



Investigating the Effect of Knowledge-based Companies on Entrepreneurship, Entrepreneurial Self-Efficacy and Innovation

Alireza Esfandiari¹|Akbar Mahdavi²| Mehrdad Moharamzadeh^{3✉}| Amir Hossein Hormati⁴

1. Department of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. E-mil: esfandiari.alireza76@gmail.com
2. Department of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. E-mil: Mahdaviakbar65@gmail.com
3. Corresponding Author, Department of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. E-mail: mmoharramzadeh@yahoo.com
4. Department of Sports Physiology, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. amirho3ein1378614@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
29. 07. 2024
Revised:
04. 11. 2024
Accepted:
04. 11. 2024

Keywords:
Knowledge-based
Companies,
Sports Entrepreneurship,
Self-efficacy,
Innovation,
Global Markets.

Introduction: In recent decades, the growth and development of knowledge-based companies, especially in sports fields, have had significant effects on sports entrepreneurship and the enhancement of the self-efficacy of sports entrepreneurs. These companies can create new products and services using scientific and technological innovations. In addition, they can establish a new market for themselves by developing innovative products and services and applying various advertising and marketing strategies, thereby enhancing their sales and income. The purpose of this research was to investigate the effect of knowledge-based companies on entrepreneurship and entrepreneurial self-efficacy with the mediating role of innovation.

Methodology: The research adopted a descriptive-analytical method and was applied in terms of purpose. It was conducted as a survey. The statistical population included 524 post-graduate students from various physical education and sports disciplines in the universities of Ardabil, East Azerbaijan, and West Azerbaijan in the academic year 2014–2015. The sample size was 247, based on Cohen's formula. The measurement tools were standard questionnaires. Validity was verified through convergent, divergent, and content validity. Cronbach's alpha was used to determine the reliability of the questionnaires. Due to incomplete responses, 224 questionnaires were finally analyzed using descriptive statistics (frequency, mean, and standard deviation) and structural equation modeling in SPSS21 and AMOS23 software.

Findings: The findings revealed that sports knowledge-based companies had a 20% positive effect on sports entrepreneurship and a 52% positive effect on self-efficacy. They also had a 35% positive effect on innovation in global markets. Additionally, sports entrepreneurship had a 24% positive effect on innovation in global markets, while entrepreneurial self-efficacy had a 34% positive effect on innovation in global markets. These results underscore the importance of utilizing entrepreneurial tools and self-efficacy in knowledge-based sports companies.

Conclusion/ Implications: By providing new technologies and quality products, sports knowledge-based companies contribute to the growth of sports entrepreneurship and promote entrepreneurial self-efficacy. Through advanced technologies and innovative services, they enhance global markets and significantly impact customer attraction and competition with major brands. Thus, the mediating role of these companies in fostering entrepreneurship and increasing competitiveness in the sports industry is both valuable and vital.

Cite this article:

Esfandiari, A., Mahdavi, A., Moharamzadeh, M., & Hormati, A. H. (2025). Investigating the Effect of Knowledge-based Companies on Entrepreneurship, Entrepreneurial Self-Efficacy and Innovation. *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(4), 63-76.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2036562.1167>



© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

بررسی تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری

علیرضا اسفندیاری^۱، اکبر مهدوی^۲، مهرداد محرم‌زاده^۳ | امیرحسین حرمتی^۴

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: Esfandiari.alireza76@gmail.com

۲. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: Mahdaviakbar65@gmail.com

۳. نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: mmoharramzadeh@yahoo.com

۴. گروه فیزیولوژی ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: Amirho3ein1378614@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: در دهه‌های اخیر، رشد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان به‌ویژه در حوزه‌های ورزشی، اثرات قابل توجهی بر کارآفرینی ورزشی و افزایش خودکارآمدی کارآفرینان ورزشی داشته است. این شرکت‌ها با استفاده از نوآوری‌های علمی و فناوری، قادر به ایجاد محصولات و خدمات جدیدی هستند. افزون بر این، این شرکت‌ها می‌توانند با ایجاد محصولات و خدمات نوآورانه، بازاری جدید برای خود ایجاد کرده و با استفاده از استراتژی‌های متنوع تبلیغاتی و بازاریابی، به گسترش فروش و درآمد خود دست یابند. براین اساس، هدف از انجام این پژوهش، بررسی تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری بود.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

روش‌شناسی: پژوهش توصیفی - تحلیلی حاضر از نظر هدف، کاربردی بود که به‌صورت پیمایشی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل دانشجویان تحصیلات تکمیلی در گرایش‌های مختلف تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های استان اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ به تعداد ۵۲۴ نفر بودند. حجم نمونه آماری براساس فرمول کوهن، برابر با ۲۴۷ به دست آمد. ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسش‌نامه‌ای استاندارد بودند. برای تأیید روایی از سه نوع روایی همگرا، روایی واگرا و روایی محتوایی استفاده شد. جهت تعیین پایایی بخش‌های مختلف پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به پرسش‌نامه‌های ناقص، درنهایت، تعداد ۲۲۴ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف معیار) و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۱ و AMOS نسخه ۲۲ استفاده شد.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۵/۰۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۸/۱۴

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۸/۱۴

کلیدواژه‌ها:

شرکت‌های دانش‌بنیان، کارآفرینی ورزشی، خودکارآمدی، نوآوری، بازارهای جهانی.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی ۲۰ درصد و بر خودکارآمدی کارآفرینانه ۵۲ درصد تأثیر مثبت و معنادار داشتند. شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی ۳۵ درصد، کارآفرینی ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی ۲۴ درصد و خودکارآمدی کارآفرینانه بر نوآوری در بازارهای جهانی ۳۴ درصد تأثیر مثبت و معنادار داشت که این موضوع نشان‌دهنده اهمیت استفاده از ابزارهای کارآفرینی و خودکارآمدی در شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان بود.

نتیجه‌گیری / دستاوردها: شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی با ارائه فناوری‌های نوین و محصولات باکیفیت، به رشد کارآفرینی ورزشی و ارتقای خودکارآمدی کارآفرینانه کمک می‌کنند. آن‌ها با ایجاد تکنولوژی‌های پیشرفته و خدمات نوآورانه، بازارهای جهانی را بهبود می‌بخشند و تأثیر قابل توجهی در جذب مشتریان و رقابت با برندهای بزرگ دارند. به این ترتیب، نقش میانجی این شرکت‌ها در ترویج کارآفرینی و افزایش رقابت‌پذیری در صنعت ورزش، بسیار ارزشمند و حیاتی است.

استناد:

اسفندیاری، علیرضا، مهدوی، اکبر، محرم‌زاده، مهرداد. و حرمتی، امیرحسین. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۳ (۴)، ۶۳-۷۶.DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2036562.1167>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.



مقدمه

ورزش تنها به بازی در زمین محدود نمی‌شود و به‌عنوان یک بازار جهانی بزرگ در دنیا است. درحقیقت، صنعت ورزش شامل طیف گسترده‌ای از مشاغل و فرصت‌های کارآفرینی است که از تولیدکنندگان تجهیزات و لباس‌های ورزشی تا برنامه‌ریزان رویدادهای ورزشی، مربیان، مدیران تیم‌ها و متخصصان مشاوره و بازاریابی را در برمی‌گیرد. همچنین مشاغل مرتبط با تغذیه و تمرینات ورزشی نیز بخشی از این صنعت محسوب می‌شوند. به‌عنوان مثال، تولیدکنندگان مکمل‌های ورزشی و نویسندگان کتاب‌های تغذیه و برنامه‌های تمرینی نقش مهمی در این بازار ایفا می‌کنند؛ بنابراین، ورزش به‌عنوان یک صنعت، دارای جنبه‌های گسترده و متنوعی از مشاغل کوچک خانوادگی تا شرکت‌های بزرگ چندملیتی است (Liu et al., 2021). درسال‌های اخیر، توجه به اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان چگونه درحوزه ورزش نوآوری، کارآفرینی و خودکارآمدی را در بازار جهانی تقویت می‌کنند، به‌طور چشم‌گیری افزایش یافته است (Alnuhait et al., 2024). این شرکت‌ها با بهره‌گیری از تخصص‌های ویژه، تحلیل داده‌ها و فناوری‌های نوین، محصولات و خدمات پیشرفته‌ای را تولید می‌کنند که نیازهای متنوع ورزشکاران، هواداران و سازمان‌ها در اکوسیستم ورزشی را تأمین می‌کند (Bates 2020).

