

گزارش موردی:

ورزش و کسب و کارهای ورزشی در لرستان: پژوهشی مروری حول

محور کارآفرینی

احسان ططری *^۱ مرجان عبدی^۲

۱. دکتری مدیریت ورزشی گرایش بازاریابی و رسانه. دبیر آموزش و پرورش و مدرس دانشگاه

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایت‌مندی با ایجاد تقاضای جدید می‌شود و می‌توان آن را فرآیند ایجاد ثروت دانست (احسانی و همکاران ۱۳۹۴). به عقیده چادویک^۱ (۲۰۱۲) کارآفرین کسی است که آماده پذیرش ریسک در کسب‌وکار است؛ کسب‌وکاری که به آن ایمان دارد اگر این خطرپذیری با موفقیت رو به رو شود، منافع آن را در سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز بعدی استفاده خواهد کرد و اگر شکست بخورد تجربه‌ای به عنوان بخشی از یادگیری و برای توسعه چشم‌انداز کارآفرین، قرار خواهد گرفت (کراتریت^۲، ۲۰۰۵). یکی از حوزه‌هایی که زمینه ظهور کارآفرینی در آن احساس می‌شود، کارآفرینی در ورزش است (سیدورکیووس^۳ ۲۰۲۰). ورزش ششمین صنعت درآمدزای کشورهای توسعه یافته است (پیتز و استوتلار^۴، ۲۰۰۷)، که با توجه به ابعاد گسترده آن می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح کرد. دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد و افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است. ورزش از

-
1. Chadwick
 2. Krateit
 3. Sidorkiewicz
 4. Pitts & Stotlar

طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی و توسعه کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند. بنابراین استفاده از تفکر نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی امری اجتناب‌ناپذیر است (سیدورکیوزس 2020). ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تأمین سلامت و نشاط جامعه است. ورزش بر بهره‌وری ملی اثر می‌گذارد، در نتیجه بر رونق اقتصادی کشور تأثیر مثبت برجای می‌گذارد (نوروزی سید حسینی و کلاته سیفری ۱۳۹۴). سرمایه‌گذاری در تولید محصولات و خدمات ورزشی از یک سو اشتغال ایجاد می‌کند و از سوی دیگر بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید (سند تفضیلی نظام جامع توسعه تربیت بدنی، ۱۳۸۴). در آغاز هزاره سوم به دلیل عدم برنامه‌ریزی در سطح کلان روز به روز فاصله بین کشورهای جهان سوم، با جهان صنعتی افزایش می‌یابد و در آینده این خطر وجود دارد که جهان سوم زبان علمی جهان پیشرفته و صنعتی را درک نکند و اکنون هم کشورهای جهان سوم، با عقب‌ماندگی و چالش‌های زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند و یکی از چالش‌های مهم آنان مسئله اشتغال است. متأسفانه در ایران با توجه به رشد جمعیت جوان کشور، در سال‌های اخیر، نرخ بیکاری رشد چشمگیری داشته و تبع در میان قشر تحصیل کرده و فارغ‌التحصیلان کشور بیکاری نیز رشد صعودی داشته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۷). به طوری که طبق گزارش مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۳ میلیون و ۲۱۰ هزار نفر در کشور بیکار جویای کار هستند. این در حالی است که ایجاد فرصت‌های شغلی برای متقاضیانی که رشد بیش از نیم میلیون نفر در سال را تجربه می‌کنند، به عنوان حادث‌ترین موضوع در پیش روی سیاست‌گذاران ایران قرار دارد که راهکارهایی برای کاهش معضل بیکاری ارائه دهند (احسانی و همکاران ۱۳۹۴). بنابراین شناسایی عوامل مرتبط با این مشکل می‌تواند در زمینه اشتغال افراد مؤثر باشد. از سوی دیگر ترکیب جوان جمعیتی کشور و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصادی کشور از وابستگی به مواد خام اولیه به ویژه نفت خام و همچنین خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی از یک سو و روندهای موجود در جامعه از سوی دیگر، عواملی هستند که موجب می‌شود سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور به منبع قابل اتکایی بجز مواد اولیه بیاورند و بدون شک آن منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست (احمدپورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۵). امروزه موضوع کارآفرینی مورد توجه بیشتر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان امور در کشورهای مختلف دنیا قرار گرفته است. و این توجه ناشی از نقش کارآفرینی در ایجاد ثروت و رفاه، و همچنین ایجاد اشتغال در جامعه است. توجه به کارآفرینی و نقش آن در افزایش منابع ملی، کاهش نرخ بیکاری، تعادل



