

The role of inspiration in the decision to exploit entrepreneurial opportunities in sports businesses

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

.....18 March 2022

Received in revised form:

.....10 June 2022

Accepted:

.....16 June 2022

Published online:

.....25 June 2022

Keywords:

*Entrepreneurship in sports,
entrepreneurial
inspiration,
opportunity
exploitation,
Intuition, sports
business.*

ABSTRACT

Introduction: As the competition in sports businesses becomes more complex, time and information have become important in decision making. Thus, intuition can be the best option for entrepreneurs. So, this research seeks to find the role of inspiration in deciding to exploit entrepreneurial opportunities.

Methods: This research is mixed method, developmental-applicative goal, and strategy, it is meta-analysis in the review section and Delphi and thematic analysis in the qualitative section.

Results: In the first step, 42 indicators were identified from the 26 articles, in the second step, 29 indicators were extracted by theme analysis and 23 indicators were confirmed by the Delphi method. In the third step, 40 themes from the lived experience of 6 sports entrepreneur leaders were identified by the research narrative method, the reliability of coding was confirmed by the Holstein reliability coefficient method, and finally, after the combination and integration of the triple steps, 63 indicators were identified, which fit and validity 61 indicators in the form of 10 dimensions were confirmed using t-test and the four criteria of adaptation, comprehensibility, generalization and control.

Conclusion: According to the findings, entrepreneurial inspiration by creating eight roles of intelligence capabilities, improving decision-making, entrepreneurial intention, improving entrepreneurial attitude, facilitating business, strengthening the spirit and personality of the entrepreneur, recognizing the opportunity and the effectiveness of the opportunity in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities, and by focusing on the dimensions of uncertainty and decision-making Rationality plays a negative role in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities.

Cite this article: (2023). The role of inspiration in the decision to exploit entrepreneurial opportunities in sports businesses. *Sport Management Journal*, 56 (1), 1-20. DOI: <http://doi.org/000000000000000000>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

Extended Abstract

Introduction

Although few studies have been conducted in the field of intuitive decision-making, there is a vast research gap in decision-making based on inspiration. Thus, to decide to exploit entrepreneurial opportunities based on mental and intuitive inspirations in entrepreneurs, it seems necessary that according to the existing research gap, this research has examined the role of inspiration in the decision to exploit entrepreneurial opportunities in sports businesses.

Methods

This research is mixed method, developmental-applicative goal, single-section time horizon, and strategy, it is meta-analytical in review section and Delphi and thematic analysis in qualitative section. In this research, both library and field methods were used to collect the information needed for the research. Also to reviewing the literature related to the exploitation of opportunities in sports businesses (method of collecting

Conclusion

Based on the findings, entrepreneurial inspiration by creating eight roles and the general ability of intelligence, improving decision-making, entrepreneurial intention, improving entrepreneurial attitude, facilitating business, strengthening the spirit and personality of the entrepreneur, recognizing the opportunity and the effectiveness of the opportunity in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities, and by focusing on the dimensions of uncertainty and Irrational decision-making has a negative role in the decision to take advantage of entrepreneurial opportunities. To, considering that entrepreneurs generally do not have access to a wide field of information, it is suggested to strengthen their mental and cognitive abilities; Because this work helps them to use innovative solutions based on mental processing of information instead of logical analyzes and calculations, and by differentiating alternative solutions and recombining them with each other into a comprehensive decision-making solution. achieve satisfactory results.

Keywords

Entrepreneurship in sports, entrepreneurial inspiration, opportunity exploitation, sports business.

Ethical Considerations

information in the form of a library and meta-analysis of previous studies), semi-structured interviews with experts and analysis using the Delphi method to identify the dimensions of the impact of entrepreneurial inspiration in the exploitation of opportunities and analysis of leaders' narratives Entrepreneurs were used in this relationship and analysis by thematic method.

Results

In the first step, 42 indicators were identified from the 26 articles, in the second step, 29 indicators were extracted by theme analysis and 23 indicators were confirmed by the Delphi method. and in the third step, 40 themes from the lived experience of 6 sports entrepreneur leaders were identified by the research narrative method, the reliability of coding was confirmed by the Holstein reliability coefficient method, and finally, after the combination and integration of the triple steps, 63 indicators were identified, which fit and validity 61 indicators in the form of 10 dimensions were confirmed using t-test and the four criteria of adaptation, comprehensibility, generalization and control.

Compliance with ethical guidelines:

This study complies with ethical guidelines, and in this regard, the following points were observed:

1. A letter of introduction and written permission were obtained from the esteemed research vice-chancellor of the university.
2. Information about the participants in the research was kept confidential.
3. There was no potential threat or danger to the participants of this study.
4. The participation of all people in this study was completely according to their consent, and personal consent was obtained from the participants.
5. Trustworthiness and integrity were observed while collecting data, analyzing data, and reviewing sources.
6. Names of people (students, supervisors, and advisors) were included in all the products of this research project (articles to be published in journals or presented at conferences).

Funding:

No organization or individual financially supported this study, and all the financial resources were borne by the authors.

Authors' contribution:

All authors discussed the results and contributed to the final manuscript.

Conflict of interest:

This article is extracted from the Ph. D thesis; therefore, it is original, and all authors announce that there is no conflict of interests.

Acknowledgments:

Since this article is extracted from a doctoral thesis, I am grateful to all the professors who helped me with the writing, judging, and correcting processes of this article.



مدیریت ورزشی



نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: با پیچیده‌تر شدن رقابت در کسب‌وکارهای ورزشی، زمان و اطلاعات در تصمیم‌گیری اهمیت زیادی یافته اند در این ارتباط شهود می‌تواند برای کارآفرینان بهترین گزینه باشد از اینرو این پژوهش بدنبال یافتن نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه است.
تاریخ دریافت: 1400/10/20	روش پژوهش: این پژوهش از نظر روش آمیخته، از نظر هدف توسعه‌ای- کاربردی و از نظر استراتژی در بخش مروری فراتحلیل و در بخش کیفی دلفی و تحلیل تماتیک است.
تاریخ بازنگری: 1400/11/25	یافته ها: در گام اول با فراترکیب پیشینه از تعداد 26 مقاله 42 شاخص شناسایی شد در گام دوم در مصاحبه با خبرگان دانشگاهی تعداد 29 شاخص به روش تحلیل تم استخراج و به روش دلفی تعداد 23 شاخص تایید شدند که روایی به روش لاوشه و پایایی با آلفای کرونباخ بررسی شد و در گام سوم 40 مضمون از تجربه زیسته 6 نفر از رهبران کارآفرین ورزشی به روش روایت پژوهشی شناسایی شد که پایایی کدگذاری به روش ضریب پایایی هولستی تایید شد که نهایتاً بعد از ترکیب و ادغام مراحل سه گانه 63 شاخص شناسایی شدند که تناسب و اعتبار 61 شاخص در قالب 10 بُعد با استفاده از آزمون t و معیارهای چهارگانه تطبیق، قابلیت فهم، قابلیت تعمیم و کنترل تایید شد.
تاریخ پذیرش: 1400/11/28	نتیجه گیری: بر اساس یافته‌ها الهام‌کارآفرینانه با ایجاد هشت نقش قابلیت‌های هوشمندی، بهبود تصمیم‌گیری، قصدکارآفرینی، بهبود نگرش کارآفرینانه، تسهیل کسب‌وکار، تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین، تشخیص فرصت و اثربخشی فرصت در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش مثبت و با کانونی کردن ابعاد عدم اطمینان و تصمیم‌گیری غیر منطقی در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش منفی دارد.
تاریخ انتشار: 1401/1/25	
کلیدواژه‌ها: کارآفرینی در ورزش، الهام‌کارآفرینانه، بهره‌برداری از فرصت، شهود، کسب‌وکار ورزشی.	

استناد: (1402). نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی. نشریه مدیریت ورزشی، 2 (4)،

1-20.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید فعالیت‌های اقتصادی است. کارآفرینان باید فرصت‌های ارزشمند را جستجو و استفاده کنند، آنها باید در شرایط سخت، مبهم و عدم اطمینان و در محیط‌های پرفشار بتوانند به سرعت تصمیم‌گیری کنند، آنها باید نسبت به دیگر کارکنان، بیشتر و سخت‌تر کار کنند و باید دارای مهارت‌ها، دانش‌ها و توانایی‌های مختلف باشند (صابرین و انیس، 2018). با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی اجتماعی بهره‌گیرند (تپه‌رشی و همکاران، 1396). محتوای کارآفرینی بایستی براساس ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب در حیطه ورزش و کسب‌وکارهای ورزشی باشد (عبده زاده و همکاران، 1400). توسعه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند عملکرد آنها را به طور چشمگیری بهبود بخشد (عاشوری و همکاران، 1400). بهره‌برداری از فرصت کارآفرینانه، فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینی برای انتخاب، ساخت منابع کارآفرینانه موردنیاز، خطمشی و خلق ارزش است (احمدی و همکاران، 1397).

شرایط محیطی پیچیده امروز که نیروهای زیادی در آن دخالت دارند و عدم قطعیت‌ها¹ بسیار زیاد است، سبب می‌گردد تا تصمیم‌ها برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بسیار مخاطره‌آمیز و نامطمئن باشند (چریک، چریک و چادوری²، 2020). این مسئله درکشورمان ایران ملموس است چراکه با افزایش فشارهای بین‌المللی، تحریم‌های اقتصادی و عدم مدیریت مطلوب کلان اقتصادی ریسک مدیریتی در کسب‌وکارهای در سطح تصمیم‌گیری بالاست (شرفی زاده، عباسی و محرابی، 1401). تصمیم‌گیری وقتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که محیط پرتلاطم و دارای ابهام باشد و عدم قطعیت در مورد شرایط تصمیم و نتایج آن نیز وجود داشته باشد (اورسولد و دنی³، 2022). محیط‌های کسب و کار نوآورانه بسیار غیرقابل پیش‌بینی و متلاطم هستند. به همین جهت اغلب مدیران در تصمیم‌گیری دچار خطا می‌شوند. یکی از مهمترین علل این امر را می‌توان نادیده گرفتن "فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان"⁴ و عدم کارآیی رویکرد غایتگرا در تبیین فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان جهت بهره‌برداری از فرصت کسب و کار، دانست (مک مولان⁵، 2015). لزوماً همه فرصت‌ها به ایجاد سازمان و کسب‌وکار منجر نخواهند شد، بلکه ممکن است فرصت‌هایی که در خارج از محدوده این نظریه قرار دارند نیز منجر به ایجاد سازمان و کسب‌وکار گردند. این فرایندها به نوبه خود وابسته به ماهیت فرصت، ماهیت کارآفرین و زمینه تصمیم‌گیری هستند (نامجو و همکاران، 1401). بنابراین، فرض دانش چه به صورت کامل و مطلق و چه به صورت ضمنی، پیرامون واقعیت‌های عینی در مسیرهای از پیش تعیین شده جهت دستیابی به اهداف معین وجود ندارد و این کارآفرین است که به عنوان عنصر طراح آینده، با تصمیم‌ها و کنش‌های اثرگذار خویش، اهداف و مسیرهای جدید ایجاد می‌کند (سعید، بلویز و گالاب⁶، 2023).