خودکارآمدی کارآفرینی به‌معنای اعتماد به توانایی‌ها و قدرت خود برای انجام و موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه است. وقتی فرد باور دارد که می‌تواند به‌عنوان یک کارآفرین موفق عمل کند، اعتمادبه‌نفس بیشتری پیدا می‌کند، به‌دنبال فرصت‌های جدید می‌گردد، با مخاطرات مواجه می‌شود و تصمیمات برنامه‌ریزی‌شده‌تری برای رسیدن به اهداف خود اتخاذ می‌کند. درواقع، خودکارآمدی کارآفرینی نقش حیاتی در تعیین پیشرفت و موفقیت یک کارآفرین ایفا می‌کند و براین‌اساس، ممکن است با منابع و مشکلات بیشتری روبه‌رو شود، اما به‌دلیل اعتماد بیشتر به توانایی‌های خود، درنهایت به موفقیت دست خواهد یافت (Shen et al., 2021). کارآفرینی درحوزه ورزش با چالش‌های متعددی مواجه است. رقابت بالا و نیاز به نوآوری، تغییرات سریع فناوری و دشواری در تأمین مالی، ازجمله این چالش‌ها هستند. همچنین تغییرات سلیقه مشتریان، مسائل حقوقی، و نیاز به مدیریت منابع انسانی متخصص می‌تواند مشکلاتی برای کارآفرینان ایجاد کند. نوسانات اقتصادی و رقابت جهانی نیز باید موردتوجه قرار گیرد. درنهایت، توجه به سلامت ورزشکاران و مسئولیت اجتماعی، فرصت‌هایی برای نوآوری و رشد در این صنعت فراهم می‌کند (Ratten & Jones, 2020). افزون براین، چالش‌های خودکارآمدی درزمینه کارآفرینی شامل عدم آگاهی نسبت به مفهوم خودکارآمدی، کمبود تجربیات عملی، ترس از شکست، محدودیت‌های مالی، فشارهای اجتماعی و فرهنگی، عدم مهارت‌های مدیریتی، تجربیات منفی گذشته و رقابت‌های شدید در بازار کار است. این عوامل می‌توانند به کاهش اعتمادبه‌نفس و احساس ناتوانی در افراد منجر شوند. تحقیقات در این حوزه می‌تواند به شناسایی و حل این مسائل و طراحی برنامه‌های مؤثر برای تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه کمک کند (Adatepe & Unlu, 2022). درصنعت ورزش، شرکت‌های دانش‌بنیان با ارائه فناوری‌ها و ابزارهای نوین می‌توانند تأثیر قابل‌توجهی بر خودکارآمدی کارآفرینی داشته باشند. فهمیدن تأثیرات این شرکت‌ها بر خودکارآمدی کارآفرینی درحوزه ورزش می‌تواند اطلاعات ارزشمندی درباره محرک‌ها و روندهای عملکرد کارآفرینان ورزشی به ما بدهد و به بهبود فعالیت‌های کارآفرینی و توسعه این صنعت کمک کند (Yu et al., 2023).

نوآوری در ورزش به‌عنوان یک عامل کلیدی برای تحول و پیشرفت در این حوزه مطرح است. به‌طور کلی، نوآوری نه‌تنها کیفیت و تجربه ورزشی را بهبود می‌بخشد، بلکه به ایجاد یک اکوسیستم پایدار و موفق در دنیای ورزش کمک می‌کند که برای ورزشکاران، مربیان، مدیران و هواداران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Tjønndal, 2017). نوآوری در ورزش به فرآیند ایجاد و پیاده‌سازی ایده‌های جدید یا بهبودیافته اطلاق می‌شود. این فرآیند شامل توسعه فناوری‌های جدید، روش‌های تمرینی نوین و رویکردهای جدید در مدیریت و سازماندهی است. عوامل کلیدی نوآوری در این حوزه شامل سرمایه‌گذاری در پژوهش و توسعه، استفاده از فناوری‌های پیشرفته، همکاری میان افراد و نهادهای مختلف، ایجاد فرهنگ نوآوری، جمع‌آوری و تحلیل بازخوردها و ارتقاء مهارت‌های مربیان و ورزشکاران می‌شود (Cheng, 2023). نوآوری به‌عنوان یک عامل اساسی در توسعه و پیشرفت

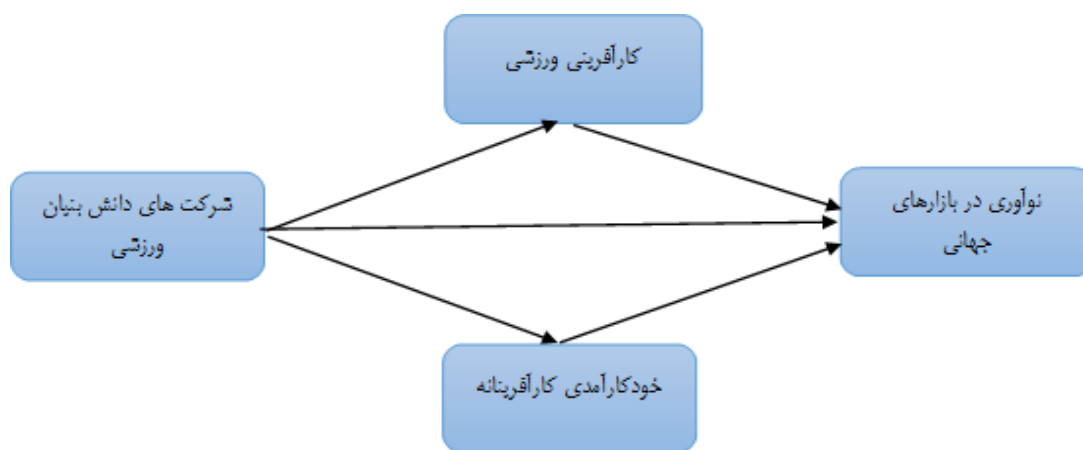
شرکت‌های دانش‌بنیان، کارآفرینی ورزشی و خودکارآمدی کارآفرینی نقش دارد. این سه حوزه با هم در ارتباط هستند و از طریق نوآوری می‌توانند رشد و توسعه خود را تسریع بخشند (Shi et al., 2020). شرکت‌های دانش‌بنیان با تولید و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه، به دنبال ایجاد راهکارهای جدید برای مشکلات موجود هستند. این شرکت‌ها نیاز دارند تا به دایره گسترده‌ای از دانش و تکنولوژی دسترسی داشته باشند تا بتوانند نوآوری‌های خود را بهتر و پایدارتر ارائه کنند (Balcombe & De Leo, 2021). نوآوری نه تنها به ایجاد راه‌حل‌های تحول‌آفرین کمک می‌کند، بلکه رقابت‌پذیری و پایداری سرمایه‌گذاری‌های ورزشی را نیز تقویت می‌کند (Yang et al., 2022).