ساختاری و توسعه شهر و روستا مفید خواهد بود و در واقع به نوعی کشف فرصت‌ها می‌باشد و به عنوان عنصری مهم در موفقیت یک صنعت و سلامتی جوامع پیشرفته شناخته شده است (خبرگزاری اقتصادی ایران، ۱۳۸۷). حال ورزش جدا از مسائل فنی مقوله‌ای است فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، که رشد و ترقی آن در هر کشوری بیانگر رفتارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در تمام طیف‌های جامعه است. دنیای تربیت‌بدنی و ورزش جایگاه بسیاری از فعالیت‌های کارآفرینانه است فرصت‌های بدیهی که برای عرضه محصولات جدید و ابداعی در این حوزه وجود دارد بسیاری از کارآفرینان را به خود جذب کرده است کارآفرینان هوشیار با بهره‌گیری از استعداد و هوش خود به ارزیابی فرصت‌های ممکن در این حیطه می‌پردازند. گاهی اوقات استقبال عمومی از یک محصول غیر ورزشی به کارآفرین ایده داده است تا به تولید محصول ورزشی از همان قسم اقدام نماید (آشومر^۱ ۲۰۰۴).

کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرآیند استفاده از فرصت‌های اقتصادی موجود در ورزش دانست، فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند. ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی و تبدیل کمبودها به فرصت‌هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی در ورزش می‌توان به آن‌ها پرداخت. هرچند ورزش پدیده‌ای شناخته شده محسوب می‌شود، جنبه‌های اقتصادی متعددی بر آن متصور است که به طور کامل شناخته نشده است. و در صورت شناسایی، می‌توان از آن‌ها به عنوان راه‌هایی به منظور کارآفرینی در ورزش استفاده کرد (اتقیاء، ۱۳۸۱). بنابراین شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش کشور می‌تواند فرصت‌های جدید را به کارآفرینان جامعه معرفی کند تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی-اجتماعی بهره گیرند. به عبارتی کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش موثر در توسعه کسب‌وکار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامتی روحی و جسمی می‌تواند نقش بسیار مهم و برجسته‌ای در توسعه کشور داشته باشد. به لحاظ هدف‌های توسعه ملی، با توجه به فراگیر بودن ورزش و نفوذ آن در همه بخش‌های جامعه، توسعه کارآفرینی ورزشی جزء اولویت‌های مهم است (یدالهی فارسی، ۱۳۸۷). به این علت که کارآفرینی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی باشد یا در جهت حل مشکلات اجتماعی عمل کند.

ورزش در کشورها در حال توسعه است و همین تحرک می‌تواند زمینه‌های مناسبی جهت فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار ورزش را میسر سازد. ایجاد و تأسیس مشاغل کارآفرینانه سهم عمده‌ای از مشاغل ایجاد شده طی سال‌های اخیر را به خود اختصاص داده است برخی کشورهای پیشرفته صنعتی برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین نموده، و به اجرا

1 Ashomere

گذاشته‌اند (احسانی و همکاران ۱۳۹۴). همچنین این ایده که کارآفرینان کلید توسعه و بهبود اقتصادی یک کشور هستند، توسط متخصصان برجسته‌ای نظیر شومپتر، استیونسون و جاریلو در این حوزه مورد تأکید قرار گرفته است (هارتس و همکاران^۱ ۲۰۲۰). بنابراین رشد و توسعه اقتصادی کشورها مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه است. از این رو لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، توسعه کارآفرینی است (زالی و رضوی، ۱۳۸۷).

بیشتر سازمان‌ها، دستگاه‌های دولتی مانند آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها، تأمین اجتماعی، نیروهای مسلح و ... در زمینه تربیت‌بدنی و ورزش، فعالیت‌های مستقلی در سطح مناطق خود دارند ولی اداره کل امور مربوط به تربیت‌بدنی و ورزش در استان‌ها و شهرستان‌ها به عهده ادارات کل تربیت‌بدنی می‌باشد. ادارات کل به عنوان متولی اصلی ورزش در استان‌ها و شهرستان‌ها و متصدی طرح نظام جامع توسعه تربیت‌بدنی و ورزش استان‌ها و شهرستان‌ها جهت سازگاری با تغییرات روز افزون، سریع و پیچیده و نامطمئن محیط و کشف فرصت‌های بالقوه در عرصه ورزش نیازمند کارآفرینانی است که خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی و کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های آنان است.

