



Research Paper  

Presenting a Conceptual Model of Influencing Factors on Entrepreneurship Education in Universities (Study of Sports Science Students)

Mehrnaz Sabzemeidani , Vahid Shojaei^{2*} , Mohammad Hami³ 

Received: Jun 10, 2023

Revised: Feb 09, 2025

Accepted: Feb 09, 2025

ABSTRACT

Objective: The objective of this study was to presenting a conceptual model of influencing factors on entrepreneurship education in universities (study of sports science students).

Methodology: The research method was qualitative and based on grounded theory. The statistical population of the research included faculty members of entrepreneurial management faculties of state universities, faculty members of sports science faculties of state universities across the country with entrepreneurship expertise, special and selected members and lecturers of the employment and entrepreneurship working group of the Ministry of Sports and Youth, and selected sports entrepreneurs of the country. Sampling was determined by snowball method. Data was collected from library sources and previous researches and semi-structured interviews. Next, 19 experts were interviewed, and opinion saturation was reached in 15 people. Then the interview data was analyzed by MAXQDA software.

Results: It was analyzed within the framework of five components: causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, the core phenomenon (sports entrepreneurship education), strategies, and consequences. The approaches were extracted across behavioral, business-oriented, creativity-centered, human resource development, communicative quality, personal development, and social domains.

Conclusion: Conclusion: According to the results of the research, it can be concluded that the changes towards the global and knowledge-based economy have created new opportunities and threats for entrepreneurial businesses. Exploitation of entrepreneurial opportunities helps the efforts of sports entrepreneurs in shaping sustainable competitive advantage and wealth creation. It is also possible for sports entrepreneurs to identify and exploit opportunities that lead to creating a temporary advantage instead of creating a sustainable competitive advantage. Therefore, the programs should be directed towards creativity and innovation and by combining theoretical and practical knowledge related to sports entrepreneurship, they should move from a knowledge-oriented university to an entrepreneurial university.

Keywords: Entrepreneurship Education; Sport Sciences; Physical Education Students; Entrepreneurial University

1. Ph.D. in Sport Management, Sar.C., Islamic Azad University, Sari, Iran.
2. Associate Professor of Sport Management, Department of Sport Management, Sar.C., Islamic Azad University, Sari, Iran. (**Corresponding author**)
3. Associate Professor of Sport Management, Department of Sport Management, Sar.C., Islamic Azad University, Sari, Iran.

* Corresponding author's e-mail address: shojaei.vahid@iau.ac.ir

Cite this article: Sabzemeidani, M., Shojaei, V & Hami, M. (2026). [Presenting a Conceptual Model of Influencing Factors on Entrepreneurship Education in Universities \(Study of Sports Science Students\)](#). *Journal of Sport Management and Development*, 15(1), 165-188.
DOI: <https://doi.org/10.22124/JSMD.2025.24685.2809>





Extended Abstract

Introduction and State of Problem

Today, one of the most important issues and concerns of the country's economic officials is the issue of employment and entrepreneurship (Crişan et al., 2022). the unemployment of university graduates that will have irreparable consequences in social, economic and political dimensions (Hemme et al., 2016). Meanwhile, entrepreneurs are mentioned as one of the most important factors in sustainable development. Taking on the mission of entrepreneurship in higher education centers is one of the transformations in universities according to the current conditions (Breznitz & Zhang, 2019). For this purpose, universities should change the traditional paradigm of education to a new paradigm in order to become an entrepreneurial university (Sánchez-Oliver et al., 2021; Lara-Bocanegra et al., 2022). In the current situation, when our country's economy is facing important problems and inadequacies such as brain drain, unemployment, lack of specialized manpower, reduction in government investment, lack of mobility and sufficient economic growth, it is of double importance to training entrepreneurs in universities (Sánchez-Oliver et al., 2021). According to researches, business education and entrepreneurial culture, expansion of entrepreneurship research and development centers, holding digital entrepreneurship training workshops, etc. are ways to create employment and improve the unemployment crisis of the society (Costa & Miragaia, 2022). Examining the process of economic and social development of developed countries in recent decades shows that in most of them entrepreneurship has been considered as one of the strategic issues in the field of policy making. They have found that the economy is influenced by entrepreneurship (Mohd Noor et al., 2021) and entrepreneurs play a significant role in economic and social development (Rajput, 2015; Artakhov Anton, 2022).