مطالعه رابطه بین شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، کارآفرینی ورزشی و خودکارآمدی کارآفرینانه و همچنین بررسی تأثیر نوآوری در بهبود عملکرد و رقابت‌پذیری این شرکت‌ها در بازارهای جهانی همراه با تحلیل دقیق تعاملات پیچیده بین این عوامل، می‌تواند درک عمیقی از عملکرد و مزیت رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در مقیاس جهانی ارائه دهد. این تحقیق به دنبال ارائه درکی جامع از نحوه شکل‌دهی شرکت‌های ورزشی مبتنی بر دانش به کارآفرینی ورزشی و خودکارآمدی کارآفرینانه است که نوآوری نقش محوری در میانجی‌گری این روابط دارد. با بررسی پویایی‌های این زیست‌بوم، هدف ما کشف استراتژی‌ها و بهترین شیوه‌هایی است که می‌تواند کارآفرینان ورزشی را برای موفقیت در بازار جهانی توانمند کند. تحقیق در مورد تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینانه با نقش میانجی نوآوری در میان دانشجویان دانشگاهی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در دنیای امروز، ورزش به‌عنوان یکی از صنایع روبه‌رشد به‌شمار می‌رود و پیوند آن با دانش و فناوری می‌تواند بستر مناسبی برای ظهور ایده‌های نوآورانه و کارآفرینی فراهم کند. باتوجه‌به‌ای که دانشجویان به‌عنوان نسل جوان و آینده‌سازان جامعه، نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی دارند، شناسایی چالش‌های موجود در این زمینه ضروری است. بسیاری از دانشجویان به‌رغم داشتن پتانسیل‌های بالای نوآوری، به‌دلیل کمبود مهارت‌های لازم، عدم آگاهی از فرصت‌های موجود و فقدان حمایت‌های لازم از سوی نهادهای آموزشی و صنعتی، توانایی تبدیل ایده‌های خود به کسب‌وکار واقعی را ندارند. این پژوهش تلاش می‌کند تا با بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، موانع موجود را شناسایی کرده و به تقویت کارآفرینی و خودکارآمدی در بین دانشجویان بپردازد. نوآوری به‌عنوان یک عامل میانجی می‌تواند به افزایش اعتمادبه‌نفس و انگیزه دانشجویان در این مسیر کمک کند. ضرورت و اهمیت این مطالعه در این است که می‌تواند بستری برای حمایت از دانشجویان کارآفرین ایجاد کند و با فراهم کردن ابزارهای لازم، دانشجویان را در تحقق ایده‌های خود یاری نماید. نتایج این تحقیق می‌تواند به ارتقای سطح کارآفرینی در دانشگاه‌ها و تقویت زیست‌بوم نوآوری در صنعت ورزش کمک شایانی نماید. درنهایت، پژوهش حاضر باهدف کمک به مجموعه دانش موجود در زمینه کارآفرینی و نوآوری ورزشی، ارائه بینش‌های ارزشمند برای کسب‌وکارها، سیاست‌گذاران و سهام‌داران در صنعت ورزش انجام می‌شود. باتوجه‌به مطالب فوق، پژوهش حاضر به دنبال بررسی تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نقی‌زاده و همکاران (Naghizadehbaghi et al., 2024) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی باعث کارآفرینی در ورزش می‌شوند. بوجیری و همکاران (Buccieri et al., 2023) در پژوهشی نشان دادند که استفاده از استراتژی‌های بازاریابی کارآفرینی، به‌ویژه در بازارهای نوظهور، می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای رشد و توسعه و نوآوری ایجاد کند. بوسافیا و مک‌کلوی (Bousfiha & McKelvey, 2023) در پژوهشی که انجام دادند به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از دانش و علم، خودکارآمدی کارآفرینانه را افزایش می‌دهند. هامراشمیت و همکاران (Hammerschmidt et al., 2023) در پژوهشی که انجام دادند به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت محرک‌های مهم تغییر، نوآوری و اشتغال در ورزش هستند و ورزش نقش مهمی در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند. پراتاما و

همکاران (Pratama et al., 2023) در پژوهشی نشان دادند که عوامل زمینه‌ای مانند پویایی بازار و انگیزه‌های فردی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبتی دارند. هو (Hu, 2023) نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش مهمی در تقویت رفتارهای نوآورانه دارد. همچنین براساس مطالعاتی که ژانگ و همکاران (Zhang et al., 2022) انجام دادند به این نتایج پی‌بردند شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی نقش حیاتی در هدایت کارآفرینی ورزشی و افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه در بازارهای بین‌المللی ایفا می‌کنند. نائیجی و همکاران (Naeiji et al., 2022) اذعان داشتند استراتژی‌های نوآوری، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که به‌طور مداوم خود را به‌روز کرده و توانایی رقابتی خود را افزایش دهند. همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان که این دو عامل را به‌خوبی یکپارچه می‌کنند، عملکرد نوآورانه بهتری خواهند داشت و قادر به پاسخ‌گویی به تغییرات سریع بازار خواهند بود. نتایج یافته‌های سانگ (Song, 2022) نشان داد که شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر مثبتی بر کارآفرینی ورزشی دارند، اما اندازه این شرکت‌ها تأثیر کمی بر عملکرد ورزشی دارد. راتن (Ratten, 2018) در پژوهشی عواملی چون توانایی فرد برای تبدیل ایده‌ها به عمل، خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، توانایی برنامه‌ریزی و مدیریت پروژه‌ها، توسعه فناوری، تولید و انتشار دانش ورزشی، ایجاد بازارهای بین‌المللی جدی، خلق فرصت‌های توسعه و کاربرد دانش، بهینه‌سازی منابع، روش‌های نوین بازاریابی، رسانه، شبکه‌های دیجیتال و سرمایه‌گذاری دولت را از عوامل مهم و تأثیرگذار بر ترویج و پایداری شرکت‌های دانشی در ورزش ذکر کردند. لیو (Liu, 2021) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که محیط‌های حمایتی که سازمان‌های دانش‌بنیان می‌توانند فراهم کنند، نقش مهمی در تقویت احساس خودکارآمدی دارند. در همین راستا، ایبوس (Ibus, 2021) نشان داد که خودکارآمدی به‌عنوان یک میانجی در رابطه بین رهبری و تسهیم دانش سازمان‌ها و با رفتار کاری نوآورانه نقش مهمی دارد. قنده و همکاران (Qandah et al., 2021) در تحقیقی نشان دادند که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر نوآوری در بازار تأثیر مثبتی دارد و قابلیت‌های مدیریت دانش قوی باعث افزایش توان رقابتی و بهبود کیفیت محصولات و خدمات در این شرکت‌ها می‌شود.



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

اکبری و همکاران (Akbari et al., 2021) نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه به‌طور معناداری رفتار کاری نوآوری در بازار را تشویق می‌کند. گونزالس-سرانو و همکاران (González-Serrano et al., 2020) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی و نوآوری ورزشی پایدار تجزیه و تحلیل کتاب‌سنجی نشان دادند که کارآفرینی می‌تواند نقش مهمی در پیشبرد نوآوری‌های پایدار در صنعت ورزش ایفا کند. نتایج یافته‌های ناواریت و ویگینز (Nauright & Wiggins, 2020) نشان داد کارآفرینان ورزشی به‌عنوان نیروهای محرکه‌ای در زمینه نوآوری، توسعه محصول، و ایجاد مدل‌های کسب‌وکار جدید در صنعت ورزش شناسایی شدند. ترا و همکاران (Terra et al., 2020) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که محیط شرکت‌های مبتنی بر فناوری و