استان لرستان دچار کهنوت ساختاری است. برای گسستن از این شرایط، انجام تحقیقات علمی کاملاً ضروری خواهد بود. از طرفی دنیای امروز، عصر دانایی و بینش است و هر که متفکتر باشد، متمول‌تر و در نهایت موفق‌تر است. تجارب سایر کشورها نیز نشان می‌دهد، آن‌هایی که بیش‌تر به فکر تا به ذخایر زیرزمینی متکی بوده‌اند، در بلندمدت موفق‌تر و سرافرازتر بوده‌اند. امروزه کشورهای توسعه‌یافته را با الگوهای مختلف توسعه بررسی می‌کنند یکی از شاخص‌های سنجش توسعه، وجود انسان‌های خاصی است که نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند. در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی تولیدی و خدماتی شده‌اند، و از آن‌ها به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. کارآفرینی به عنوان یکی از اساسی‌ترین ابزارهای توسعه محسوب می‌شود (ططری و همکاران ۱۳۹۵).

از طرفی شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی امروز استان لرستان به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگنایهای اقتصادی الگو و راه حل جدید و متفاوتی را می‌طلبد. همچنین طبق گزارش مرکز آمار ایران (۱۳۹۷) در سال ۱۳۹۶ نرخ بیکاری در استان لرستان ۱۲/۵ درصد گزارش شد که متأسفانه این استان از نظر بیکاری جایگاه خوبی ندارد. و این آمار در سال ۱۳۹۹ به ۱۶ درصد رسیده است که بی‌نهایت نگران کننده است. کارآفرینان به گفته شومپتر، موتور توسعه اقتصادی،

1 Huertas and et al



و به نظر دراکر، الگوی جوانان آینده هستند و منافع و فواید زیادی برای جامعه به بار می‌آورند که از جمله آن اشتغالزایی، تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاری، ایجاد و گسترش بازار جدید، تشویق حس رقابت، سازماندهی منابع جهت استفاده اثربخش از آن‌ها، رفع شکاف‌ها و تگناهای بازار است. از طرفی یکی از ابزارهای مناسب برای رشد کارآفرینی، وجود ساختار سازمانی منطبق بر مفاهیم کارآفرینی است و با توجه به اهمیت کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی، متأسفانه این امر در استان لرستان کمتر مورد توجه قرار گرفته است، با وجود این که کارآفرینی علم جدیدی است، امروزه در تمامی ابعاد توسعه مطرح است و مهم‌ترین دستاورد آن برای توسعه کشور و استان، ایجاد اشتغال، رفاه، ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است (ططری و همکاران ۱۳۹۵). و از آنجایی که برخی محققان کارآفرینی در داخل و خارج ایران نیز معتقدند که کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه در هر زمینه‌ای قابل پیگیری است، که یکی از مهم‌ترین این زمینه‌ها، امور ورزشی است (احسانی و همکاران ۱۳۹۴).

با توجه مطالعات پژوهش‌های داخلی و خارجی و نظر متخصصانی که با آن‌ها مصاحبه صورت گرفته است "عوامل محیطی" در کارآفرینی ورزشی تاثیر بسزا و قابل توجهی دارند. برای دستیابی به توسعه پایدار در تغییرات پویای محیطی، تحلیل عوامل محیطی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ارزیابی محیط، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا تأثیرات نامطلوب شرایط محیطی را کاهش و از شرایط جدید برای حفظ یا کسب مزیت رقابتی بهره ببرند. تحولات محیطی مانند شرایط سیاسی-اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، فناوری و قانونی هر کدام بر کسب و کار تأثیر می‌گذارند. در این میان أخذ تصمیمات درست و به موقع، مستلزم شناخت این عوامل و تأثیرات آن‌ها است. از آنجایی که در کشور ما این پتانسیل وجود دارد که بعد از صنعت نفت، صنعت ورزش یکی از بزرگترین و سودآورترین منابع محسوب شود و به عنوان بستر لازم در زمینه ایجاد کارآفرینی مطرح شود و با در نظر گرفتن حجم تبادلات مالی در ورزش، می‌توان زمینه‌های مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار ورزش مهیا ساخت. ایجاد برنامه‌هایی برای کارآفرینی در ورزش به ایجاد خطوط کلی کسب و کار و برنامه‌ریزی جهت ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد راهبردهای اشتغال برای جامعه کمک می‌کند (هنری، ۱۳۹۲).