Methodology

The general approach of the current research is qualitative type. Semi-structured interview was used to collect data. And after a lot of research and studies and with the help of experts, the final interview questions and interviews were started and continued until the theoretical saturation of the data.

The statistical population of the research is made up of faculty members of entrepreneurship management faculties of state universities across the country, faculty members of physical education and sports science faculties of state universities across the country with entrepreneurship expertise, special and selected members and lecturers of the employment and entrepreneurship working group of the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran and the selected sports entrepreneurs of the country which was used to select the research sample using the targeted way with the selection criteria of experts (having an education related to the research topic, having more than 3 years of work experience in the field of sports entrepreneurship, at least having a managerial, executive, specialized or expert position). A total of 15 interviews were conducted and recorded in this study. the data collected was analyzed. In this research, the method of agreement between two coders based on Cohen's kappa coefficient was used to determine reliability, and the results of the kappa coefficient (0.79) indicate the

rejection of the assumption of independence of the extracted codes and confirmation of their dependence on each other. Therefore, it can be claimed that the coding process had sufficient reliability.

Results

In this section, each of the dimensions of the paradigm model is discussed and the categories related to each are introduced. In open and axial coding, a paradigm model of sports entrepreneurship education was developed, a model that includes causal conditions, main phenomenon, contextual conditions, intervening conditions, strategies and consequences. As you can see, in figure (1) the theoretical model of "sports entrepreneurship training" can be seen according to the dimensions of the paradigm model.