نوآوری در برزیل بسیار پایین است که با تشویق و حمایت‌های دولت می‌توان نوآوری در این شرکت‌ها افزایش داد. تحقیق اوربان (Urban, 2019) نشان داد که افراد با هوشیاری کارآفرینانه بالاتر، خودکارآمدی بیشتری دارند. به این معنی که این افراد به توانایی‌های خود در مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌ها باور بیشتری دارند. همچنین این پژوهش نشان داد که هوشیاری کارآفرینانه می‌تواند بهبود یافته و در نتیجه، عملکرد نوآوری را تحت تأثیر قرار دهد. افرادی که هوشیاری بیشتری دارند، بهتر می‌توانند فرصت‌های نوآورانه را شناسایی و از آن بهره‌برداری کنند. رضوی و همکاران (Razavi et al., 2019) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مهارت، تخصص، دانش و تجربه به‌طور قابل‌توجهی بر توسعه قابلیت‌های نوآوری فناورانه در شرکت‌های تولیدی ورزشی ایران تأثیرگذار هستند. باتوجه‌به مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش، چارچوب مفهومی به‌صورت شکل ۱، ترسیم می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و محتوایی از نوع توصیفی - پیمایشی بود و از لحاظ رویکردی پژوهشی، از نوع کمی که به روش میدانی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل تمام دانشجویان تحصیلات تکمیلی (کارشناسی‌ارشد و دکتری) گرایش‌های مختلف تربیت بدنی و علوم ورزشی در دانشگاه‌های استان‌های اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بودند. باتوجه‌به مرکز آمار و اطلاعات دانشگاه‌های مدنظر، مجموع دانشجویان گرایش‌های مختلف تربیت بدنی و علوم ورزشی در مقطع کارشناسی‌ارشد و دکتری ۵۴۴ نفر بود. برای تعیین حجم نمونه آماری براساس فرمول کوهن، توان آزمون ۰/۸۰ و اندازه اثر ۰/۳۰ برابر با ۲۴۷ به دست آمد که روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب برای مطالعه انتخاب شدند. بدین‌صورت که در شهرهای استان‌های اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی دانشگاه‌ها را به‌صورت دانشگاه‌های سراسری روزانه، شبانه، آزاد، پیام‌نور و غیرانتفاعی طبقه‌بندی و از بین این دانشگاه‌ها، دانشجویان به‌صورت تصادفی ساده انتخاب و پرسش‌نامه‌ها در بین آن‌ها توزیع شد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، شامل پرسش‌نامه‌های (۱) دانش‌بنیان گوزل‌زاده و همکاران (Gozalzadeh et al., 2020) که شامل ۱۷ سؤال در قالب پنج مؤلفه عوامل سازمانی، عوامل اقتصادی، عوامل تکنولوژی، عوامل انسانی و عوامل بازاریابی بود؛ (۲) کارآفرینی ورزشی صفاری و همکاران (Saffari et al., 2013)، که شامل ۷۴ سؤال در قالب ۱۲ مؤلفه نیاز به توسعه، تحمل ریسک، اعتقاد به سرنوشت، پشتکار، اطمینان، خلاقیت، تصمیم‌گیری، ابراز وجود، جستجوی فرصت، فرآیند انگیزش، هوش و مسئولیت بود؛ (۳) خودکارآمدی کارآفرینانه دی‌نابل و همکاران (De Noble et al., 1999) که شامل ۲۳ سؤال در قالب شش مؤلفه مهارت شناسایی فرصت‌ها، مهارت ایجاد محیط نوآورانه، مهارت توسعه منابع انسانی، مهارت ایجاد ارتباط با سرمایه‌گذاران، مهارت رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره و مهارت تعیین هدف اصلی است؛ و (۴) نوآوری در بازارهای جهانی اختران (Akhtaran, 2015) که شامل ۲۰ سؤال در قالب شش مؤلفه پیشگامی محصول در بازار، معرفی محصول نوآورانه، انعطاف‌پذیری در برابر تقاضای بازار، ارائه ایده‌های جدید برای محصول، عرضه محصولات جدید و بهبود مستمر در کیفیت محصولات است. روش نمره‌گذاری هر چهار پرسش‌نامه براساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) بود. برای تأیید روایی ابزارهای اندازه‌گیری از سه نوع روایی استفاده شد، روایی محتوایی، روایی همگرا و روایی واگرا. روایی محتوایی توسط نظرسنجی از اساتید بررسی شد. جهت بررسی روایی همگرا نیز میانگین واریانس‌های خروجی (AVE) به دست آمد که بیشتر از ۰/۵۰ بود. روایی واگرا نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای عاملی - حقیقی هر سازه حاصل شد. همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. ضرایب آلفای کرونباخ در هر چهار پرسش‌نامه از حداقل مقدار (۰/۷۰) بیشتر گزارش گردید. باتوجه‌به وجود پرسش‌نامه‌های ناقص، ۲۲۴ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی نظیر میانگین، میانه، مد، انحراف معیار، واریانس، دامنه تغییرات، حداقل

و حداکثر و آمار استنباطی نظیر آزمون کلموگراف- اسمیرنف برای تشخیص نرمال بودن داده‌ها استفاده شد. همچنین برای آزمون مدل پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری بهره گرفته شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۱ و AMOS نسخه ۲۲ استفاده شد.

یافته‌ها

در جدول ۱، یافته‌های مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی دانشجویان برحسب جنسیت، مقطع تحصیلی و رشته تحصیلی گزارش شده است. همانطور که در جدول ۱، مشخص است ۵۷/۶ درصد پاسخ‌گویان پسر و ۴۲/۴ درصد آن‌ها دختر بودند. ۸۴ درصد پاسخ‌گویان دانشجوی کارشناسی ارشد و ۱۶ درصد آنان نیز دانشجویان دکتری بودند. ۷/۵ درصد پاسخ‌گویان دانشجوی رشته رفتار حرکتی، ۳۱/۶ درصد دانشجوی فیزیولوژی ورزشی، ۳۸/۴ درصد دانشجوی مدیریت ورزشی، ۱۰/۲ درصد دانشجوی بیومکانیک ورزشی، چهار درصد دانشجوی روانشناسی ورزشی، ۴/۹ درصد دانشجوی آسیب‌شناسی ورزشی، ۳/۴ درصد دانشجوی جامعه‌شناسی ورزشی بودند.

جدول ۱. یافته‌های جمعیت‌شناختی

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	دختر	۵۷/۶
	پسر	۴۲/۴
سطح تحصیلی	کارشناسی ارشد	۸۴/۰
	دکتری	۱۶/۰
رشته تحصیلی	رفتار حرکتی	۷/۵
	فیزیولوژی ورزشی	۳۱/۶
	مدیریت ورزشی	۳۸/۴
	بیومکانیک ورزشی	۱۰/۲
	روانشناسی ورزشی	۴/۰
	آسیب‌شناسی ورزشی	۴/۹
جامعه‌شناسی ورزشی	۳/۴	۷

جدول ۲. تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف معیار	دائره تغییرات	واریانس	معیار	پراکنندگی
شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی	۲۲۴	۳/۸۳	۳/۸۷	۴/۰۰	-/۴۲۲	۲/۰۵
کارآفرینی ورزشی	۲۲۴	۳/۹۱	۳/۹۵	۴/۰۰	-/۴۴۶	۲/۱۲
خودکارآمدی کارآفرینانه	۲۲۴	۳/۹۷	۴/۰۰	۴/۰۰	-/۳۷۰	۱/۹۶
نوآوری در بازارهای جهانی	۲۲۴	۳/۸۷	۳/۸۸	۴/۰۰	-/۳۹۵	۲/۱۴

تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش براساس آماره‌های مرکزی (میانگین، میانه، مد) و پراکنندگی (انحراف معیار، واریانس و دامنه تغییرات) در جدول ۲، ارائه شده است. جدول ۲، تحلیل توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش شامل شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، کارآفرینی ورزشی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری در بازارهای جهانی را نشان می‌دهد. نتایج جدول ۲، نشان داد که

از بین متغیرهای مورد مطالعه، متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه با $3/97$ ، بیشترین میانگین و متغیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی با $3/83$ ، کمترین میانگین را دارا است.