از جمله عوامل مهم اثرگذار بر کارآفرینی که می‌تواند این فرایند را توسعه دهد عبارت است از: زیرساخت‌های کسب و کار، پژوهش، توسعه و کیفیت نیروی انسانی. بنابراین مطالعه محیط در روند فعالیت‌های کسب و کار مهم است؛ چرا که عواملی که محیط را تشکیل می‌دهند از جمله عوامل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، قانونی و فناوریکی، آمادگی کسب و کار را با توجه به محیط بیان می‌کند، محدودیت‌ها و فرصت‌ها مشخص می‌شود و عقاید کسب و کارها با در نظر

گرفتن تغییرات محیطی، کشف و الگوهای جدیدی از مشتریان شناسایی می‌شود (کاشیک و بنتگار، ۲۰۰۹). پس منطقی است که عوامل محیطی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی در ورزش باشند. همچنین در وهله دوم "عوامل ساختاری" در کارآفرینی ورزشی تاثیرگذار می‌باشند. در رابطه با تأثیر عوامل ساختاری در کارآفرینی ورزشی، یکی از تحقیقات مهم، مطالعه کووین اسلوین (۱۹۹۰) است، آن‌ها دریافتند که رفتار کارآفرینانه سازمان در صورت وجود ساختار لازم، تسهیل کننده کارآفرینی با افزایش عملکرد مثبت است. هنگامی که سازمان در محیط پویا و متلاطم قرار می‌گیرد رقابت برای بقا، آن را به سمت کارآفرین شدن و پذیرش ساختارهای منعطف (ارگانیک) پیش خواهد برد. این سازمان‌ها نیستند که به سمت کارآفرینی پیش می‌روند بلکه ساختارهای آن‌ها، ارزش‌ها و سیستم‌های فعالیت آن‌هاست که می‌توانند در کارآفرین شدن سازمان، نقش اساسی ایفا نمایند. ابعاد ساختاری مهم سازمان‌های کارآفرین شامل؛ رسمیت کم، کم‌رنگ بودن سلسله مراتب، پیچیدگی اندک، تمرکز کم و حرفه‌ای بودن می‌باشد. به عبارت دیگر ساختار سازمان‌های کارآفرین منطقی‌تر است. ویژگی دیگر سازمان کارآفرین، دارا بودن رسالت و مأموریت روشن، ساختار منعطف، مشتری‌گرا و مدون است به گونه‌ای که رشد سازمان را از طریق اقدامات مخاطره آمیز و جدید تشویق کند. در واقع یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری کارآفرینی این است که کلیه کارکنان سازمان، مأموریت و رسالت سازمان را درک و نسبت به تحقق آن تلاش کنند. سازمان‌هایی که از استراتژی آینده‌نگر برخوردار هستند، دائم در جستجوی فرصت‌های بازار هستند و از طریق خدمات و محصولات جدید، پژوهش و توسعه و نوآوری به دنبال ایجاد و اعمال تغییر هستند. پس با توجه به تأثیرات عوامل ساختاری بر محیط سازمان، وجود مؤثر عوامل ساختاری بر کارآفرینی ورزشی در این پژوهش قابل توجیه است، به گونه‌ای که می‌توان گفت زیربنای کارآفرینی در هر سازمانی وجود عوامل ساختاری مؤثر در سازمان است.

در نهایت "عوامل رفتاری" نیز در کارآفرینی ورزشی از عوامل سه گانه تاثیرگذار می‌باشد. در مورد علت تأثیر عوامل رفتاری بر کارآفرینی ورزشی می‌توان گفت که کارآفرینی ورزشی شامل گروهی از افراد، سازمان‌ها یا جوامع است که به منظور ایجاد ارزش به صورت گروهی برای پاسخ به فرصت‌ها با یکدیگر کار می‌کنند. در بیشتر تحقیقات انجام گرفته مشخصه‌های اصلی کارآفرینی، نوآوری، بیش‌فعالی و مخاطره‌پذیری عنوان شده است (هالت و همکاران، ۲۰۰۷). نوآوری در ورزش به صورت‌های مختلفی در میان تیم‌های ورزشی اتفاق می‌افتد. برای مثال تیم‌های ورزشی اغلب راهبردهای ویژه‌ای را برای افزایش عملکردشان تدوین می‌کنند. عمده‌ترین نوآوری استفاده از آمار به کمک رایانه برای ارتقا عملکرد تیم‌ها و جهانی‌سازی تیم‌های ورزشی بوده است. تغییرات