بنابراین یک جنبه اساسی برای تحقق ایده‌های جدید، یافتن سریع و مناسب راه‌حل‌های مناسب برای چالش‌های پیش آمده در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه است (فیول و گیل⁷، 2008). ادبیات کارآفرینی چندین رویکرد در تصمیم‌گیری را در مواجهه با عدم قطعیت توصیف می‌کند، از جمله رویکردهایی که برنامه‌ریزی و کنترل استرس دارد (بریکن، گرنچیک و کاسپا⁸، 2010؛ دلمار و شان⁹، 2003). با این حال، به نظر می‌رسد که رویکردهای مبتنی بر برنامه‌ریزی در زمینه‌های مشخص شده با عدم اطمینان واقعی، موفقیت محدودی دارند، زیرا برنامه‌هایی که بر اساس پیش‌بینی‌های گذشته انجام

¹ Uncertainties

² Crick, Crick, & Chaudhry

³ Auerswald, & Dani

⁴ Decision making process of entrepreneurs

⁵ McMullen

⁶ Said, Bouloiz & Gallab

⁷ Fayolle and Gaill

⁸ Brinckmann, Grichnik & Kapsa

⁹ Delmar and Shane

می‌شوند، غالباً دیگر هرگز به طور دقیق دوره آشکار حوادث را در چنین زمینه‌هایی تأیید نمی‌کنند (آلوارز و پارکر¹، 2009؛ بریکمن و همکاران، 2010؛ چاولکا و رایت²، 2012؛ گوبر³، 2007). در مقابل، به نظر می‌رسد که رویکردهای عملی‌تر، تجربی و سازگارتر با زمینه‌های تصمیم‌گیری در جهت بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه نامشخص بهتر نیستند (جیبور⁴ و همکاران، 2022؛ الوارز و پارکر، 2009؛ آندریس، دبیره، و وان لوی⁵، 2013).

در حالی که سازوکارهای بیشماری برای مقابله با عدم قطعیت در علوم شناختی و رفتاری شناسایی شده‌اند، اما با توجه به اینکه محیط کارآفرینی محیط ابهام است، تفکر و تصمیم‌گیری کارآفرینان تحت شرایط عدم اطمینان رخ می‌دهد و در چنین شرایطی آنها مجبور می‌شوند به منظور انتخاب از میان راه‌حل‌ها و گزینه‌های موجود خروجی‌های هر اقدام یا حالت‌های مختلف ناشی از آن را در نظر بگیرند. چنین عملی صرفاً با تکیه بر رویکردهای عقلایی ممکن نیست؛ از این رو کارآفرینان به تحلیل‌های کیفی، ذهنی و شهودی مبتنی بر دریافت معرفت شناختی روی می‌آورند (گوستافسون⁶، 2009). الهام‌های ذهنی در موضوع بهره‌برداری از فرصت به صورت یک کل یکپارچه نگاه می‌شود که در آن یک مساله دریافت می‌شود و قضاوت یا تصمیم بلافاصله پدیدار می‌گردد. در تصمیم‌گیری مبتنی بر الهام، در حقیقت فرد اندیشمند نه فقط دارای دانش است، بلکه به اشراق و کشف و شهود نیز دست می‌یابد (کلینین و کین⁷، 2013). به کارگیری مهارت‌های ادراکی-شناختی، جهت‌گیری‌های ذهنی و شهودی و قضاوت‌های مبتنی بر تجربه را الهام کارآفرینانه⁸ می‌نامند. الهام‌های ذهنی منابع روانشناختی یک کارآفرین را ایجاد می‌کند و ممکن است منجر به تغییر و تحول در فرد شود (کای، سان و بل⁹، 2021). از این رو، اگر یک کارآفرین الهام را تجربه کند، رویداد محرک ممکن است "فرصت هویتی"¹⁰ (سابرین¹¹، 2018) را منعکس کند که بر روی درک کارآفرین تأثیر می‌گذارد و منجر به غنی‌سازی فرد می‌شود. الهام مستلزم ایجاد انگیزه، پرانرژی شدن و هدایت رفتار به سمت هدف مطلوب است. همچنین شامل یک محرک مانند شخص، ایده یا رویداد است (تراش و الیوت 2010)، که ممکن است بر افکار و رفتارهای جدید تأثیر بگذارد و به فرد کمک کند تا به هدف مورد نظر خود برسد. در چارچوب *EE*¹²، الهام کارآفرینی به عنوان "تغییر قلب (احساسات) و ذهن (انگیزه) برانگیخته شده توسط رویدادها یا ورودی‌های برنامه و به سمت در نظر گرفتن کارآفرین تعریف شده است" (سویتاریس¹³ و همکاران، 2007). تراش و الیوت (2010) تشخیص دادند که افراد وقتی در معرض دید عمیق، تجربه، تسلط کاری و ایجاد زیبایی خاص هستند، بیشتر از دیگران الهام می‌شوند. الهام از همبستگی با همبستگی منفی با ترس از عدم موفقیت و رقابت دارد.

تعداد محدودی از تحقیقات بر نقش الهام در بهره‌برداری از فرصت پرداخته‌اند، کرزنر¹⁴ (2019) به تأثیرات الهام بر تصمیم‌گیری کارآفرینانه پرداخت و بیان نمود الهام کارآفرینی در کشف فرصت‌های کاملاً ناشناخته تجلی می‌یابد. در آنجا که این اتفاق می‌افتد، لذت بردن از چنین فرصتی، شاید کاملاً اتفاقی باشد، تصمیم‌گیری در چنین مواقعی مستلزم محدود کردن هرگونه لذت شناخته شده دیگر نیست لذا بیان می‌کند که الهام کارآفرینی محدود کننده نیست و در فرصت‌های ناشناخته بسیار در تصمیم‌گیری‌ها نقش موثری دارد. تد

¹ Alvarez and Parker

² Chwolka and Raith

³ Gruber

⁴ Jabeur

⁵ Andries, Debackere & Van Looy

⁶ Gustafsson

⁷ Clandinin & Caine

⁸ Entrepreneurial inspiration

⁹ Cui, Sun & Bell

¹⁰ Identity opportunity

¹¹ Sabrine

¹² Entrepreneurship Education

¹³ Souitaris

¹⁴ Kirzner

مردیان¹ (2016) نیز در تحقیق خود بیان نمود که الهام کارآفرینی در تصمیم‌گیری در فرصت‌های جدید باعث ایجاد نوآوری می‌شود و پیشنهاد می‌کند که الهام منبعی برای خلق نوآوری در تصمیم‌گیری کارآفرینانه است. نویسکی و هادود² (2019) در پژوهشی با عنوان نقش الهام بخش نقش‌ها در تقویت قصدکارآفرینی، از طریق یک روش تجزیه و تحلیل مجموعه جدید فازی، سه ترکیب مجزا از متغیرهای مورد مطالعه برای تقویت قصدکارآفرینی در بین دانشجویان مؤثر است. ورتینورا و ویکند³ (2019) بیان کردند که نقش الهام کارآفرینی تا حد زیادی در ادبیات کارآفرینی نادیده گرفته شده است. بیان داشتند اوضاع اخیر در ادبیات روانشناسی تصریح می‌کند که تحریک نقش مهمی در فرآیندهای ایجاد کننده دارد و می‌تواند دارای تأثیرات قابل توجهی در تحول در شناخت، تأثیر و رفتار کارآفرینانه باشد (ورتینورا، لاهتی و ویکنت، 2019). همچنین بر اساس تئوری چارچوب پیوند فرد-فرصت، به همان اندازه که فرد در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی اهمیت دارد، زمینه قبلی و درک ذهنی از فرصت نیز در ایجاد و کیفیت فعالیت کارآفرینانه نقش دارد (حیدری و همکاران، 2022). محمدی و همکاران (1401) نیز نتیجه گرفتند عوامل مؤثر بر شهود کارآفرینی سازمانی، شامل 42 مؤلفه در قالب هفت بعد (سبک شناختی شهودی، ریسک‌پذیری، تخصص شهودی، بینش شهودی، تشخیص فرصت، تحمل ابهام، قضاوت شهودی) می‌باشند در پژوهش دیگر حسینی و همکاران (1402) بر نقش شهود در تصمیم‌گیری کارآفرینان تأکید داشتند. ادبیات نشان می‌دهد که الهام نقش اساسی در فرآیند خلاقیت ایفا می‌کند (تراش⁵ و همکاران، 2010). الهام‌های ذهنی منابع روانشناختی یک کارآفرین را ایجاد می‌کند و ممکن است منجر به تغییر و تحول در فرد شود. از این رو، اگر یک کارآفرین الهام را تجربه کند، ممکن است بتواند در فرآیند بهره‌برداری از فرصت سرعت عمل و تصمیم‌گیری بهتری را داشته باشد.

یکی از حوزه‌هایی که زمینه ظهور کارآفرینی در آن احساس می‌شود، کارآفرینی در ورزش است. فرآیند کارآفرینی در ورزش فرصت‌های جدید برای اشتغال در زمینه ورزش را ایجاد می‌کند، که با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح نمود (عبدی و همکاران، 1396). کارآفرینی ورزشی زمانی رخ می‌دهد که یک نهاد ورزشی به طور مشترک با سایر عناصر جامعه، برای پاسخ‌گویی به یک فرصت و خلق ارزش عمل می‌کند (ریتون، 2018). با توجه به مشکلات بیکاری تحصیل کرده‌های ورزشی (گودرزی، 1395)، محدود بودن کسب و کارهای حیطه ورزش (محمدکاظمی، 1393)، محدودیت در نوآوری‌های کارآفرینانه در سازمان‌های ورزشی (هنری و همکاران، 1395)، سهم پایین ورزش در تولید ناخالص داخلی و ابهام در شناسایی و بهره‌برداری در فرصت‌های کارآفرینانه در حیطه ورزش (رضوی، 1395؛ عظیم زاده، 1393 و کوزه چیان، 1393) استفاده از تفکر نوآوری، خلق و کشف فرصت‌های کارآفرینی و شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت در کسب و کارهای ورزشی امری اجتناب‌ناپذیر است. از سوی دیگر با توجه به بودجه عظیمی که خرج ورزش می‌شود عدم بازدهی و راکد بودن بازار ورزش بر مشکلات موجود افزوده و البته ورزش به عنوان عرصه‌ای گسترده، زمینه‌های فراوانی از اشتغال را در دل خود نهفته دارد و با استفاده از روش‌های بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه فرصت‌های جدیدی برای اشتغال و توسعه کسب و کارها در ورزش ایجاد می‌شود که ویژگی آن نوآوری و خلاقیت در تولید و ارائه خدمات به جامعه می‌باشد اما شکل‌گیری فرآیند بهره‌برداری از فرصت نیازمند تصمیم‌گیری‌های سریع، نوآورانه و بدیع است که عمدتاً در هنگام بهره‌برداری از فرصت با توجه به اینکه زمان و اطلاعات کافی در دسترس کارآفرین نیست ریسک افزایش یافته و برای گذر از عدم قطعیت تنها می‌توان به الهام‌های درونی و شهود کارآفرینانه متکی بود. این الهام‌های کارآفرینانه در کوتاه‌ترین زمان با توجه به ذهنیت، تجربه و دانش قبلی کارآفرین وی را می‌توانند احتمالاً در تصمیم‌گیری صحیح یاری رسانند