نظر به اینکه مطالعات مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده‌ها هستند؛ براین اساس نخست آزمون نرمال بودن داده‌ها اجرا شد. براساس نتایج مندرج در جدول ۳، در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از $0/05$ به دست آمده است؛ بنابراین، توزیع داده‌ها نرمال است و می‌توان تحلیل مدل‌یابی معادلات ساختاری را انجام داد.

جدول ۳. آزمون نرمال بودن داده‌ها

آماره‌ها	شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی	کارآفرینی ورزشی	خودکارآمدی کارآفرینانه	نوآوری در بازارهای جهانی
تعداد	۲۲۴	۲۲۴	۲۲۴	۲۲۴
میانگین	۳/۸۳	۳/۹۱	۳/۹۷	۳/۸۷
انحراف معیار	۰/۴۲۲	۰/۴۴۶	۰/۳۷۰	۰/۳۹۵
کولموگروف - اسمیرنوف	۰/۰۶۳	۰/۰۵۹	۰/۰۵۳	۰/۰۵۴
معناداری	۰/۰۶۱	۰/۰۶۰	۰/۲۰۰	۰/۲۰۰

در جدول ۴، چولگی^۱ و کشیدگی^۲ داده‌های جمع‌آوری شده را نشان می‌دهد. چولگی معیاری از تقارن یا عدم تقارن تابع توزیع داده‌ها است. در حالت کلی چنانچه چولگی و کشیدگی در بازه $(2, -2)$ باشند، داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند. براساس نتایج جدول ۴، مقدار چولگی در هر چهار متغیر در دامنه قابل قبولی به دست آمد که نشان‌دهنده نرمال داده‌ها در این پژوهش است.

جدول ۴. چولگی و کشیدگی داده‌ها

متغیرهای پژوهش	تعداد	چولگی	کشیدگی
شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی	۲۲۴	-۰/۲۸۹	-۰/۴۰۱
کارآفرینی ورزشی	۲۲۴	-۰/۴۶۷	-۰/۰۲۸
خودکارآمدی کارآفرینانه	۲۲۴	-۰/۳۱۲	-۰/۱۹۴
نوآوری در بازارهای جهانی	۲۲۴	-۰/۳۰۷	۰/۰۶۵

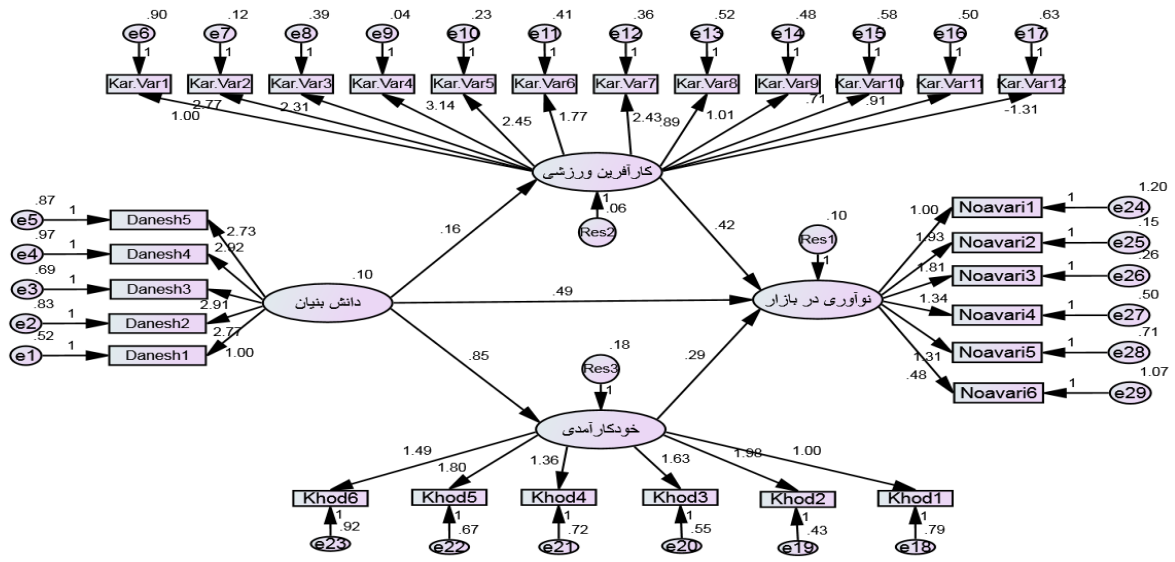
باتوجه به نتایج ارائه شده در جدول ۵، تمام شاخص‌های برازش مطلق و نسبی در سطح بسیار خوب قرار گرفته است. همچنین شاخص برازش RMSEA برابر با $0/053$ است؛ بنابراین مدل پژوهش از برازش خوبی برخوردار است.

جدول ۵. شاخص‌های نیکویی برازش مدل ترسیمی نهایی

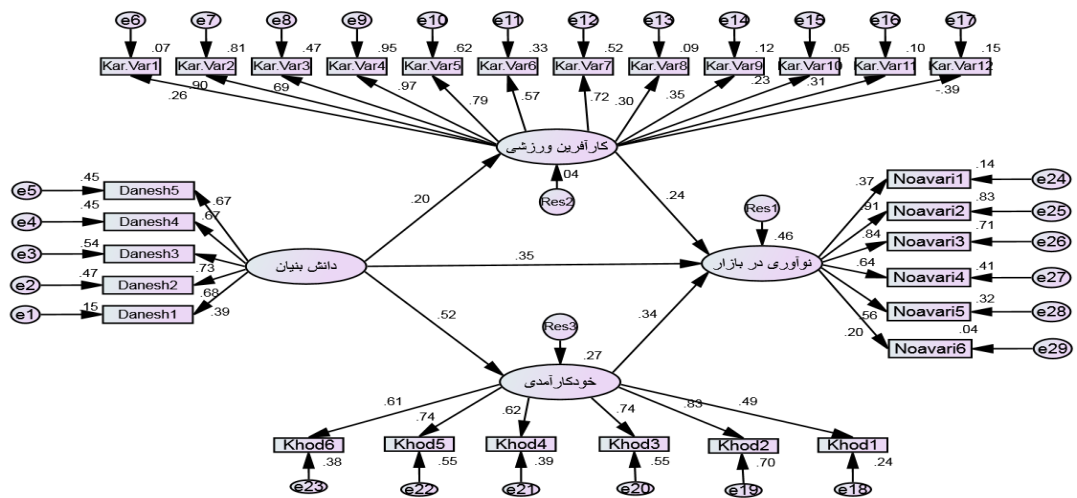
شاخص برازش	GFI	AGFI	TLI	IFI	NFI	CFI	RMSEA
بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	کوچک‌تر از
۰/۸	۰/۸	۰/۹	۰/۹	۰/۹	۰/۹	۰/۹	۰/۰۸
۰/۸۵۱	۰/۸۲۱	۰/۹۸۴	۰/۹۱۱	۰/۹۳۳	۰/۹۰۲	۰/۰۷۱	

شکل‌های ۱ و ۲، تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی و خودکارآمدی کارآفرینانه و همچنین نوآوری در بازارهای جهانی در دو حالت غیراستاندارد و استاندارد را نشان می‌دهد.

