مشاهده می‌کند و آن‌ها را با هم مقایسه می‌کند و می‌سجد تا بهترین تصمیم را اتخاذ کند. حالتی که در دنیای واقعی با مشکلات و محدودیت‌های فراوانی روبه‌رو خواهد بود. از طرفی دیگر اینترنت امکانی را فراهم می‌آورد که دیگر مشتری لازم نیست با فروشندگان یا ارائه‌کنندگان خدمات مستقیماً گفتگو کند. استفاده از خدمات آنلاین نسبت به مورد فیزیکی و حضوری آن دارای راحتی محسوسی برای کاربر است. اینکه کاربران با محدودیت زمانی و مکانی خاصی روبه‌رو نیستند یکی از بهترین ترجیحات استفاده از اینترنت است. آوردگاه مهم و اصلی اینترنت امروز به صحنه تجارت، اقتصاد و کارآفرینی کشانده شده است. بنابراین شرکت‌های تولیدی برای حفظ جایگاه خود باید مهارت کافی در استفاده از این فناوری را به دست آورند و خود را با این پدیده گسترده و همه‌جانبه هماهنگ سازند در غیر این صورت به سرعت از عرصه تجارت حذف خواهند شد و برعکس آنهایی که خود را با این پدیده منطبق کنند می‌توانند در این رقابت فشرده پیروز باشند. بر این اساس، اهمیت نقش بسط‌سازی کارآفرینی و وظیفه دولت مشخص می‌شود. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات که همان شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی می‌باشد را توسعه دهد و تقویت کند و امکان دسترسی آسان همگان به این شبکه‌ها را فراهم نماید. ضمن اینکه باید فرهنگ استفاده از شبکه‌ها را ایجاد کرده و گسترش دهد و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا نماید. پیشرفت‌های علمی در زمینه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، نقش به‌سزایی در جامعه و مدیریت ورزش (کل صنعت ورزش) ایفا می‌کند. بنابراین، چالش در کسب مهارت، برای به‌کارگیری فناوری با تکیه بر نیاز آدمی به تعامل با زندگی مردم و درک اینکه چگونه ورزش می‌تواند این برهمکنش را تسهیل کند، همراه است. در عصر کنونی گسترش رابطه بین ورزش و اقتصاد سبب شده است تا ورزش به حوزه صنعتی بزرگی تبدیل شود، روندی که در تمام

ملی و از پردرآمدترین صنایع در قرن حاضر به شمار می‌رود. بنابراین با توجه به اهمیت این صنعت، نیاز است که زمینه‌های لازم جهت پیشرفت و توسعه این صنعت را در کشور فراهم آوریم.

References

1. Adhami, E. (2006). Study of entrepreneurship characteristics of senior managers of food industry in Isfahan. Master's Degree in Marketing Management, Marketing Trend, Secretariat of the Entrepreneurship Development Plan at the universities of the country. (Persian)
2. Akbari, H. (2005). An Investigation of Organizational Entrepreneurship Barriers in North Wood Industry Co. Master's Degree in Public Administration at Tarbiat Modares University, Faculty of Humanities. (Persian)
3. Akhbari, M. (2003). Institutions, Governance, Privatization and Employment. Proceedings of the two-day conference. The Study of the Effects of the Components of Management and Economics on Employment, Tehran, Publishing Department, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Tehran South Branch. (Persian)
4. Akhtar Mohagheghi, M. (2006). Internet Sociology. Tehran: Publisher Mehdi Akhtar Mohagheghi. (Persian)
5. Ali Ahmad, M., & Shoorestani, H. (2004). Information Banking Characteristics in R & D of Knowledge Board, Iranian Journal of Information Processing and Management, 11 (1), 59-62. (Persian)
http://jipm.irandoc.ac.ir/files/site1/modern01/header_right_en.png.
6. Arabion, A; Jamayran, A & Najji, B. (2015). The Role of Information Technology in Entrepreneurship and the Creation of Academic Graduates, International Conference on Modern Orientations in Management, Economics and Accounting, Tabriz, Industrial Management Agency, East Azarbaijan Representative. (Persian)
https://www.civilica.com/Paper-NDMCONFT01-NDMCONFT01_111.html.
7. Azizi, N. (2004). Employment and Higher Education: Strategies for Linking Higher Education to Market-Oriented Needs. Journal of Research and Planning in Higher Education, 32 (Issue 1-2), 197-171. (Persian)
8. Badri Azarin, Y. (2004). Solutions for the establishment of sports therapeutic centers. Entrepreneurship Center of Tabriz University, Editorial Board of Karad Project. (Persian)
9. Barghi e; Mousavi, & Mousavi-zadeh, Mir M. (2011). Study of application of ICT as innovation in Isfahan University based on interest-based acceptance pattern. Journal of Library and Information Science, 83-104. (Persian)
10. Borges, M., Hoppen, N., & Luce, F. B. (2009). Information technology impact on market orientation in e-Business. Journal of Business Research, (62), 883-890 .
11. Ciappei, C., & Simoni, CH. (2005). Drivers of new product success in the Italian sport shoe cluster of Montebello. Journal of Fashion Marketing and Managemen: An International Journal, (9)1, 20 – 42.
12. Dika, A. & Hamiti, M. (2011). Challenges of implementing the ethics

through the use of information technologies in the university. *Procedia social and behavioral sciences* (15): 1110-1114.