¹ Mooradian

² Nowiński & Haddoud

³ Wartiovaara Lahti & Wincent

⁴ Wartiovaara, Lahti & Wincent

⁵ Thrash

اما مکانیزم عملکرد الهام و نحوه دریافت شهود چگونه است و چگونه بر بهره برداری از فرصت تاثیر می‌گذارد مشخص نیست. با وجود مطالعه‌هایی هر چند اندک که در زمینه تصمیم‌گیری شهودی انجام شده، اما تصمیم‌گیری مبتنی بر الهام دارای خلا تحقیقاتی گسترده است (ورتینورا، لاهتی و ویکنت، 2019). دلیل اصلی این موضوع این است که تصمیم‌گیری به بهره‌برداری از فرصت مبتنی بر الهام‌کار آفرینانه هنوز جنبه‌های کشف نشده زیادی دارد که ناشی از ناشناخته بودن ابعاد فرایندهای ادارک، تفسیر، تمرکز، حفظ، به خاطر آوری و ... در انسان است. در تصمیم‌گیری مبتنی بر الهام، در حقیقت فرد اندیشمند نه فقط دارای دانش است، بلکه به اشراق، کشف و نوآوری نیز دست می‌یابد. بنابراین آن چه تا کنون مطرح شده، بیشتر شامل ویژگی‌ها و مشخصات برداشت شده از شرایط و نتایج تصمیم‌های گرفته شده به روش شهودی و یا رفتار قابل مشاهده تصمیم‌گیران شهودی می‌باشد. بنابراین جهت تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کار آفرینانه بر اساس الهام‌های ذهنی و شهودی در کارآفرینان ضروری به نظر می‌رسد که با توجه به خلا تحقیقاتی موجود این پژوهش در صدد این است بداند نقش الهام در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کار آفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر روش آمیخته¹، از نظر هدف توسعه‌ای- کاربردی، از نظر افق زمانی تک مقطعی و از نظر استراتژی در بخش مروری فراتحلیل و در بخش کیفی دلفی و تحلیل تماتیک است. در این پژوهش به منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق از هر دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. علاوه بر بررسی متون مرتبط با بهره‌برداری از فرصت در کسب‌وکارهای ورزشی (روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و فراتحلیل مطالعات قبلی)، از مصاحبه نیمه ساختارمند با خبرگان و تحلیل به روش دلفی برای شناسایی ابعاد ترگذاری الهام‌کار آفرینانه در بهره‌برداری از فرصت و تحلیل روایت رهبران کارآفرین در این رابطه و تحلیل به روش تماتیک استفاده شد.

گام اول: به منظور شناسایی عوامل، ابعاد و شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کار آفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کار آفرینانه انجام شد میدان پژوهش برای تعیین شاخص‌ها شامل تمام مقالات و مستندات علمی مرتبط با الهام‌کار آفرینانه و بهره‌برداری از فرصت بعنوان ملاک بود. که بوسیله ابزار مرور نظامند مقالات از مراجع علمی چون *CiteSeer*، *SID*، *ScienceDirect*، *Elsevier*، *Google Scholar* و .. در بازه سال‌های 2010 تا 2022 استفاده شد. در بخش کیفی از روش فراترکیب² پیشینه به روش مرور نظامند استفاده شد. جهت ارزیابی صحت موارد انتخاب شده از روش لاوشه و با بهره‌گیری از نظرات 11 نفر از اساتید متخصص در رشته مدیریت استراتژیک، بازاریابی و مدیریت ورزشی بهره گرفته شد. فراترکیب (متاسنتر³) روشی کیفی مبتنی بر مرور سیستماتیک مطالعات کتابخانه‌ای برای شناختی ژرف پیرامون پدیده مورد مطالعه است. با استفاده از برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی یا روش *CASP* با ۱۰ شرط کیفی هر مقاله به لحاظ کیفی مورد ارزیابی قرار گرفت. به هر یک از مقالات براساس هر یک از این شرایط، امتیازی بین ۱ تا ۵ تخصیص داده شد. مقالاتی که مجموع امتیازات آن‌ها ۲۵ و بالاتر شود به لحاظ کیفی تأیید و باقی مقالات حذف شدند. جهت تعیین پایایی یا اعتبار آن از آزمون پی اسکات استفاده شد.

گام دوم: این پژوهش از مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته بین خبرگان دانشگاهی (افراد دارای حداقل 3 مقاله در رابطه با فرصت‌های کار آفرینانه، مدرک دکتری و عضو هیئت علمی دانشگاه رشته مدیریت ورزشی یا کار آفرینی باشند) جهت شناسایی عوامل، ابعاد و شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کار آفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کار آفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی برای استفاده شد و به شیوه تحلیل تم کدگذاری اولیه

¹ mixed method

² Ultracombination

³ Meta-synthesis

صورت گرفته و برای تایید عوامل از روش دلفی بهره گرفته شد. روش نمونه‌گیری در بخش اول کیفی که بوسیله ابزار مصاحبه به دو صورت هدفمند و در حد اشباع نظری انجام شد که در شدند که نهایتاً در سطح 9 نفر به اشباع دست یافتیم که در جهت افزایش اعتبار و همچنین پوشش کلیه مولفه‌ها هفته‌ها نمونه‌گیری تا 11 نفر ادامه یافت (پاک گوهر و خلیلی، 1400)¹. تکنیک دلفی² یکی از روش‌های تصمیم‌گیری گروهی است که برای دستیابی به توافق پیرامون مساله مورد بررسی از دیدگاه خبرگان استفاده می‌شود. دلفی رویکرد یا روشی سیستماتیک در تحقیق برای استخراج نظرات از یک گروه از متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سوال است. هدف اصلی از انجام مطالعه دلفی کسب قابل اطمینان‌ترین میزان توافق بین نظرات گروه متخصصان است (لودویگ و استار، 2005). جهت تعیین ضریب توافق بین کدگذاران از آزمون ضریب توافق کندال استفاده شد همچنین بررسی پایایی شاخص‌های بخش دلفی از آزمون الفای کرونباخ و برای روایی صوری و محتوا از شاخص‌های CVI و CVR به روش لاوشه استفاده شد.

گام سوم: برای دستیابی به علل و مضامین اصلی نقش الهام در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی ورزشی تجربه زیسته 6 نفر از رهبران کارآفرین ورزشی به روش روایت پژوهشی تحلیل شد. روش نمونه‌گیری در بخش دوم کیفی روش انتخاب نمونه‌ها در بین رهبران کارآفرین ورزشی ملاک رهبری کارآفرینانه (مالکیت حداقل 3 کسب‌وکار ورزشی فعال و دارای مدرک دانشگاهی) بود که به روش هدفمند افراد انتخاب شدند و حجم نمونه‌ها در حد اشباع نظری انتخاب شد که نهایتاً تجربه زیسته 6 نفر مورد بررسی قرار گرفت. وقتی روایت و قصه را فرمی برای بازنمایی موضوع تحقیق، دیدگاه و رویکردی مناسب برای تحلیل محتوا، ساختار یا قالبی خاص برای تحقیق و امثال این‌ها در نظر می‌گیرند در اطلاق روایت پژوهی می‌گویند. آنچه این شاخه‌ی پژوهشی را متمایز می‌کند این است که از روایت برای درک معانی چندبعدی جامعه، فرهنگ، رفتار انسانی و زندگی مدد می‌گیرد (سپکتور مارشال³، 2010). از چشم‌انداز روایت، شخصیت با زمینه‌ای اجتماعی- فرهنگی گره می‌خورد و با مولفه‌هایی چون هدف‌مندی، پیچیدگی، بافت‌گرایی و ذهنیت تعریف می‌شود (کلندین و کین⁴، 2013). پایایی کدگذاری صورت گرفته به روش ضریب پایایی هولستی بررسی شد.

ملاحظات اخلاقی در اجرای پژوهش نیز مد نظر قرار گرفت که در واقع، نشان دهنده میزان و چگونگی احترام پژوهشگر به مشارکت‌کنندگان است (جرارد و تیلور⁵، 2004). در همین خصوص، به همراه سوالات مصاحبه، نامه‌ای با امضای پژوهشگر مبنی بر تعهد اخلاقی در نگهداری مفاد مصاحبه و مشخصات مشارکت‌کنندگان و انتشار نکردن آن ارسال شد. همچنین، با اطلاع مشارکت‌کنندگان تمام مصاحبه‌ها ضبط و برای استخراج نکات کلیدی بررسی شد. پس از اعلام موافقت، مصاحبه با محوریت تلفی، برداشت و شاخص‌های مورد نظر برگزار شد. در مصاحبه‌های انجام شده پاسخگویان به سوال مورد نظر در مورد ارائه مولفه یا شاخص جدید و یا تایید مولفه‌ها و شاخص‌های گردآوری شده ابراز نظر کردند. برای افزایش اطمینان‌پذیری و تایید اعتبار ابزار در این پژوهش به منظور پایا بودن مصاحبه‌ها تلاش شد قوانین و چارچوب انجام یک مصاحبه خوب به این شرح رعایت شد که انجام مصاحبه در یک محیط آرام و مناسب، محقق در ابتدا هدف تحقیق خود را بیان کرد و سپس اطمینان حاصل کرد که افراد علاقمند در مصاحبه شرکت کنند، اطمینان از قابل فهم بودن سوالات مصاحبه برای شرکت‌کنندگان، تایپ کردن متن مصاحبه‌ها در اولین فرصت و ارائه به مصاحبه‌شوندگان جهت تائید صحت و تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری آنها در اولین فرصت. به طور خلاصه برای حصول اطمینان از قابلیت اطمینان داده‌های پژوهش از روش مطالعه مکرر، مقایسه داده‌ها، خلاصه‌سازی و دسته‌بندی اطلاعات بدون این که در داده‌ها تغییری ایجاد شود استفاده شد. طوری که پس از انجام مصاحبه، یادداشتها با دقت بیشتر روی کاغذ پیاده شده و در اختیار مصاحبه‌شونده

1 کروگر تعداد بین 6 تا 9 نمونه برای رسیدن به اشباع پیشنهاد می‌دهد و از دیدگاه کرسول، تعداد نمونه تحقیقات پدیدارشناسی حداکثر 10 نفر باشد

² Delphi

³ Spector-Mersel

⁴ Clandinin & Caine

⁵ Gorard & Taylor

قرار گرفت تا اگر احیاناً مغایرتی با گفته های وی داشته باشد، مشخص و اصلاح گردد. همچنین در این پژوهش جهت دستیابی به اعتبار داده های مصاحبه از نظرات اساتید طراز اول دانشکده کارآفرینی و علوم ورزشی دانشگاه تهران اجرا شد. نهایتاً برای بررسی تناسب و اعتبار مدل ارائه شده از آزمون t و معیارهای چهارگانه گلیسر و اشترواس¹ (1967) تطبیق، قابلیت فهم، قابلیت تعمیم، میزان کنترل در نرم افزار Spss-27 استفاده شد.