¹Skewness² Kurtosis



شکل ۱. مدل پژوهش در حالت غیراستاندارد



شکل ۲. مدل پژوهش در حالت استاندارد

نتایج تحلیل مسیر مدل پژوهش در جدول ۶ نشان می‌دهد که شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی ورزشی ۰/۲۰، شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر خودکارآمدی کارآفرینانه ۰/۵۲، شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی ۰/۳۵، کارآفرینی ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی ۰/۲۴ و خودکارآمدی کارآفرینانه بر نوآوری در بازارهای جهانی ۰/۳۴ تأثیر دارد که سطح معناداری در هر پنج فرضیه کمتر از ۰/۰۵ گزارش گردید که نشان‌دهنده معنادار بودن تأثیر متغیرها و تأیید مدل پژوهش است. به‌گونه‌ای که با احتمال ۹۹ درصد می‌توان اظهار کرد که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی، خودکارآمدی کارآفرینی و نوآوری در بازارهای جهانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این استدلال در خصوص روابط بین سایر متغیرهای پژوهش صادق است.

جدول ۶. مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر استاندارد

نتایج	p	T-VALUE	ضریب مسیر (β)	فرضیات پژوهش
تأیید	۰/۰۰۱	۲/۳۶۷**	۰/۲۰	تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی ورزشی
تأیید	۰/۰۰۰	۴/۵۴۷**	۰/۵۲	تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر خودکارآمدی کارآفرینانه
تأیید	۰/۰۰۰	۳/۳۶۸**	۰/۳۵	تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی
تأیید	۰/۰۰۳	۲/۹۵۵**	۰/۲۴	تأثیر کارآفرینی ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی
تأیید	۰/۰۰۰	۳/۷۴۹**	۰/۳۴	تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر نوآوری در بازارهای جهانی

* معناداری در سطح خطای پنج درصد و ** معناداری در سطح خطای یک درصد

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه حاضر بررسی تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری در بازارهای جهانی بود. نتایج نشان دادند که شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته با نتایج مطالعات نقی‌زاده‌باقی و همکاران (Naghizadehbaghi et al., 2024)، راتن (Ratten, 2018)، ژانگ و همکاران (Zhang et al., 2022) و لیو و همکاران (Liu et al., 2021) همسو است. طی مطالعه‌ای سانگ (Song, 2022) اظهار داشت که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی فعالیت‌های کارآفرینی در صنعت ورزش را برجسته می‌کنند. این شرکت‌ها با ارائه دانش منحصربه‌فرد و تخصصی، افراد را قادر می‌سازند تا فرصت‌های کارآفرینی را در بازار جهانی ورزش شناسایی کرده و از آن‌ها بهره‌برداری کنند. در تبیین یافته فوق، می‌توان گفت که شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق نوآوری‌های فناورانه، نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ورزشی ایفا می‌کنند. این شرکت‌ها با استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و تحلیل داده‌ها، محصولات و خدمات ورزشی نوآورانه‌ای ارائه می‌دهند که فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان ایجاد می‌کند. همچنین، آن‌ها از طریق ایجاد بازارهای جدید مانند ورزش‌های الکترونیکی و سلامت دیجیتال، به گسترش زیست‌بوم کارآفرینی کمک می‌کنند. با شبکه‌سازی و حمایت مالی، شرکت‌های دانش‌بنیان مسیر رشد و رقابت‌پذیری کارآفرینان ورزشی را در سطح ملی و جهانی هموار می‌سازند.

نتایج نشان دادند که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته حاضر با نتایج پژوهش‌های لیو (Liu, 2021)، ایبوس (Ibus, 2021) همسو است. در همین راستا، بوآسفیا و مک‌کلوی (Bousfiha & McKelvey, 2023) اظهار داشتند که شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش از تعامل با ورزشکاران استفاده می‌کنند تا خودکارآمدی کارآفرینانه را از طریق ترکیب دانش و نمونه‌سازی کاربر افزایش دهند. همچنین نقی‌زاده‌باقی و همکاران (Naghizadehbaghi et al., 2024) اظهار داشتند که شرکت‌های دانش‌بنیان، نوآوری را تقویت و خودکارآمدی را در بین کارآفرینان افزایش می‌دهد. در تبیین یافته فوق، می‌توان گفت که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی تأثیر قابل‌توجهی بر خودکارآمدی کارآفرینانه دارند؛ زیرا با ارائه دانش، فناوری‌های نوین و راه‌حل‌های مبتنی بر علم، کارآفرینان را توانمند می‌سازند تا اعتمادبه‌نفس بیشتری در راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای ورزشی داشته باشند. این شرکت‌ها با ایجاد ابزارهای پیشرفته و فرصت‌های آموزشی، کارآفرینان را قادر می‌سازند تا به نوآوری پرداخته و مهارت‌های خود را توسعه دهند. همچنین، با فراهم کردن دسترسی به شبکه‌های حمایتی و منابع مالی، انگیزه و احساس توانمندی در کارآفرینان افزایش می‌یابد که منجر به موفقیت‌های پایدار در حوزه ورزش می‌شود.

نتایج نشان دادند که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته با یافته‌های مطالعات ناییجی و همکاران (Naeiji et al., 2022)، قنده و همکاران (Qandah et al., 2021) همسو است. رضوی و همکاران (Razavi et al., 2019) در همین راستا اظهار داشتند که شرکت‌های تولیدکننده ورزشی از سرمایه‌انسانی، به‌ویژه دانش، مهارت و تجربه برای ارتقای قابلیت‌های نوآوری تکنولوژیکی بهره‌مند می‌شوند. ترا و همکاران (Terra et al., 2020) در

پژوهش خود بیان کردند که علی‌رغم حمایت‌های دولت، در برخی از شرکت‌های مبتنی بر فناوری، نوآوری در سطح پایینی قرار دارد. این امر نیاز به بهبود مستمر در استراتژی‌های نوآوری در صنعت ورزش را برای بهره‌برداری کامل از پتانسیل دانش و فناوری برجسته می‌کند. در تبیین یافته فوق، می‌توان گفت که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی نقش مهمی در تقویت نوآوری در بازارهای جهانی دارند؛ زیرا با استفاده از فناوری‌های پیشرفته، محصولات و خدمات ورزشی جدیدی ارائه می‌دهند که با نیازهای متغیر بازارهای جهانی همگام است. این شرکت‌ها با توسعه راهکارهای مبتنی بر علم، مانند تجهیزات ورزشی هوشمند و اپلیکیشن‌های پیشرفته، باعث رقابت‌پذیری بیشتر برندهای ورزشی در سطح بین‌المللی می‌شوند. همچنین، آن‌ها به کارآفرینان کمک می‌کنند تا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، فرصت‌های جدید تجاری را کشف کرده و بازارهای جدیدی ایجاد کنند. از این طریق، نوآوری در بازارهای جهانی به‌واسطه دانش‌بنیان‌های ورزشی گسترش می‌یابد.

نتایج نشان دادند که کارآفرینی ورزشی بر نوآوری در بازارهای جهانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته با یافته‌های مطالعات بوچیری و همکاران (Buccieri et al., 2023)، گونزالس-سرانو و همکاران (González-Serrano et al., 2020) همسو است. هامراشمیت و همکاران (Hammerschmidt et al., 2023) کارآفرینی ورزشی با ایجاد تغییر، اشتغال و رشد در بخش ورزش بر نوآوری در بازارهای جهانی تأکید دارد. این یک حوزه مهم، اما ناشناخته در تحقیقات کسب‌وکار است. ناورایت و ویگینز (Nauright & Wiggins, 2020) در این مورد بیان کردند که کارآفرینی ورزشی نقش مهمی در تقویت نوآوری در بازارهای ورزشی جهانی دارد و دنیای ورزش مدرن را از طریق تأثیر قابل توجه آن‌ها بر توسعه و رشد شکل می‌دهد. در تبیین یافته فوق، می‌توان گفت که کارآفرینی ورزشی نقش کلیدی در ارتقای نوآوری در بازارهای جهانی ایفا می‌کند؛ زیرا کارآفرینان با شناسایی فرصت‌های جدید و ایجاد محصولات و خدمات نوآورانه، بازارهای بین‌المللی را متحول می‌کنند. آن‌ها با ترکیب فناوری‌های نوین و رویکردهای خلاقانه، رقابت‌پذیری در صنایع ورزشی جهانی را افزایش می‌دهند. کارآفرینی ورزشی همچنین باعث ایجاد بازارهای نوظهور در حوزه‌هایی مانند ورزش‌های دیجیتال و سلامت می‌شود که تقاضای جهانی بالایی دارند. این نوآوری‌ها به توسعه برندهای ورزشی بین‌المللی کمک کرده و بازارهای جدیدی را ایجاد می‌کنند که اثرات آن در سطح جهانی محسوس است.