13. Ehsani, M., & Sharifian, I., & KoozeChian, H., & Khodadad hosseini, H. (2011). The components of ICT on motivation for entrepreneurship students of the schools of physical education and its relationship with Iran. *Research on Sport Sciences*, 28,13- 32. (Persian)

14. Emadzadeh, M. Shahnazi, R. Babaky, R & Mohammadzadeh, A. (2008). The Effect of Information and Communication Technology on Employment (Case Study with Panel Data Approach), *Two Journal of Economic Research and Research*, 197-221. (Persian)

15. Fathihan, M & Mahdavi Noor, S.H. (2008). *Basics and Information Technology Management*. Science and Technology Publishing House. (Persian)

16. Foroghi-pour, H, Mozaffari, S. A.A & Ashraf Ganjavi, F. (2007). Evaluation and introduction of the most important priorities of entrepreneurship in sport from the viewpoint of sports practitioners in the country. *Research in Sport Sciences*, 58-89. (Persian)

17. Hismanoglu, M. (2011). The integration of information and communication technology into current ELT coursebooks: a critical analysis. *Procedia social and behavioral sciences*, 37 -45.

18. strich, R.D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. New York, Mc Graw Hill.

19. Honari, H., & Mondalizadeh, Z. (2014). Defining and developing entrepreneurship within the mission statement of the views of experts in the sport of athletics. *Applied Research in Sport Management*, (2) 2, 49-60. (Persian)

20. Hosseini ,M. Karimi, J. Zardoshtian, SH. (2017). The Relation of Information, Communication Technology with Organizational Entrepreneurship and Change Management from the Viewpoints of Employees of the Offices of Sport and Youthin in Kermanshah Province. *Communication Management in Sports Media*. 4th Year; (16)4, 35-42. (Persian)

21. Irvine .Wilson, Anderson .Alistair R. (2008). ICT (information communication technology), peripherality and smaller hospitality businesses in Scotland. *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*; Volume: 14 Issue: 4; Research paper.

22. Jafarzadeh Zarandi, M. (2013). The Role of New Technologies (Internet, Computer and Mobile) in Developing Entrepreneurship Opportunities in Sport. Master's Thesis, Islamic Azad University, Kerman Science Research Branch. (Persian)

23. Jafarzadeh Zarandi, M. (2018). Presentation of agility model based on information technology in sport and youth departments of the country. PhD Thesis, Islamic Azad University of Kerman. Not printed. (Persian)

24. Jafarzadeh Zarandi, M., Razaghi, M., Sharifian E. (2014). Evaluation of Reliability and Validity of Questionnaire about Technology System in the Expansion of the Entrepreneurship. *Communication Management in Sports Media.*; (6)2, 49-58. (Persian)

25. Jafarzadeh Zarandi, M., Razaghi, M., Sharifian E. (2016). Evaluation of Reliability and Validity of Iranian Questionnaire about Technology System in the Expansion of the Entrepreneurship in Sport, *Pamukkale Journal of sport Sciences*. 7 (3), 1-13. (Persian)

26. Jafarzadeh Zarandi, M., Sharifian E.,Gahreman Tabrizi, K. (2013). The role of

computer in development of sports companies in Iran, *International Journal of Sport Studies.*, 3 (7), 817-821. (Persian)

27. Jalilvand J, Sharifian E. (2016). Information technology and Information management system in sport, (In Persian). Second National Conference Physical Education and sport; Chabahar: International University of Chabahar. (Persian)

28. Javid, M, Asadi, H; Goodarzi M & Mohammadi Turkmani E (2012). The role of the Internet and new media in the marketing of sport tourism. *Applied Research on Life Sciences Management in Sport*, 3, 49-43. (Persian)

29. Lai, J., & Chen, W. (2009). Measuring e-Business dependability: The employee perspective. *The Journal of Systems and Software*, (82), 1046-1055.

30. Li, G., & Yang, H., Sun, L., & Sohal, A. S. (2008). The impact of IT implementation on supply chain integration and performance. *International Journal of Production Economics*, forthcoming.