یافته های پژوهش

الف) گام اول: فراترکیب پیشینه پژوهش

در این پژوهش ابتدا برای عوامل، ابعاد و شاخص های موثر بر نقش الهام کارآفرینانه در بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه از روش فراترکیب کلیه مقالات مرتبط در بازه زمانی 2010 تا 2022 در پایگاه داده مقالات علمی داخلی و خارجی بررسی شد. روایی فراترکیب تمام پژوهش های منتخب به کمک 10 معیار CASP ارزشیابی و مشاهده شد که جمعاً 690 مقاله یافت شد که پس از غربالگری بر اساس عنوان و چکیده مقالات، تعداد 430 مقاله به علت عدم ارتباط با موضوع و اهداف مطالعه کنار گذاشته شد در مرحله بعد از 260 مقاله باقیمانده، 115 مقاله به علت دوپلیکیشن و عدم تطابقت جامعه تحقیق از لیست مقالات یافت شده خارج شد و در نهایت پس از بررسی متن کامل 114 مقاله باقیمانده، 119 مقاله به علت عدم احراز معیارهای ورود کنار گذاشته شد و در گام آخر، 26 کارآزمایی باقیمانده که شرایط ورود به مطالعه داشتند و ارزش بالاتر از 31 داشتند. همچنین شیوه کدگذاری و طبقه بندی اطلاعات نیز چندبار بررسی شد. همه این فعالیت ها برای تضمین کیفیت یافته های پژوهش انجام شده است. در گام بعدی، اطلاعات مقاله ها بر اساس مرجع مربوط به هر مقاله شامل نام نویسنده، به همراه سال انتشار مقاله و اجزای هماهنگی بیان شده در هر مقاله طبقه بندی شدند و عوامل مورد نظر استخراج شده از مطالعه مقاله ها به عنوان کد در نظر گرفته شده اند. نتایج این فرآیند و برخی از منابع در جدول شماره 1 نشان داده شده است.

جدول 1- کدها و منابع مطالعاتی

ردیف	مفهوم	مقوله	منبع
1	تصمیمگیری کارآفرینانه	قضاوت شهودی، شهود حل مسأله، بینش شهودی، شفاف سازی، افزایش قدرت تصمیمگیری، کاهش ترس از شکست، تصمیمگیری در عدم قطعیت، تصمیمگیری نوآورانه،	آزما و همکاران (1401)، محمدی و همکاران (1400)، پولاک و همکاران (2021)، وارثیوارنا و همکاران (2019)، کرزنر (2019)، تراش و همکاران (2010)، تد مرادیان (2016)،
2	قصدکارآفرینی	قصدکارآفرینی، شهود تجربی، بهبود نیت بهره برداری، بهبود نیت رفتاری تجربه گرایانه، محرک عاطفی، بهبود رفتار کارآفرینانه،	آزما و همکاران (1401)، نویسنکی و هوداد (2019)، استیل و کیونگ (2006)، چن و همکاران (1998)، کروگر (2017)، بانسال و تیلور (2002)، فیتز سیمونز و داگلاس (2011)، جیانگ و همکاران (2016)، استراتمن و همکاران (2018)، سو، سان و بل (2021)، وارثیوارنا و همکاران (2019)، کرزنر (2019)،
3	نگرش کارآفرینانه	بینش شهودی، بهبود خلاقیت، تفکر شهودی، نگرش های مثبت نسبت به کارآفرینی، بهبود هنجارهای کارآفرینی، بهبود احساسات مثبت، خوش بینی گرایش پذیر، ایجاد انگیزه، لذت بردن از فرصت،	آزما و همکاران (1401)، محمدی و همکاران (1400)، نویسنکی و هوداد (2019)، کروگر و کیگول (2006)، سو، سان و بل (2021)،
4	ایجاد کسب و کار	شناختی شهودی، تخصص شهودی، اندازه گیری تکوینی، نگرش مثبت به	آزما و همکاران (1401)، نویسنکی و هوداد (2019)، استراتمن و همکاران (2018)، بیوم و پاتل (2004)، احمد و همکاران (2010)، ورثیوارنا و ویکند (2019)

¹ Glaser & Strauss

ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، تاثیر مثبت بر بهره‌برداری	
5	تقویت شخصیت‌کارآفرین بهبود خودکارآمدی، حمایت اجتماعی، بهبود کنترل ادراک شده، تمایل به ریسک، تحمل ابهام، بهبود عزت نفس، تشخیص فرصت، تکرار پذیری فرصت، جستجوی فرصت، خلق ارزش، هوشیاری نسبت به فرصت، کشف فرصت‌های کاملاً ناشناخته، شناخت فرصت
6	تشخیص فرصت محمّدی و همکاران(1400)، نویتسکی و هوداد(2019)، کانر و مک میلان(1999)، کرسنت، سابرینا و دل وال(2021)، احمد و همکاران(2010)، بارون(2006)، شین و ونکاتارامن(2000)، وارتیوارنا و همکاران(2019)، همیسکی و بارون(2008)، محمّدی و همکاران(1400)، پولاک و همکاران(2021)، نویتسکی و هوداد(2019)، کرسنت، سابرینا و دل وال(2021)، بارون(2006)، شین و ونکاتارامن(2000)، کرزنر(2019)، ورتینورا و ویکند (2019)

با توجه به اطلاعات جدول 1، براساس تحلیل‌های صورت گرفته، با کمک روش تحلیل محتوا روی 26 مقاله نهایی انتخاب شده، در مجموع 6 مفهوم کلی در قالب 42 مقوله بعنوان ابعاد و شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در این پژوهش کشف و برجسب‌گذاری شدند. به منظور بررسی روایی محتوایی، بسته‌ی آموزشی توسط 2 نفر از متخصصان در این زمینه مورد بازبینی قرار گرفت، پایایی به روش ضریب پی اسکات بررسی شد. معیار پی اسکات $Scott's pi$ توسط ویلیام اسکات (1955) برای سنجش پایایی داده‌های اسمی طراحی شد. در این روش باید دو کدگذار (ارزیاب) داده‌ها را ارائه کنند و براساس همبستگی داده‌های این دو ارزیاب پایایی تعیین شد.

$$Pi = (OA - EA) / (1 - EA)$$

$$Pi = (0/864 - 0/50) / (1 - 0/50) = 0/728$$

با توجه به اینکه ضریب اسکات بالاتر از 0/7 بدست آمده لذا پایایی روش و ارزیابی مورد تایید است.

ب) گام دوم: بررسی نظرات خبرگان

جهت بررسی نظرات خبرگان ابتدا یک مصاحبه نیمه ساختاریافته با 11 نفر از خبرگان انجام شد که در این ارتباط ابعاد و شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی شناسایی و برای تایید شاخص‌ها از روش دلفی بهره گرفته شد.

جدول 2- کد گذاری مقولات مستخرج از مصاحبه اولیه با خبرگان

مضمون اصلی	مقوله اصلی	خرده مقولات	کد مصاحبه شونده
	تصمیم‌گیری	بهبود تصمیم‌گیری در مواقع ناشناخته، افزایش سرعت در تصمیم‌گیری، کاهش ترس در تصمیم‌گیری، تفکر قبل از اقدام، اقدام فوری،	E102, E106, E107
بهره‌برداری از فرصت	فرصت شناسی	افزایش ادراک محیطی، کشف فرصت‌های جدید، افزایش خلاقیت، خلق فرصت، تفکر در زمان، حمایت مدیریت،	E101, E102, E104, E108, E109, E111
	قصدکارآفرینی	استقبال از کارآفرینی، افزایش قصد، تحریک به کارآفرینی، افزایش اثربخشی فرصت،	E101, E103, E105, E108
آمادگی برای بهره‌برداری	نگرش کارآفرینانه	افزایش امید و انگیزه، ایجاد خوش بینی مثبت، تقویت روحیه، بهبود نگرش مثبت،	E103, E108, E109
	بهبود شخصیت‌کارآفرین	تقویت اعتماد به نفس، ایجاد روحیه استقلال طلبی، بهبود ریسک پذیری، کمال گرایی، افزایش روحیه کارآفرینی،	E106, E109, E111
ترس از بهره‌برداری از فرصت	عدم اطمینان	افزایش خطا و ریسک، کاهش تصمیم‌گیری منطقی، احساسی عمل کردن، عدم اطمینان محیطی، تصمیم هیجانی،	E104, E107

با توجه به نتایج جدول شماره 2، از مصاحبه نیمه ساختاریافته تعداد 29 مولفه در قالب 6 عامل بعنوان ابعاد و شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کار آفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کار آفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی استخراج شد که جهت ارزیابی پایایی پروتکل مصاحبه، از روش درصد توافق بین دو کدگذار استفاده شده است. محقق به همراه همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده بودند را بصورت اتفاقی انتخاب و درصد توافق بین کدگذارهای انجام شده را به روش کرسول و میلر¹ (2000) محاسبه کردند.

جدول 3- ارزیابی اعتبار مصاحبه به روش ضریب توافق بین دو کدگذار

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کدها	کدهای مورد توافق	پایایی
1	مصاحبه سوم	15	13	0/86
2	مصاحبه ششم	16	12	0/75
3	مصاحبه دهم	9	8	0/88
	کل	40	33	0/82

بر اساس این بررسی، ضریب پایایی برای پروتکل مصاحبه در این مطالعه، برابر با 0/82 درصد می‌باشد که این مقدار از بیش از 0/6 بدست آمده لذا مقدار مطلوبی می‌باشد (موس² و همکاران، 1998). در مرحله بعد شاخص‌های شناسایی شده در 4 راند در اختیار همه 11 نفر خبره مصاحبه شونده به روش دلفی قرار گرفت.

جدول 4- خلاصه نتایج چهار راند آزمون دلفی

ردیف	شاخص	سطح معناداری آزمون t				روایی	CVI	CVR	تایید
		1	2	3	4				
1	بهبود تصمیم‌گیری در مواقع ناشناخته	14/907	14/907	12/164	5/221	0/924	0/924	تایید	
2	افزایش سرعت در تصمیم‌گیری	7/016	21	7/016	5/221	0/924	0/964	تایید	
3	کاهش ترس در تصمیم‌گیری	8/964	21	12/264	3/750	0/965	0/866	تایید	
4	اقدام فوری	3/708	21	21	3/545	0/924	0/964	تایید	
5	افزایش ادراک محیطی	9/815	10/757	5/484	3/357	0/886	0/924	تایید	
6	کشف فرصت‌های جدید	12/264	7/455	5/164	3/750	0/798	0/886	تایید	
7	افزایش خلاقیت	21	7/455	3/371	5/590	0/866	0/924	تایید	
8	خلق فرصت	6/708	10/757	2/764	6/249	0/865	0/926	تایید	
9	تفکر در زمان	8/964	14/907	3/194	4/353	0/869	0/802	تایید	
10	حمایت مدیریت	6/708	14/907	4/353	5/590	0/811	0/963	تایید	
11	استقبال از کار آفرینی	9/815	14/907	4/485	5/369	0/802	0/865	تایید	
12	افزایش قصد	14/907	14/907	5/369	5/882	0/802	0/898	تایید	
13	تحریک به کار آفرینی	14/907	14/907	9/815	5/369	0/875	0/936	تایید	
14	افزایش اثربخشی فرصت	8/589	14/907	12/264	5/369	0/901	0/889	تایید	

¹ Creswell & Miller² Moss

15	افزایش امید و انگیزه	7/016	14/907	7/455	5/590	0/926	0/966	تایید
16	ایجاد خوش بینی مثبت	9/815	9/815	8/964	5/369	0/802	0/937	تایید
17	بهبود نگرش مثبت	8/964	14/907	12/264	4/353	0/856	0/965	تایید
18	تقویت اعتماد به نفس	10/757	21	3/181	5/369	0/865	0/965	تایید
19	افزایش روحیه کارآفرینی	7/455	14/907	2/88	5/882	0/928	0/965	تایید
20	افزایش خطا و ریسک	8/964	21	3/545	5/369	0/936	0/855	تایید
21	عدم اطمینان محیطی	6/528	8/05	5/357	7/455	0/869	0/864	تایید
22	تصمیم هیجانی	12/264	14/907	5/590	5/369	0/889	0/864	تایید
23	بهبود ریسک پذیری	12/264	8/050	3/703	5/590	0/942	0/824	تایید
24	ایجاد روحیه استقلال طلبی	12/264	-3/194	-	-	0/569	0/468	رد
25	تفکر قبل از اقدام	12/264	-3/627	-	-	0/419	0/429	رد
26	کاهش تصمیم‌گیری منطقی	-1/491	-	-	-	0/302	0/361	رد
27	کمال گرایی	-2/055	-	-	-	0/219	0/239	رد
28	تقویت روحیه	-2/055	-	-	-	0/209	0/305	رد
29	احساسی عمل کردن	-0/820	-	-	-	0/214	0/317	رد

با توجه به یافته‌های روش دلفی، خبرگان تعداد 23 شاخص را بعنوان شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کار آفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی تایید کردند.