نتایج نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه بر نوآوری در بازارهای جهانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته در راستای نتایج مطالعات اکبری و همکاران (Akbari et al., 2021)، هو (Hua et al., 2023) است. اوربان (Urban, 2019) نشان می‌دهد که خودکارآمدی کارآفرینانه، در کنار هوشیاری کارآفرینانه، به عملکرد نوآوری کمک می‌کند، به‌ویژه هنگامی که توسط ارزش‌های اجتماعی تعدیل می‌شود. پراتاما و همکاران (Pratama et al., 2023) نشان دادند درحالی که خودکارآمدی کارآفرینانه یک جزء حیاتی نوآوری است، اثربخشی آن ممکن است به عوامل زمینه‌ای مانند پویایی بازار و انگیزه‌های فردی بستگی داشته باشد. به‌طور کلی، تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند قابلیت‌های نوآوری را افزایش دهد که برای رقابت در بازارهای جهانی ضروری است. در تبیین یافته فوق، می‌توان گفت که کارآفرینانی که به توانایی‌های خود ایمان دارند، بیشتر به سمت ریسک‌پذیری و ایجاد ایده‌های نوآورانه گرایش پیدا می‌کنند. این اعتمادبه‌نفس به آن‌ها امکان می‌دهد تا با تکیه بر خلاقیت و دانش، محصولات و خدمات جدیدی را برای بازارهای جهانی توسعه دهند. خودکارآمدی بالا باعث می‌شود کارآفرینان به‌طور مؤثرتری با چالش‌های جهانی مواجه شوند و به دنبال راه‌حل‌های نوآورانه برای مسائل پیچیده باشند. درنتیجه، کارآفرینان با اعتمادبه‌نفس بالا، به موتور محرک نوآوری در بازارهای جهانی تبدیل می‌شوند و بازارهای جدیدی را ایجاد می‌کنند.

به‌طور کلی، نتایج نشان داد که تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی، خودکارآمدی کارآفرینانه و نوآوری، اهمیت قابل توجهی در توسعه پایدار صنعت ورزش و افزایش رقابت‌پذیری جهانی این صنعت دارد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی به‌عنوان موتورهای نوآوری و محرک‌های اصلی رشد در زیست‌بوم کارآفرینی ورزشی عمل می‌کنند. این شرکت‌ها از طریق ارائه فناوری‌های پیشرفته، راهکارهای نوآورانه و ایجاد فرصت‌های جدید در بازارهای ورزشی، به

کارآفرینان کمک می‌کنند تا با اطمینان بیشتری به ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای خود بپردازند. همچنین، شرکت‌های دانش‌بنیان با افزایش خودکارآمدی کارآفرینان، اعتماد به نفس و توانایی‌های آنان را در مواجهه با چالش‌ها و عدم قطعیت‌های موجود در مسیر کارآفرینی ارتقاء می‌دهند. نقش نوآوری در این فرآیند نیز بسیار حیاتی است؛ زیرا نوآوری به‌عنوان یک متغیر کلیدی، نه تنها موجب تجاری‌سازی سریع‌تر ایده‌های جدید می‌شود، بلکه به بهبود عملکرد کسب‌وکارهای ورزشی و رقابت‌پذیری آن‌ها در بازارهای بین‌المللی کمک شایانی می‌کند. نوآوری به‌ویژه در بازارهای جهانی به‌عنوان نیروی محرکه‌ای برای تمایز، ایجاد ارزش افزوده و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار شناخته می‌شود. شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، با تمرکز بر تحقیق و توسعه و بهره‌برداری از دانش‌های نوظهور، بستری مناسب برای کارآفرینان فراهم می‌کنند تا از فرصت‌های نوآورانه استفاده کرده و مرزهای صنعت ورزش را گسترش دهند. این پژوهش بر اهمیت حمایت و سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی و ترویج نوآوری به‌عنوان راهکاری برای تقویت خودکارآمدی و افزایش موفقیت کارآفرینان ورزشی تأکید می‌کند. نتایج به سیاست‌گذاران، مدیران و رهبران صنعت ورزش توصیه می‌کند که برنامه‌های جامع‌تری برای تسهیل همکاری بین شرکت‌های دانش‌بنیان، کارآفرینان و مراکز تحقیقاتی طراحی و اجرا نمایند. این اقدامات نه تنها موجب ارتقای سطح نوآوری و کارآفرینی در صنعت ورزش می‌شود، بلکه به‌عنوان یک مدل موفق می‌تواند به سایر صنایع نیز تسری یابد. به این ترتیب، تقویت توانمندی‌های نوآورانه و خودکارآمدی کارآفرینان، توسعه بلندمدت و پایداری در بازارهای ورزشی را تضمین خواهد کرد. در این راستا، باتوجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد‌های کاربردی زیر ارائه می‌شود:

- دانشجویان می‌توانند با شناسایی و تقویت مهارت‌های خودکارآمدی مانند مدیریت منابع، مدیریت زمان، ریسک‌پذیری و تفکر خلاق، به ایجاد پایه‌های قوی برای کارآفرینی خود کمک کنند.
- حضور در دوره‌های آموزشی یا کارگاه‌هایی که به موضوعات مرتبط با کارآفرینی و خودکارآمدی می‌پردازند، می‌تواند مهارت‌های لازم برای توسعه ایده‌های نوآورانه و تجاری‌سازی آن‌ها را تقویت کند.
- دانشجویان می‌توانند به مطالعه نمونه‌های موفق شرکت‌های دانش‌بنیان بپردازند تا درک بهتری از نقش آن‌ها در ایجاد نوآوری و کارآفرینی به دست آورند.
- مشارکت در پروژه‌های عملی یا طرح‌های پژوهشی مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌تواند به دانشجویان این امکان را دهد که در محیطی نوآورانه و پویا تجربه کسب کنند و تأثیر عملی نوآوری و کارآفرینی را به‌صورت واقعی مشاهده کنند.
- بررسی قوانین و سیاست‌های حمایتی دولت برای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و کارآفرینی می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا فرصت‌های موجود در این حوزه را شناسایی کرده و در مسیر کارآفرینی از آن‌ها بهره‌برداری کنند.