31. Malhotra, A., kanesathasan, A., & Patel, P. (2012). How mobile phones, Computer and internet can catalyze women's entrepreneurship (case study India), International center for research on women.

32. Mantle, P. (2006). The massive impact of IT on accounting firms. *The accounting bulletin*. 24 (7): 4-5.

33. Martin, Lynn. M, Wright. Len, Tiu. (2005). No gender in cyberspace? Empowering entrepreneurship and innovation in female-run ICT small firms. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*; (2)11; Research paper.

34. Mehedoshi, M & Safarian Nejad, M. (2004). E-commerce Web Sites in Iran: Strategies and Models, *Quarterly Journal of Commerce Research*. (Persian)

35. Mondalizadeh, Z & Honary, H. (2010). Investigating the Factors Affecting Entrepreneurship in Sports: As Interdisciplinary Fields. *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities*, 113-136. (Persian)

36. Montazar, Gh. A. (2002). Future-oriented IT development in the educational system of the country. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, Eighth Years, 25, 116-97. (Persian)

37. Moraa, H. (2012). The Impact Of Ict Hubs On African Entrepreneurs, *iHub-Reaserch*, Kenya.

38. Mousavi, S.M. (2001). The role of entrepreneurship in industrial and economic development. *Journal of Research*, No. 29. (Persian)

39. Nakhaee, K; Nekhai, H, Nakhi, F & Yousefi, F. (2011). Influence of Information and Communication Technology on Entrepreneurship Creativity. *Strategic Quarterly of Education*, 56-53. (Persian)

40. Ndubisi N.O. .Kahraman C. (2005). Malaysian women entrepreneurs: understanding the ICT usage behaviors and drivers. *Journal of Enterprise Information Management*; (6)18; Research.

41. Obura. Constant Okello, Minishi-Majanja. M.K, Ikoja-Odongo. J.R. (2008). Business activities and information needs of SMEs in northern Uganda: Prerequisites for an information system, *Library Management*; (4.5)29 ,Research paper.

42. Park, H.W. (2003). Hyperlink network Analysis, *Royal Netherlands Academy of Arts & Sicences (KNAW) Amsterdam*, the Netherlands. *Connections*, (1)25, 49-61.

43. Rajai, F. (2001). The phenomenon of globalization, human condition and information civilization. Translation by Abdolhossein Azarang, Tehran: Aqa Publication. (Persian)
44. Razaghi, M.E. (2014). To identify and explain the barriers to application of information technology (IT) in physical education course in schools (Case Study). Pamukkale Journal of Sport Sciences, (2) 5. (Persian)
45. Rezaei, B & Numan Moussa, S. (2015). Entrepreneurship in the field of Information and Communication Technology, International Business Conference: Opportunities and Challenges, Rasht, Technical University, Mirzakocheh Mona Sara, https://www.civilica.com/Paper-ICBOCH01-ICBOCH01_098.html. (Persian)
46. Ruta, D., Imperatori, B., & Cavenaghi, J. (2013). The effect of ICT on sport fan management, IGI Global, 243.
47. Salimi, AS, Jokar, B & Nikpour, R. (2009). Internet connection in life: The role of perceived social support and loneliness in using the Internet. Tehran: Alzahra University Faculty of Education Sciences and Psychology. (Persian)
48. Sharifian, E. Ehsani, M, Kozhechian, H & Khodadad Hosseini, S H. (2009). explaining the components of ICT in physical education faculties and its relationship with student entrepreneurship motivation, the book on the development of human resource development in sport, 19-20. (Persian)
49. Sport Entrepreneurship. (2005). <http://www.electroniccampus.org/students/scripts/courses/coursedetail>.
50. Sreelata, J. (2011). Revenue generation in the information era: Opportunities and challenges, Marketing. Indian Institute of Management Bangalore, India.
51. Stanescu M, Stoicescu M, Ciolca C. (2011). Computer use in Physical Education and Sport Teaching. The 7th International Scientific Conference e-learning and software for education Bucharest. Romania
52. Thompson .John L. (2004). The facets of the entrepreneur: identifying entrepreneurial potential .Management Decision; (2)42; 2004 Conceptual Paper.
53. Thurik, R & Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. Journal of Small Business and Enterprise Development, (11)1, Research Paper.
54. Venkatesh, V, Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. Management Science.46, (2). 186-204.
55. Wenhong, C. (2006). The impact of internet use on transnational entrepreneurship, 4th Coming in new technologies in global societies.
56. Yadollahi Farsi, J. (2008). Entrepreneurship in the sport of the country. National Conference on Sport Management with an emphasis on the 20-year vision of the Islamic Republic of Iran, the National Olympic and Paralympic Academy. (Persian)