جدول 5- جدول آزمون کندال و آلفای کرونباخ در مورد میزان توافق خبرگان و شاخص‌ها

راند	ضریب کندال	ضریب کای اسکوار	آزمون معناداری	آلفای کرونباخ
راند اول	0/476	146/687	0/001	0/978
راند دم	0/494	130/288	0/001	0/885
راند سوم	0/230	55/620	0/001	0/944
راند چهارم	0/561	14/896	0/001	0/982

همانطور که قبلاً اشاره شد ضریب هم‌هنگی کندال معیاری از اجماع است که سطح اجماع بین اعضای دلفی را نشان می‌دهد. یافته‌ها بیانگر آن است که مقدار ضریب کندال بیشتر از 0/5 یا بسیار نزدیک به آن است که دلالت بر اجماع قوی خبرگان دارد. سطح معناداری برای ضریب هم‌هنگی کندال در همه عوامل نیز به معنای وجود توافق معنادار بین خبرگان است ($sig < 0/05$). همچنین مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای هر چهار راند دلفی بیش از 0/7 محاسبه شده است که نشان از پایایی درونی بالای شاخص‌ها دارد (کرونباخ¹، 1951). بنابراین، می‌توان گفت که بین خبرگان اجماع کلی برقرار شده است.

¹ Cronbach

ج) گام سوم: تحلیل روایت رهبران کارآفرین ورزشی

با توجه به اینکه نظرات خبرگان و پیشینه بدون رجوع به تجربه و عمل در دنیای واقعی نمی‌تواند نشان دهنده جزئیات یک پدیده باشد در گام سوم تجربه زیسته برخی از رهبران کارآفرین ورزشی در ارتباط با موضوع پژوهش بررسی شد.

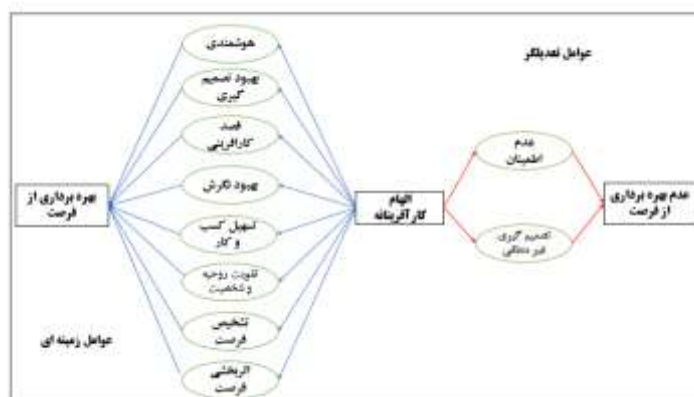
جدول 6- کد گذاری مقولات مستخرج از مصاحبه اولیه

ویژگی‌های جمعیت شناختی	کد	مضامین استخراجی	خلاصه روایت
مرد، کارشناسی ارشد تربیت بدنی، 46 ساله و سابقه 18 سال	R1	درک از بازار، ایجاد فرصت‌های نو، کانونی شدن توجه، در فضای کسب‌وکار، تحلیل‌های ذهنی، افزایش ابتکار عمل، تصمیم‌گیری سریع، ارتباط با کائنات، تصمیمات دستوری،	همون اوایل شروع به کسب‌وکار هر روز هزاران ایده می‌مود تو ذهنم اما از همون راهی که اومده بود خارج می‌شد چون اصلا من درکی از محیط بازار و کسب‌وکار نداشتم برای همین ایده‌ها همه تو خالی بود کم کم وقتی سوار بر بازار شدم اینبار ایده‌ها به جور دیگه بود فرصت‌هایی بودند که خدا برام وحی کرده بود در ذهنم بارها فکر می‌کردم بهشون توجه می‌کردم و کانون همه حواسم میشدن با اینکه در فضای واقعی نمونه شون رو ندیده بودم اما به خوبی تو ذهنم تحلیل می‌کردم و نتیجه گیری می‌کردم و اجرا می‌کردم راستش رو بخاین همیشه این فرصت‌های بهیوی خیلی بیشتر از پیشنهاد هایی که هزاران برنامه و دانش پشتش داره برام موفقیت و ثروت آورده.
مرد، کارشناسی ارشد مدیریت، 59 ساله و سابقه 26 سال	R2	ریسک پذیری، بهبود عزت نفس، افزایش خلاقیت، افزایش نوآوری، اعتماد به نفس، پذیرش فرصت‌های بدیع، عدم ترس از شکست، قصدکار آفرینی	همیشه اون ایده ای که به دفع به ذهنت میرسه کارسازه با اینکه ریسک داره اما چون بدیع و خلاقانه است میتونه کسب‌وکار تو رونق بده، البته داشتن پتانسیل کارآفرینی و تجربه میتونه در اثربخشی الهام موثر باشه هرچی فرد تجربه و دانش بیشتری داشته باشه الهام‌ها بیشتر میشه و باز با افزایش تجربه و اعتماد به نفس فرد از این فرصت بهره‌برداری میکنه
مرد، کارشناسی MBA، 47 ساله و سابقه 11 سال	R3	بهبود نگرش، افزایش خلاقیت، بدعت در کسب‌وکار، تصمیم‌گیری، فرصت شناسی، هوشمندی، چشم انداز روشن، سرعت عمل در کار، نگرش جامع	خیلی‌ها فکر می‌کنند من آدم خوش شانسی هستم چون هی ایده‌های خلاق و جدید میاد تو ذهنم و خیلی هاشونم بعد از عملیاتی شدن موفق هستند البته بگم اون چیزی که به ادم القا میشه همینجوری نیست، ینی اصلا بهیوی اتفاق نمی‌افته شاید زاده سال‌ها تفکر و تجربه است، بعضی وقام وقتی مشکلی برام پیش میاد این الهام‌ها کمک می‌کنند. در کل القاهای ذهنی و الهام‌هایی که بهم میشه باعث میشن که من تو تصمیم هام مصمم تر بشم و همچنین انگیزم برای شروع بکار افزایش پیدا میکنه..
مرد، کارشناسی شیمی، 54 ساله و سابقه 22 سال	R4	تصمیم‌گیری آنی، اعتماد به خود، خودکارآمدی، نوآوری، باورپذیری، تمایل به اقدام فوری، اطمینان بیش از حد، اثربخشی نتیجه	در اوایل زیاد به الهام‌های درونی خدم توجه نداشتم و همیشه با کلی حساب و کتاب تصمیم‌گیری می‌کردم اما الان همه چی فرق کرده و وقتی به چیزی بهم القا میشه بهش اعتماد می‌کنم و سریع تصمیم می‌گیرم و دنبالش می‌رم می‌دونم وقتی به در مورد یک فرصت خیلی حساب کتاب کنی رشته کار از دستت خارج میشه و ذهن (الهام) به نظر من از همه چی بهتره برای تصمیم‌گیری چون ادم رو گمراه نمیکنه و باعث ایجاد نوآوری میشه. ...از همون اول دوست داشتم ز این شاخه به اون شاخه ببرم میدونین چرا چون خدا به چیزای رو تو دلت میزازه میگه برو دنبالش، اره این همون چیزی که شما میگین الهام کارآفرینی، چون تا وقتی چیزی تو دلم نباشه من کاری روش شروع نمی‌کنم من از درونم فرمان می‌گیرم چون فکر می‌کنم قسمت و بخت من تو اینه، البته اوایل زیاد خوش شانس نبودم و زیاد شکست می‌خورم اما الان که ساها تجربه دارم و پخته تر شدم دیگه ذهنم بهم دروغ نمیگه و همه چی رو به راهه
مرد، کارشناسی ارشد تربیت بدنی، 36 ساله و سابقه 9 سال	R5	ندای قلبی، نیت کارآفرینی، افزایش امید و انگیزه، بهبود بهره وری، افزایش انعطاف پذیری، افزایش هیجان، حس برتری طلبی، شجاعت	..همیشه اون ندای قلبی سر به زنگاه میاد و منو نجات میده شاید باور کردنی نباشه اما این فکر کردنه و مکاشفت درونی معجزه میکنه درکم رو نسبت به فرصت، محیط، توانایی‌های درونیم و منابعی که دارم افزایش میده و ریسک رو قبول می‌کنم و با توکل به خدا شروع می‌کنم. راستش اون وقتایی که نمیشه رو هیچی حساب کرد و به قولی عدم اطمینان کامل وجود داره این الهام‌های ذهنی هستن که میاد و منو نجات میده...
مرد، دکتری تربیت بدنی، 44 ساله و سابقه 9 سال	R6	تصمیم‌گیری در عدم اطمینان، تصمیم‌گیری شهودی، درک نسبت به فرصت، کشف فرصت، ریسک پذیری، تحلیل محیطی، آزادی عمل، اهداف بلند مدت،	

با توجه به نتایج جدول شماره 6، از روایت‌های انجام شده تعداد 40 مولفه بعنوان شاخص‌های موثر بر نقش الهام‌کارآفرینانه در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای ورزشی استخراج شد که پس از انجام تجارب زیسته، پژوهشگر داستان‌های مشارکت‌کننده گان را طی توالی زمانی و براساس اصول روایت پژوهی کالدینین و کانلی (2004) مبتنی بر تمرکز روایت بر سه عنصر زمان، مکان و تعاملات، باز داستان سرایی کرد. سپس روایت کاملاً به مشارکت‌کننده بازگردانده شد تا در مورد آن نظر داده و اگر سوءتفاهم و اشتباهی انجام شده، بازنگری لازم در آن صورت گیرد. به این ترتیب روایی پژوهش با استفاده از استراتژی بازبینی پژوهش بوسیله مشارکت‌کننده تامین شد. همچنین یافته‌ها و مراحل و انجام کار توسط دو نفر صاحب نظر و خبره در ضریب هولستی¹ زمینه این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. برای بررسی پایایی این پژوهش از ضریب توافق کدگذاران (به روش هولستی² (1969) استفاده شد و میزان توافق کدگذاران این تحقیق برابر 0/89 بدست آمد.