References

- Alnuhait, M., Alqurashi, N. F., Abdullatif, G. Z., Maash, M. S., Fagieha, R., Alshareef, H., Bahamdain, F. O., Alghamdi, W., & Alhifany, A. A. (2024). Exploring Entrepreneurship in Pharmacy: Attitudes and Perceptions Among Saudi Pharmacists and Students. *Integr Pharm Res Pract*, 13, 1-8. <https://doi.org/10.2147/ijprp.S441142>
- Akbari, M., Bagheri, A., Imani, S., & Asadnezhad, M. (2021). Does entrepreneurial leadership encourage innovation work behavior? The mediating role of creative self-efficacy and support for innovation. *European Journal of Innovation Management*, 24(1), 1-22. <https://doi.org/10.1108/EJIM-10-2019-0283>
- Akhtaran, H. (2015). *Investigating the impact of product innovation on sustainable supply chain factors*. Master's Thesis, Tehran Azad University, South Branch. [In Persian]
- Adatepe, E., & Unlu, Y. (2022). Impact of Academic Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention of Faculty of Sport Sciences' Students: Bayburt University. *Asian Journal of Education and Training*, 8(4), 100-105. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1374356.pdf>
- Balcombe, L., & De Leo, D. (2021). Digital Mental Health Challenges and the Horizon Ahead for Solutions. *JMIR Ment Health*, 8(3), e26811. <https://doi.org/10.2196/26811>
- Bates, M. (2020). The Rise of Biometrics in Sports. *IEEE Pulse*, 11(3), 25-28. <https://doi.org/10.1109/mpuls.2020.2993708>

- Bousfiha, M., & McKelvey, M. (2023). Exploring Knowledge Work in Entrepreneurial Firms within Sportstech. *In Academy of Management Proceedings*, 2023(1), 17358. doi: 10.5465/amproc.2023.17358abstract
- Buccieri, D., Javalgi, R. R. G., & Gross, A. (2023). Innovation and differentiation of emerging market international new ventures the role of entrepreneurial marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 31(3), 549-577. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1952293>
- Cheng, Y. (2023). A Study on Key Factors in the Innovation and Development of Sports. *Industrial Engineering and Innovation Management*, 6(10), 155-161. <https://dx.doi.org/10.23977/ieim.2023.061020>
- De Noble, A., Jung, D. and Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Manigart, C.M. Mason, G.D. Meyer, H.J. Sapienza (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 73- 87), <https://digitalcollections.babson.edu/digital/collection/ferpapers/id/3046/>
- González-Serrano, M. H., Añó Sanz, V., & González-García, R. J. (2020). Sustainable sport entrepreneurship and innovation: A bibliometric analysis of this emerging field of research. *Sustainability*, 12(12), 5209. <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v12y2020i12p5209-d376593.html>
- Gozalzadeh, A., Dana, A., & Afshari, M. (2020). Identification of Factors Affecting the Growth of Knowledge Based Companies in Sport. *Sport Physiology & Management Investigations*, 12(1), 151-159. https://www.sportrc.ir/article_109523.html?lang=en [In Persian]
- Hammerschmidt, J., González-Serrano, M. H., Puumalainen, K., & Calabuig, F. (2023). Sport entrepreneurship: the role of innovation and creativity in sport management. *Review of Managerial Science*, 1-30. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11846-023-00711-3>
- Hu, C. (2023). Study on the relationship between innovation self-efficacy and innovation behavior. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 2(1), 89-93. <https://doi.org/10.54097/ajmss.v2i1.6377>
- Ibus, S. (2021). The role of self-efficacy in mediating the effect of selfleadership and knowledge sharing towards innovative work behaviour in private higher education institutions (*Doctoral dissertation, Universiti Tun Hussein Malaysia*). <http://eprints.uthm.edu.my/4812/1/24p%20SALBEHA%20IBUS.pdf>
- Liu, T., Lipowski, M., Xue, Y., Xiao, T., Liu, H., Xu, R., Liu, K., & Zhao, Z. (2021). The Impact of Entrepreneurship Education of Entrepreneurs on the Entrepreneurial Psychology of Sports Majors From the Perspective of Pedagogy. *Front Psychol*, 12, 727831. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727831>
- Liu, M. (2021). An empirical study on talent management strategies of knowledge-based organizations using entrepreneurial psychology and key competence. *Frontiers in psychology*, 12, 721245. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.721245>
- Naeiji, M. J. , khodabakhshi, M. , Bayat, F. and Parhizkar, Z. (2022). The role of Market Orientation and Innovation Strategies in Innovative Performance of Knowledge Based Enterprises. *Innovation Management in Defensive Organizations*, 5(1), 137-156. doi: 10.22034/qjimdo.2022.315701.1467 [In Persian]
- Naghizadeh Baghi, A. , Azizian Kohan, N. and Mahdavi Ghareh Agaj olya, A. (2024). Investigating the Effect of Knowledge-based Sports Companies on Entrepreneurship and Development of Sports Products. *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(2), 21-36. doi: 10.22034/jer.2024.2026290.1099 [In Persian]
- Nauright, J., & Wiggins, D. K. (2020). Sports entrepreneurs and the shaping of the SportsWorld. *Sport in Society*, 23(9), 1421-1423. doi: 10.1080/17430437.2020.1777717
- Pratama.A.R., Rahayu.M., & Moko.W. (2023). (1) The influence of entrepreneurial self efficacy on business performance mediated by innovation and competitive advantage variables: a study of coffee shops in malang raya. *Eurasia: Economics & Business*, 8(74), 106-116. doi: 10.18551/econeurasia.2023-08.08
- Qandah, R., Suifan, T. S., Masa'deh, R. E., & Obeidat, B. Y. (2021). The impact of knowledge management capabilities on innovation in entrepreneurial companies in Jordan. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(4), 989-1014. <https://doi.org/10.1108/IJOA-06-2020-2246>
- Ratten, V. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education training*, 60, 490-499. <http://dx.doi.org/10.1108/ET-02-2018-0028>
- Ratten, V., & Jones, P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 961-980. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-020-00664-z>
- Razavi, S. M. J., Talebpour, M., Azimzadeh, S. M., & Mohammadkazemi, R. (2019). Enhancing technological innovation capabilities: The role of human capital in Iranian sports manufacturing companies. *Annals of Applied Sport Science*, 7(3), 31-40. doi: 10.29252/AASSJOURNAL.734
- Saffari, L., Tojari, F., Khodayari, A., Mohammadi, S., Khalifa, S.N. (2013). Determining the validity and reliability of measuring scale for entrepreneurship in sport. *Archives of Applied Science Research*, 5 (1):289-294. <http://www.scholarsresearchlibrary.com/>

- Shen, Y., Wang, Q., Hua, D., & Zhang, Z. (2021). Entrepreneurial Learning, Self-Efficacy, and Firm Performance: Exploring Moderating Effect of Entrepreneurial Orientation. *Front Psychol*, 12, 731628. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.731628>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Front Psychol*, 11, 1209. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Song, S. (2022). The Effect of Sports Performance Entrepreneurial Project by Entrepreneurial Spirit. *Front Psychol*, 13, 914388. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.914388>
- Terra, B., de Oliveira, A. R., Almeida, M., Batista, L. A., dos Santos, J. A. N., Nogueira, J. A., & Martins, L. L. A. (2020). Sport innovation: An opportunity for technology-based companies stimulated by the Brazil Olympics (pp. 41-68). *Springer International Publishing*. doi: 10.1007/978-3-030-29458-8_4
- Tjønnndal, A. (2017). Sport innovation: Developing a typology. *European Journal for Sport and Society*, 14(4), 291-310. <https://doi.org/10.1080/16138171.2017.1421504>
- Urban, B. (2019). Entrepreneurial alertness and self-efficacy: A focus on social values and innovation performance. *SA Journal of Human Resource Management*, 17(1), 1-9. doi: 10.4102/SAJHRM.V17I0.1132.
- Yang, Y., Zheng, Y., Xie, G., & Tian, Y. (2022). The Influence Mechanism of Learning Orientation on New Venture Performance: The Chain-Mediating Effect of Absorptive Capacity and Innovation Capacity. *Front Psychol*, 13, 818844. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.818844>
- Yu, X., Zhao, X., & Hou, Y. (2023). Cognitive flexibility and entrepreneurial creativity: the chain mediating effect of entrepreneurial alertness and entrepreneurial self-efficacy. *Front Psychol*, 14, 1292797. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1292797>
- Zhang, J., Li, B., Zhang, Y., Gong, C., & Liu, Z. (2022). From Entrepreneurship Education, Government Support, and Global Competence to Entrepreneurial Behavior: The Serial Double Mediating Effect of the Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *Front Psychol*, 13, 838232. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.838232>