در فناوری، نوآوری‌های زیادی را در ورزش ایجاد کرده است. فناوری‌های جدید مانند بازی‌های رایانه‌ای ورزشی، به ایجاد نوآوری در ورزش منجر شده است. از طرفی یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینان علاوه بر نوآوری، تأکید بر مخاطره‌پذیری آن‌هاست. افراد مخاطره‌پذیر در ورزش شامل ورزشکاران، طراحان رویدادهای ورزشی، مدیران و مربیان ورزشی هستند. برای مثال مالکان تیم‌های ورزشی به عنوان افراد کارآفرین زمانی که قراردادهای میلیون دلاری به ورزشکاران پیشنهاد می‌کنند، در مخاطرات کسب و کار درگیر می‌شوند. نمونه دیگری از ویژگی‌های کارآفرینان فعالیت‌های بیش‌فعاله آنان است که به منظور تعقیب فرصت‌های تجاری یا فعالیت‌های مبتنی بر بهره‌برداری از فرصت‌ها برای به کارگیری تنوعی از مقاصد و کاربردهاست. بنابراین و با توجه به تحقیقات و تجارب کارآفرینان موفق می‌بایست به سه عامل اصلی رفتاری، ساختاری و محیطی در کارآفرینی و خلق کسب و کارهای موفق، توجه جدی را مبذول داشت. تا بتوانیم چشم انداز موفق و مناسبی را برای کارآفرینی ورزشی در استان لرستان و استان‌های کمتر برخوردار شاهد باشیم.

References

- زالی محمد رضا، رضوی سیدمصطفی. (۱۳۸۷)، پژوهشی در زمینه: موانع توسعه کارآفرینی در ایران، دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی، تهران، چاپ اول
- احسانی محمد، مندعلی زاده زینب، هنری حبیب (۱۳۹۴). موانع پایداری کارآفرینی ورزشی و ارائه راهکارهای پیشنهادی
- احمدپورداریانی محمود، مقیمی سیدمحمد. (۱۳۸۸)، مبانی کارآفرینی، فراندیش-چاپ ششم
- اتقیاء ناهید. (۱۳۸۱)، تعادل بازاریابی و مدیریت ورزشی، پژوهشی در علوم ورزشی، سال اول
- ططری احسان، احسانی محمد، ططری منوچهر (۱۳۹۵). بررسی تاثیر شیوه‌های مختلف تبلیغات آنلاین بر رفتار خرید مصرف کنندگان کالاهای ورزشی. اولین همایش ملی آینده پژوهی، علوم انسانی و امنیت اجتماعی، <https://civilica.com/doc/66823.Khorramabad>
- نوروزی سید حسینی، رسول؛ کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۳). اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران. نشریه مدیریت ورزشی، ۶(۱)، ۸۹-۱۰۸.

هنری حبیب، مندعلی زاده زینب. (۱۳۹۲)، چارچوب تبیین و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب نظران ورزشی، پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دوره ۲، شماره ۲ (۵۵ پیاپی)، تابستان ۱۳۹۲، ص ۴۹-۶۰.

یداله‌ی جهانگیر، غلامی ناصر، حمیدی مهرزاد، کنعانی علی (۱۳۹۰). مطالعه‌ی موانع کارآفرینی در ورزش کشور. نشریه توسعه کارآفرینی. دوزه ۲، شماره ۴، صفحه ۱۰۴-۱۲۴

Ashomere Cathy, (2004), Criteria for youth entrepreneurship education, Columbus, p.1-2

Holt, D., Rutherford, M., & Clohessy, G. (2007). Corporate entrepreneurship: An empirical look at individual characteristics, context, and process. Journal of Leadership & Organizational Studies, 13(4), 40-54.

Huertas María, González-Serrano, Ferran Calabuig, Moreno Josep, Crespo Hervás (2020). Sport management education through an entrepreneurial perspective: Analysing its impact on Spanish sports science students. The International Journal of Management Education, Volume 19, Issue 1, 100271

Kaushik, U., Bhatnagar, S. (2009), Entrepreneurship, Jpurnal, LND, India: Global media.

Pitts BG, & stotlar DR. (2007). Fundamwntals of Sport Marketing Fittess Information Technology: USA

Sidorkiewicz Marta (2020). Factors stimulating and destimulating the level of tourism and recreational entrepreneurship among students. Procedia Computer Science, Volume 192, Pages 1422-1430