د) گام چهارم: ارائه مدل و ترکیب مراحل سه گانه

در این مرحله نتایج حاصل از سه گام قبلی 42 مولفه از بخش فراترکیب پیشینه، 23 مولفه از روش دلفی بر اساس نظر خبرگان و 40 مولفه از تحلیل روایت کارآفرینان برتر بدست آمده و سپس ترکیب و ادغام شده و ابعاد و شاخص‌های نهایی در قالب یک الگوی کلی رسم شد. بر اساس مدل قیاسی-اکتشافی این پژوهش تعداد 63 شاخص در قالب 10 بُعد مثبت و منفی نشانگر نقش و اثر الهام‌کارآفرینانه بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در کسب‌وکارهای ورزشی می‌باشند.



شکل 1-مدل مفهومی قیاسی-اکتشافی (برگرفته از نتایج پژوهش)

ه) گام پنجم: بررسی تناسب مدل

جهت بررسی تناسب کلی مدل لذا یک چک لیست با 63 شاخص و در 10 بُعد در طیف لیکرت پنج‌گانه برای بررسی مرتبط بودن و اعتبار سنجی شاخص‌های نهایی تهیه و در بین نمونه 17 نفری از خبرگان (گام دوم) و کارآفرینان ورزشی (گام سوم) توزیع شد. با توجه به اینکه هدف بررسی میزان توافق بین ارزیاب‌ها می‌باشد لذا در اعتبار سنجی شاخص‌ها با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون تی تک نمونه ای بهره گرفته شد که نتایج در جدول شماره 7 قابل مشاهده می‌باشد.

جدول 7- نتایج اعتبار سنجی ابعاد و شاخص‌های شناسایی شده

ردیف	ابعاد	میانگین	آماره t	معناداری	وضعیت
1	هوشمندی	4/363	9/359	0/001	معتبر
2	بهبود تصمیم‌گیری	4/431	12/223	0/001	معتبر

¹ تعداد موارد اشتراک 2* بر تعداد کل کدگذاری اولیه + تعداد کل کدگذاری دوم است. حداقل میزان مورد قبول شاخص هولستی بالای 0.8 در نظر گرفته شده است.

² Holsti

3	قصدکار آفرینی	4/431	10/558	0/001	معتبر
4	بهبود نگرش کارآفرینانه	4/363	10/145	0/001	معتبر
5	تسهیل کسب و کار	4/545	14/701	0/001	معتبر
6	تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین	4/431	10/875	0/001	معتبر
7	تشخیص فرصت	4/477	11/937	0/001	معتبر
8	اثر بخشی فرصت	4/431	12/031	0/001	معتبر
9	عدم اطمینان	4/477	12/595	0/001	معتبر
10	تصمیم‌گیری غیر منطقی	4/386	12/200	0/001	معتبر

* با توجه به تعداد زیاد شاخص‌ها، فقط نتایج مرتبط با ابعاد در مقاله گزارش شده است.

نتایج جدول شماره 7، نتایج نشان می‌دهد تعداد 2 عدد از شاخص‌ها به علت عدم کسب امتیازات و شرط لازم (مد و میانه پایین تر از 3، میانگین پایین تر از 3، انحراف معیار بزرگتر از 1 ضریب تغییرات بزرگتر از 0/3 و همچنین عدم وجود اجماع نظر بین کارشناسان، رهبران کارآفرین و نخبگان ($sig < 0/05$) نامناسب تشخیص داده شدند لذا تعداد مدل نهایی با 10 بُعد و 61 شاخص انتخاب شد. همچنین برای بررسی اعتبار شاخص‌ها و مدل از معیارهای چهارگانه گلیسر و اشتراوس (1967) بهره گرفته شد.

جدول 8- نتایج آزمون t تک نمونه ای برای تعیین درجه اعتبار مدل پیشنهادی

آیتم	سوالات	میانگین	t	df	Sig.
تطبیق	آیا مدل و شاخص‌ها از داده‌های بررسی شده تولید شده است؟	4/363	11/173	16	0/0001
قابلیت فهم	آیا شاخص‌ها شکل کلی نظام‌مند به هم مرتبط شده‌اند؟	4/409	12/348	16	0/0001
قابلیت تعمیم	آیا مدل چنان تبیین شده که تغییر شرایط متفاوت را در نظر بگیرد؟	4/590	13/942	16	0/0001
کنترل	آیا یافته‌های نظری برای طراحی مدل با اهمیت به نظر می‌رسند؟	4/454	12/197	16	0/0001

نتایج جدول شماره 8 نشان می‌دهد در سازه‌های تطبیق، قابلیت فهم بودن، قابلیت تعمیم بودن و کنترل، مقدار آماره t محاسبه شده در سطح 0.01 معنادار است و مقایسه میانگین مشاره شده با میانگین مورد انتظار نشان می‌دهد که مدل نهایی از دیدگاه متخصصان با اطمینان 99 درصد دارای اعتبار است.

بحث و نتیجه‌گیری

تصمیم‌گیری در کسب و کارهای ورزشی به فراخور نوع فعالیت خدماتی آنها که با تغییرات سریع محیط و علم و فناوری همراه است و بازار رقابتی بسیار فشرده و سنگینی که دارند، چالش عظیمی پیش روی مدیران و تصمیم‌سازان آنها به وجود آورده است و بنابراین برای عبور از این چالش باید به دنبال یک رویکرد شالوده شکن در تصمیم‌گیری و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بود. در محیط با شرایط عدم قطعیت عمیق، بررسی وضعیت‌های آینده موضوع تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و همچنین تفکیک مرزهای موجود بین موضوع‌های گوناگون و یافتن جایگزین‌های مناسب، بسیار مشکل و در عین حال پر اهمیت است. در این وضعیت به راه‌حل‌های شهودی می‌توانند گزینه مناسبی باشند. وقتی مدیران از دریافت‌های شهودی خود استفاده می‌کنند، خیلی زود می‌توانند مشکلات را شناسایی نمایند و به نوعی راه حل مساله را پیدا کنند از این رو این پژوهش شیوه‌ها و نقش‌های الهام‌کارآفرینانه موثر در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای ورزشی را شناسایی کرد. که بر اساس یافته‌ها الهام‌کارآفرینانه با ایجاد هشت نقش و قابلیت کلی هوشمندی، بهبود تصمیم‌گیری، قصدکار آفرینی، بهبود نگرش کارآفرینانه، تسهیل کسب و کار، تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین، تشخیص فرصت و اثر بخشی فرصت در تصمیم به

بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش مثبت و با کانونی کردن ابعاد عدم اطمینان و تصمیم‌گیری غیر منطقی در تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش منفی دارد.

بر اساس یافته‌ها الهام‌کارآفرینانه با ایجاد قابلیت هوشمندی بر خوردارند بهتر فکر می‌کنند، آینده‌نگر تر هستند، ارتباطات بهتری دارند و نهایتاً خودآگاهی بالاتری دارند که این مزایا در بهبود تصمیم‌گیری برای بهره‌برداری از فرصت خصوصاً در عدم اطمینان محیطی بسیار سودمند است. به طور کلی هوشمندی با قابلیت‌های فنی برای پشتیبانی از فرآیند تصمیم‌گیری و با کمک اطلاعات قابل اعتماد و قابل تحلیل، در بالا بردن کیفیت تصمیم‌گیری در کسب و کارها مؤثر است الهام‌کارآفرینانه چهار ویژگی شناختی کارآفرینان چون تمایل به ریسک، تحمل ابهام، خوش‌بینی‌گرایی‌پذیر و هوشیاری نسبت به فرصت‌ها را تقویت می‌کند (بارون، 2006؛ شین و ونکاتارامن، 2000). در این راستا نویتسکی و هوداد (2019) و کرسنت، سابرینا و دل وال (2021) بر اثر مثبت هوشمندی در کسب و کار بر توسعه تصمیم‌گیری برای بهره‌برداری از فرصت تاکید داشتند.

یافته‌ها تاکید دارد الهام کارآفرینانه در بهبود تصمیم‌گیری تاثیر داد تصمیم‌گیری در عدم قطعیت با کاهش دسترسی به اطلاعات، افزایش ریسک و کاهش زمان برای تصمیم‌گیری در ارتباط است در چنین دوره‌ای، کارآفرین بایستی بتواند بر اساس شهود مبتنی بر تجربه و دانش قبلی بهترین تصمیم را بگیرد کارآفرینی که از شهود بالایی برخوردار است سریعتر و درست‌تر تصمیم می‌گیرد. در این ارتباط محمدی و همکاران (1400) بیان داشتند که قضاوت شهودی در بهبود حل مسأله و تصمیم‌گیری تاثیرگذار است کرزنر (2019) نیز بیان نمود الهام کارآفرینی در تصمیم‌گیری کارآفرینان نقش به‌سزایی دارد. همچنین پولاک و همکاران (2021) نیز افزایش قدرت تصمیم‌گیری، کاهش ترس از شکست را از نتایج الهام‌های کارآفرینانه می‌دانند. همچنین در این ارتباط محققان برجسته‌ای از جمله بارون و وارد (2007) و میشل و همکاران (2009) نیز در تحقیقات خود به نقش شهود، شناخت و ادراکات ذهنی در فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینان اشاره نموده و عنوان کرده‌اند که به کارگیری مهارت‌های ادراکی-شناختی، جهت‌گیری‌های ذهنی و شهودی و قضاوت‌های مبتنی بر تجربه در تصمیم‌گیری کارآفرینان اهمیت بسزایی دارد.

همچنین الهام کارآفرینانه باعث توسعه قصدکارآفرینی می‌شود الهام‌های ذهنی باعث می‌شود که فرد برای ایجاد کسب و کار و یا توسعه آن دلگرم شده و با توجه به اثرات شهودی، تا حدودی به نتایج اشراف داشته باشد از اینرو سعی می‌کند در سریعترین زمان قصد کارآفرینانه خود را به سرانجام برساند. سازمان‌ها در شکل‌دهی مقاصد کارآفرینی، توانایی‌های خود را برای انجام عمل مورد نظر همراه با ارزش بازگشتی مورد انتظار از الهام‌های شهودی بهره می‌گیرند (استیل و کئونگ، 2006). در این راستا ادبیات پژوهش تایید می‌کند الگوهای نقش الهام‌بخش شهود تنها زمانی اهداف کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کنند که با نگرش‌های مثبت نسبت به بهره‌برداری از فرصت کارآفرینی ترکیب شوند. چنین یافته‌هایی با دیدگاهی که در مورد پیچیدگی در پیش‌بینی مقاصد کارآفرینی استدلال می‌کند همسو هستند (کروگر و کیکول، 2006). نویسکی و هادود (2019) بر نقش الهام در تقویت قصدکارآفرینی تاکید دارند.

بهبود نگرش کارآفرینانه از دیگر نتایج الهام کارآفرینانه در جهت بهره‌برداری از فرصت می‌باشد در کارآفرینی، داشتن توانایی‌های کارآفرینی لزوماً منجر به ایجاد سرمایه‌گذاری جدید نمی‌شود مگر اینکه نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی ایجاد شود. به همین ترتیب، الهام‌کارآفرینانه با بهبود نگرش، مقاصد رفتاری کارآفرینان را افزایش دهد (استراتمن و همکاران، 2018؛ اوم و پاتل¹، 2004). همچنین مطالعات گذشته اثر الهام بر بهبود نیت رفتاری را تایید می‌کنند (بانسال و تیلور، 2002؛ فیتزسیمونز و داگلاس، 2011؛ جیانگ و همکاران، 2016؛ استیل و کونیگ، 2006؛ استراتمن و همکاران، 2018).

بر اساس نتایج تسهیل کسب‌وکار از دیگر مزایای الهام کارآفرینانه است، ساختار الهام کارآفرینانه، منعکس‌کننده طرز تفکری است که کارآفرینان را در درگیر شدن با فعالیت‌های کارآفرینانه منحصر به فرد می‌کند و افراد را قادر می‌سازد تا کارآفرینانه فکر و عمل کنند، زیرا زیربنای استراتژی‌های موفق آینده در جهت

¹ Umeh & Patel

تسهیل کسب و کار است. در این ارتباط استراتژمن و همکاران (2018) بر اثرات الهام بر ایجاد کسب و کار و احمد و همکاران (2010) بر نقش شهود در توسعه سرعت عمل کارآفرین و توسعه چشم انداز کارآفرینی تاکید کرد.

تقویت روحیه و شخصیت کارآفرین نیز بر اساس الهام کارآفرینانه در جهت بهره برداری از فرصت کارآفرینانه تقویت می شود بدون شک صفات کارآفرینانه در شکل دادن رفتار فردی حایز اهمیت است. الگوهای روان شناختی، نقش شخصیت، انگیزش و تمایل در تاثیر گذاری بر کارآفرینی داشته و الهام کارآفرینانه نیز حاصل کاراکتر کارآفرینی است که با تکیه بر توانایی و مهارت های درونی برای بهره برداری از فرصت تلاش می کند. در این ارتباط پورفیریو و همکاران (2023) تأکید می کند که تنها کارآفرینان با تحمل ریسک بالا و خصوصیات شخصی خاص قادر به مقابله با خطرات کارآفرینی در انجام کار هستند همچنین وارثیووارنا و همکاران (2019) نشان داد که الهام با اثر مثبت بر تمایل به ریسک و تحمل ابهام در توسعه کارآفرینی و بهره برداری از فرصت تاثیر مستقیم دارد.

بر اساس نتایج تشخیص فرصت و اثربخشی از نتایج الهام و شهود در تصمیم گیری کارآفرینانه است الهام باعث می شود که فرد در مورد بهره برداری از فرصت اطمینان حاصل کند و با اتکا به نفس و با تحلیل شهودی در مورد زوایای مختلف یک فرصت، ارزیابی نسبتاً دقیقی از موقعیت داشته لذا فرصت را بهتر تشخیص داده و می تواند به بهترین نحو ممکن آن را به سرانجام نکو ختم کند. در این راستا اولینک¹ و همکاران (2014) بیان داشتند الهام به عنوان یک حالت انگیزشی است که افراد را مجبور می کند تا ایده ها را تحقق بخشند. تد مرادیان (2016) نیز بیان نمود که الهام کارآفرینی در تصمیم گیری در فرصت های جدید باعث ایجاد نوآوری می شود محمدی و همکاران (1400)، پولاک و همکاران (2021) بر تشخیص فرصت بعنوان یکی از مهمترین نتایج تفکر شهودی تاکید داشتند کرزنر (2019) نیز بیان نمود الهام کارآفرینی در تصمیم گیری به کشف فرصت های کاملاً ناشناخته تجلی می یابد

همچنین یافته ها نشان داد کانونی کردن ابعاد عدم اطمینان و تصمیم گیری غیر منطقی در تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینی نقش منفی دارند الهام کارآفرینی همانقدر که می تواند در بهره برداری از فرصت مفید باشد می تواند مانعی برای آن نیز باشد که البته این نکته مثبتی برای این قابلیت ذهنی و شهودی محسوب می شود چرا که می تواند ریسک ناشی از شکست را به حداقل برساند. تراش و همکاران (2010) بیان داشتند که الهام می تواند در مواقعی بازدارنده باشد و باعث ترس از شکست شده و کارآفرین را از فرصتی باز دارد.

اثرات تحول آمیز الهام و سایر تغییرات ذهنی و روانشناختی درون کارآفرین نباید هنگام تحقیق در مورد فرآیند بهره برداری از فرصت کارآفرینی مورد غفلت واقع شوند. علاوه بر این وجود عدم قطعیت در تصمیم گیری کارآفرینان در ایران به دلیل ریشه های اقتصادی و عدم ثبات ارز و تحریم های اقتصادی مشخص می کند مدیران کارآفرین با عدم قطعیت های زیادی مواجه هستند که سرچشمه آن عمده مربوط به اطلاعات و زمان است. این دو عامل در کنار هم باعث ایجاد حس ابهام و عدم قطعیت می شود و تصمیم گیران را به سمت تصمیم گیری شهودی سوق می دهد. درحقیقت ترکیبی از اطلاعات نامعتبر و تغییرات اطلاعات موجود در طول زمان باعث می شود که تصمیم گیران عملاً مبانی تصمیم گیری محکمی نداشته باشند و مجبور شوند به شهود اتکا کنند. بنابراین در نبود اطلاعات معتبر تصمیم گیران در تلاش در خصوص تصمیم گیری بهره برداری از فرصت ها، رهبران کارآفرین در عدم قطعیت با توجه به اینکه افراد عموماً دارای تجربه مرتبط با موضوع هستند الهام های ذهنی بیشتری در این افراد دیده می شود که باعث تصمیم گیری های خاص در کمترین اطلاعات ممکن می شود. این استدلال دلالت بر این دارد که قضاوت های شهودی جهت گیری ها و فرایندهای ذهنی به منزله راهکارهایی هستند که کارآفرینان به عنوان یک میانبر در رفع ابهام موجود در محیط مسأله به کار می

¹ Oleynick

برند. در واقع ادراك، شهود و شناخت شخصي کارآفرین حربه هايي هستند که کارآفرینان از آنها جهت رویارویی با عدم اطمینان و عدم قطعیت محیطی بهره می‌برند.

این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بود از جمله به محدودیت‌های ناشی از موضوع، چندوجهی بودن تصمیم‌گیری و تاثیر متغیرهایی اجتماعی، فرهنگی، روانشناختی، محیطی، ویژگی‌های خاص فرصت، اشتیاق کارآفرین، احساسات و ...، لازم است در پژوهش‌های بعدی امکان شناخت متغیرهای مرتبط باموضوع فراهم شود که قدرت تبیین بیشتری داشته باشد. همچنین براساس نتایج از آنجا که تصمیمات کارآفرینانه در محیط‌های پویای کارآفرینی که امکان ارزیابی همه اطلاعات وجود ندارد، اتخاذ می‌شوند، به کارآفرینان توصیه می‌شود به منظور رویارویی با عدم اطمینان محیطی به همه جوانب مسأله پیش رو به صورت منسجم توجه نموده و از این طریق سطح درک خود از ریسک نهفته در ماهیت تصمیم‌گیری را افزایش دهند و بتوانند موقعیتی که در مقایسه با سایرین مخاطرات کمتری دارد را انتخاب نمایند. همچنین بر اساس نتایج الهام‌کارآفرینانه منجر به اعتقادات خوش بینانه و یک امر مثبت می‌شود که می‌تواند در یک فرصت باعث افزایش اعتماد به نفس کارآفرین شود و باعث شود او شانس موفقیت را بالا ببرد. بنابراین با توجه به اینکه کارآفرینان عموماً به حوزه گسترده اطلاعاتی دسترسی ندارند، پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت قابلیت‌های ذهنی و شناختی خود تلاش نمایند؛ چرا که این کار به آنها کمک می‌کند تا به جای تجزیه و تحلیل‌های منطقی و حساب‌های سرانگشتی از راهکارهای ابتکاری مبتنی بر پردازش‌های ذهنی اطلاعات استفاده نموده و با متمایز سازی راهکارهای جایگزین و ترکیب مجدد آنها با یکدیگر به یک راهکار تصمیم‌گیری همه جانبه و رضایت بخش دست یابند. نهایتاً پیشنهاد می‌شود که دانشگاه‌ها و موسسات آموزش کارآفرینی در جهت تقویت تصمیمی‌گیری شهودی و الهام کارآفرینانه در دانشجویان و کارآفرینان آینده، در جهت موفقیت در کارآفرینی و بهره‌برداری از فرصت، فرایند تصمیم‌گیری شهودی و ادراکات ذهنی را در آنها با آزمون‌های حل مسئله و موقعیت‌سازی عملی تقویت کرده و بدین واسطه تصمیمات آنان را در رابطه با بهره‌برداری از فرصت مورد ارزیابی و توسعه قرار دهند.

تقدیر و تشکر

از آنجائیکه این مقاله مستخرج از رساله دکتری اینجانب می‌باشد بنابراین از استایید محترم که اینجانب را در نگارش رساله و مقاله استخراجی از آن کمک و راهنمایی کردند تشکر و قدردانی می‌شود.

References

- [Abdi Jamiraan, Ali; Elaha Hosseini and Sultan Ravai, 2016, review of opportunity recognition models in the entrepreneurial process, bimonthly research in arts and humanities 2 \(3\), 79-88. \(In persian\)](#)
- [Abdzadeh, Farhad, Kashif, Mirmohammed, Broumand, Mohammadreza, & Fatahpour Marandi, Morteza. \(1400\). Profile of entrepreneurship of sports science faculties in Iran and presentation of employment and entrepreneurship model. Sports Management Journal, 13\(4\), 1127-1155. \(In persian\)](#)
- [Ahmadi, Siros, Akhwan Mahdavi, Mohsen, & Mokhtari, Maryam. \(2017\). Identification of entrepreneurial opportunities in social sciences and sociological explanation of factors affecting the exploitation of opportunities in Iran. Applied Sociology, 29\(3\), 181-202. \(In persian\)](#)
- [Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. \(2020\). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. The International Journal of Management Education, 18\(1\), 100327.](#)
- [Alvarez SA, Parker S. 2009. Emerging firms and the allocationofcontrolrights: a Bayesian approach. Academy of Management Review. 34\(2\): 209-227.](#)
- [Andries P, Debackere K, Van Looy B. 2013. Simultaneous experimentation as a learning strategy:](#)

- [business model development under uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal* 7\(4\): 288–310.](#)
- [Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. \(2008\). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34\(3\), 325–374.](#)
- [Ashuri, Taghi, Dosti, Morteza, Razavi, Seyyed Mohammad Hossein, & Hosseini, Abolhassan. \(1400\). Strategies for developing sports entrepreneurship opportunities on a macro level. *Public Policy in Management*, 12\(4\), 125-142. \(In persian\)](#)
- [Auerswald, P., & Dani, L. \(2022\). Entrepreneurial opportunity and related specialization in economic ecosystems. *Research Policy*, 51\(9\), 104445.](#)
- [Azimzadeh Sidmorteza, Ehsani Mohammad, Kurdnaji Asda..., Koze Chian Hashem, Pitz Brenda, \(2013\). A model for starting small and medium sports businesses. *Sports management and development*, number \(1\), year \(2014-7\), pages \(51-68\). \(In persian\)](#)
- [Azma, Fereydoun, Kargarzar, Betoul, & Saidi, Parviz. \(1401\). An analysis of entrepreneurial intuition in small and medium businesses under economic uncertainty. *Studies of entrepreneurship and sustainable development of agriculture.-* \(\), \(In persian\)](#)
- [Bansal, H. S., & Taylor, S. F. \(2002\). Investigating interactive effects in the theory of planned behavior in a service-provider switching context. *Psychology & Marketing*, 19\(5\), 407-425.](#)
- [Baron, R. A. \(2006\). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of management perspectives*, 20\(1\), 104-119.](#)
- [Baron, R. A., & Ward, T. B. \(2007\). Behavioral & cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship*. 28\(2\), 553-574.](#)
- [Brinckmann J, Grichnik D, Kapsa D. 2010. Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planningperformance relationship in small firms. *Journal of Business Venturing*. 25\(1\): 24–40.](#)
- [Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. \(1998\). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13\(4\), 295-316.](#)
- [Chwolka A, Raith MG. 2012. The value of business planning before start-up: a decision-theoretical perspective. *Journal of Business Venturing* 27\(3\): 385–399.](#)
- [Clandinin, D. J., & Caine, V. \(2013\). Narrative inquiry. In *Reviewing qualitative research in the social sciences* \(pp. 166-179\). Routledge.](#)
- [Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. \(2004\). *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. John Wiley & Sons](#)
- [Conner, M., & McMillan, B. \(1999\). Interaction effects in the theory of planned behaviour: Studying cannabis use. *British journal of social psychology*, 38\(2\), 195-222.](#)
- [Crecente, F., Sarabia, M., & del Val, M. T. \(2021\). Climate change policy and entrepreneurial opportunities. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120446.](#)
- [Creswell, J.W., and Miller, D.L. \(2000\). Determining validity in qualitative inquiry, *Theory into Practice*, 39 \(3\) , 124-130.](#)
- [Crick, J. M., Crick, D., & Chaudhry, S. \(2020\). Entrepreneurial marketing decision-making in rapidly internationalising and de-internationalising start-up firms. *Journal of Business Research*, 113, 158-167.](#)
- [Cronbach, L. J. \(1951\). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16\(3\), 297-334.](#)
- [Cui, J., Sun, J., & Bell, R. \(2021\). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19\(1\), 100296.](#)
- [Cui, J., Sun, J., & Bell, R. \(2021\). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19\(1\), 100296.](#)

- [Delmar F, Shane S. 2003. Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*. 24\(12\): 1165–1185](#)
- [Fayolle, A. and Gailly, B. \(2008\), “From craft to science’: teaching models and learning processes in entrepreneurship education”, *Journal of European Industrial Training*, Vol.32No.7, pp.569-593.](#)
- [Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. \(2011\). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 26\(4\), 431-440.](#)
- [Glaser, B., Strauss, A., 1967. *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine Publishing Company, Hawthorne, NY](#)
- [Godarzi, Mehdi; Jalali Farahani, Majid; Rajabi, Hossein; Hamidi, Mehrzad. \(2015\). Analysis of effective behavioral factors in promoting entrepreneurship of sports management students. *Scientific-research quarterly of organizational behavior management studies in sports*. Volume 3, Number 3 - Series 11, 45-53. \(In persian\)](#)
- [Gorard, S., & Taylor, C. \(2004\). *Combining methods in educational and social research*. New York: Open University Press.](#)
- [Gruber M. 2007. Uncovering the value of planning in new venture creation: a process and contingency perspective. *Journal of Business Venturing*. 22\(6\): 782–807.](#)
- [Gustafsson, V. \(2009\). Entrepreneurial decision-making: thinking under uncertainty. *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*, 285-304.](#)
- [Henry, Habib and Mandalizadeh, Zainab. \(2012\). The framework for explaining and compiling the statement of the mission of entrepreneurship in the country's sports from the point of view of sports experts. *Applied research in sports management*. Volume 2, Number 5, Summer 2012, Pages 49-61. \(In persian\)](#)
- [Heydari, R., Keshtidar, M., Dehghan Ghahfarokhi, A., Esfehiani, M., Perić, M., & Oveysi Sani, F. \(2022\). Modeling the Institutional Factors Affecting the Exploitation of Entrepreneurial Opportunities in the Sports Tourism Industry Using an Interpretive-Structural Approach. *Iranian Journal of Management Studies*, 15\(2\), 189-205.](#)
- [Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. \(2008\). Regulatory focus and new venture performance: A study of entrepreneurial opportunity exploitation under conditions of risk versus uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2\(4\), 285-299.](#)
- [Holsti, O. R. \(1969\). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley \(content analysis\).](#)
- [Hosseini, Seydiagoub, Nemat Elahi, Zaimah, & Falahzadeh, Melika. \(1402\). Entrepreneurs' decision-making in industry choice: the role of intuition, emotion and logic. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, \(\), -. \(In persian\)](#)
- [Jabeur, S. B., Ballouk, H., Mefteh-Wali, S., & Omri, A. \(2022\). Forecasting the macrolevel determinants of entrepreneurial opportunities using artificial intelligence models. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121353.](#)
- [Jiang, T. H., Chen, S. L., & Chen, J. K. \(2016\). Examining the role of behavioral intention on multimedia teaching materials using FSQCA. *Journal of Business Research*, 69\(6\), 2252-2258.](#)
- [Kirzner, I. M. \(2019\). Entrepreneurial inspiration. *The Review of Austrian Economics*, 32\(2\), 101-105.](#)
- [Kozechian, Hashem, Ehsani, Mohammad, Azimzadeh, Seyed Morteza, Kardenaij, Asda..., Pitts, Brenda. \(2013\). A model for launching small and medium sports businesses. *Sports Management and Development*, 3\(1\), 51-68. \(In persian\)](#)
- [Krueger, N. F. \(2017\). *Is Research on Entrepreneurial Intentions Growing? Or... Just Getting Bigger? Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expanded edition*, 35-40.](#)

- Krueger, N. F., & Kickul, J. (2006, January). So, you thought the intentions model was simple? Navigating the complexities and interactions of cognitive style, culture, gender, social norms, and intensity on the pathways to entrepreneurship. In USASBE conference, Tuscon, AZ (pp. 12-15).
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4), 563-575.
- McMullen, J. S. (2015). Entrepreneurial judgment as empathic accuracy: A sequential decision-making approach to entrepreneurial action. *Journal of Institutional Economics*, 11(3), 651-681.
- Michl, T., Welpe, I. M., Spörrle, M., & Picot, A. (2009). The role of emotions and cognitions in entrepreneurial decision-making. *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*, 167-190.
- Mohammad Kazemi, Reza; Zaafrican, Reza; Khodayari, Abbas; Javadnia, Seyyed Mehran. (2013). Identifying business (entrepreneurial) opportunities in the sports industry with an information technology approach. *Journal of Entrepreneurship Development*. Volume 7, Number 1, Spring 2013, Pages 95-112.
- Mohammadi, Mohammad, Azma, Fereydoun, Bayani, Ali Asghar, & Shujaei, Samere. (1400). Presenting the intuitive model of organizational entrepreneurship in the Melli Bank of Iran from the point of view of sociology of organizations. *Sociological Studies*, 14(53), 25-45. (In persian)
- Mooradian, T., Matzler, K., Uzelac, B., & Bauer, F. (2016). Perspiration and inspiration: Grit and innovativeness as antecedents of entrepreneurial success. *Journal of Economic Psychology*, 56, 232-243.
- Moss, S., Prosser, H., Costello, H., Simpson, N., Patel, P., Rowe, S., ... & Hatton, C. (1998). Reliability and validity of the PAS-ADD Checklist for detecting psychiatric disorders in adults with intellectual disability. *Journal of intellectual disability research*, 42(2), 173-183.
- Namjoo, Fatima; Mehrabi, Javad and Sakti, Parviz (1401). Designing a pattern of exploitation of opportunities in line with the development of entrepreneurship in Iran's waste industry. *Journal of Development and Capital*, 7(2), 252-272. (In persian)
- Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183-193.
- Oleynick, V. C., Thrash, T. M., LeFev, M. C., Moldovan, E. G., & Kieffaber, P. D. (2014). The scientific study of inspiration in the creative process: Challenges and opportunities. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8, 436.
- Pak Gohar, Alireza, & Khalili, Mohaddeh. (1400). Examining sample size in qualitative sampling methods. *Science Promotion*, 12(1), 270-297. (In persian)
- Pollack, J. M., Maula, M., Allison, T. H., Renko, M., & Günther, C. C. (2021). Making a contribution to entrepreneurship research by studying crowd-funded entrepreneurial opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(2), 247-262.
- Porfírio, J. A., Felício, J. A., Carrilho, T., & Jardim, J. (2023). Promoting entrepreneurial intentions from adolescence: The influence of entrepreneurial culture and education. *Journal of Business Research*, 156, 113521.
- Ratten, V. (2018). The future for sport entrepreneurship. *Sport Entrepreneurship*, 12(5), 139-49.
- Razavi, Seyyed Mohammad Javad; Hero of Tabrizi, Korosh; Zarei Mahmoudabadi, Mohammad. (2016). Identifying and ranking factors affecting entrepreneurship in sports with a coherent approach of multi-criteria analysis and Copeland. *Researches on sports management and movement behavior*. Volume 12, Number 23, Spring and Summer 2015, Pages 113-130(In persian)
- Sabrina Dhahri, Anis Omri (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development* 106 (2018) 64–77.
- Said, S., Bouloiz, H., & Gallab, M. (2023). New model for making resilient decisions in an uncertain context: The rational resilience-based decision-making model (R2DM). *Decision Making*:

- Applications in Management and Engineering*, 6(1), 34-56.
- Scott, W. A. (1955). Reliability of content analysis: The case of nominal scale coding. *Public opinion quarterly*, 321-325.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Sharfizadeh, Daud. Abbasi, Ebrahim, and Mehrabi, Javad. (1401). Designing a strategic decision-making model for venture capitalists in selecting start-up businesses in Iran with an emphasis on the embargo era. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 15(2), 263-280. (In persian)
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Spector-Mersel, G. (2010). Narrative research: Time for a paradigm. *Narrative inquiry*, 20(1), 204-224.
- Steel, P., & König, C. J. (2006). Integrating theories of motivation. *Academy of management review*, 31(4), 889-913.
- Straatmann, T., Rothenhöfer, L. M., Meier, A., & Mueller, K. (2018). A configurational perspective on the theory of planned behaviour to understand employees' change-supportive intentions. *Applied Psychology*, 67(1), 91-135.
- Tepe Rashi, Gitti, Esmaili, Mohammadreza, & Amirtash, Abdolreza. (2016). Examining the relationship between entrepreneurial characteristics of managers and performance in sports clubs. *Journal of Sports Management*, 9(4), 777-792. (In persian)
- Thrash, T. M., Elliot, A. J., Maruskin, L. A., & Cassidy, S. E. (2010). Inspiration and the promotion of well-being: tests of causality and mediation. *Journal of personality and social psychology*, 98(3), 488.
- Umeh, K., & Patel, R. (2004). Theory of planned behaviour and ecstasy use: An analysis of moderator-interactions. *British journal of health psychology*, 9(1), 25-38.
- Wartiovaara, M., Lahti, T., & Wincent, J. (2019). The role of inspiration in entrepreneurship: Theory and the future research agenda. *Journal of Business Research*, 101, 548-554.