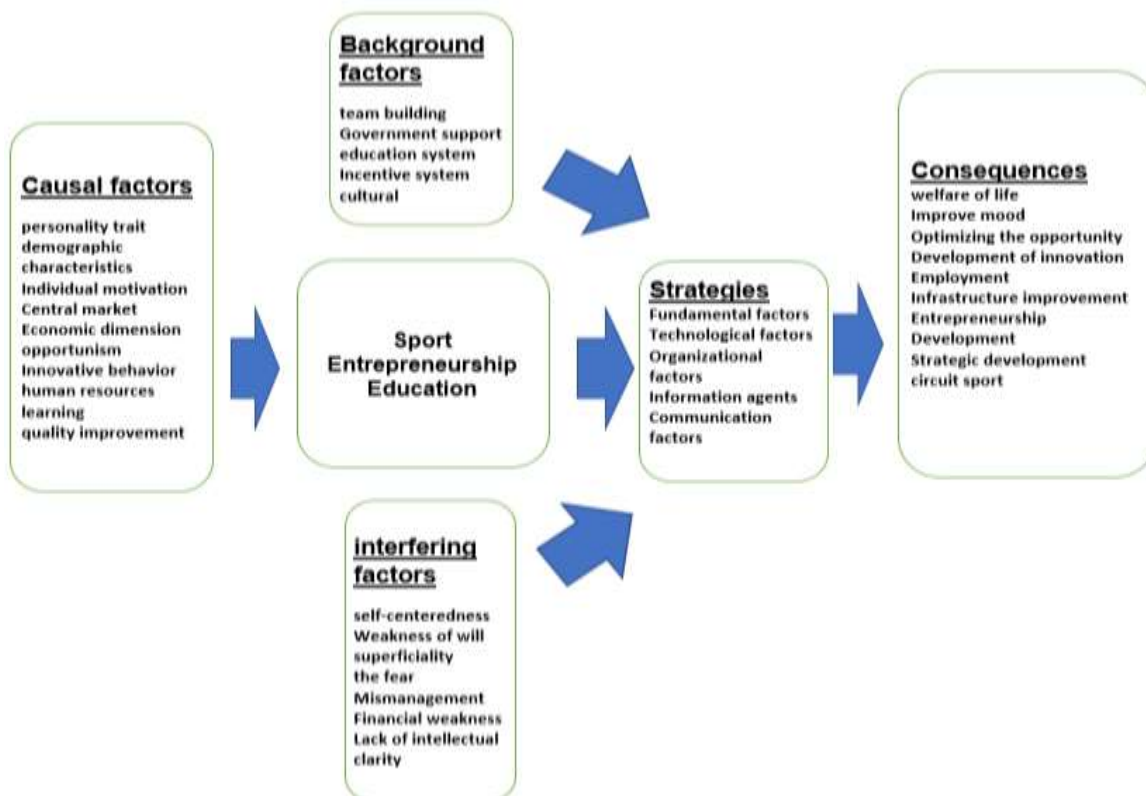


figure 1. Paradigmatic Model of the Dimensions of Sports Entrepreneurship Education

Discussion and Conclusion

According to the findings of the research, for the purpose of sports entrepreneurship education, the need to provide minimum conditions for sports science students is felt. Today, businesses are able to survive that are dynamic and able to show adaptability, flexibility and proper reaction at any point of time and in front of changes. To realize this issue, it seems necessary to pay attention to sports entrepreneurship. In this regard, sports entrepreneurship education programs in universities should be directed towards creativity and innovation, and by combining theoretical and practical knowledge related to sports entrepreneurship, they should finally move



from a knowledge-oriented university to an entrepreneurial university. It is hoped that the results of this research can be used in the entrepreneurship education to stimulate the spirit of entrepreneurship and improve the knowledge, attitude and skills of physical education and sports science students in the field of entrepreneurship, as well as be used in the policies of higher education and physical education and sports in the country in order to facilitate the transfer of a more responsible population to the market.

Originality/Value

Considering the main goal of this article, which is to present a conceptual model of the factors affecting entrepreneurship education in sports science faculties, as well as the existence of significant research shortcomings and deficiencies in this field, it is possible to identify and examine the most important influential components and structures with a more comprehensive view in order to create a deep and practical insight into the field of sports entrepreneurship education.

Research Limitations/Implications

Although it seems that the selection of qualitative research provided the most appropriate results in relation to the subject of the present study, the aforementioned method faces some limitations in relation to assessing the accuracy of the results obtained. Since the method used in this study was grounded theory and in which the researcher himself analyzed the data, the results obtained may not have the necessary reliability and another researcher may not have obtained similar results. In addition, the results are less clear than quantitative research and cannot be generalized to other societies before testing the theory extracted from the data. Despite many attempts to interview some members of the academic staff of universities and sports entrepreneurs, unfortunately, due to their busy work or lack of belief in research work, it was not possible to conduct interviews. Given that the concept of sports entrepreneurship education is an emerging concept in the science of management and entrepreneurship, and so far, few studies in the country and abroad have addressed this issue and its related indicators, the researcher was faced with limited resources in this field, which led the researcher to enter the research field with relative knowledge about the concept of sports entrepreneurship education.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

This research was conducted in compliance with ethical principles.

Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

The authors did not use any generative AI or AI-assisted technologies in the writing of this manuscript.

Funding

This research was conducted without any financial support.

Authors' contribution

The authors had equal contributions to the design and implementation of this research.

Conflict of interest

There are no conflicts of interest among the authors.

Acknowledgments

The authors would like to thank all participants in this research.



References

- Artakhov Anton, B. (2022). Classification and systematization of approaches to the definition of technology entrepreneurship. *π-Economy*, 94(2), 89-101. [[Link](#)]
- Breznitz, S. M., Zhang, Q. (2019). Fostering the growth of student start-ups from university accelerators: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Industrial and Corporate Change*, 28(4), 855-873.
- Costa, C., & Miragaia, D.A.M. (2022). A systematic review of women's entrepreneurship in the sports industry: has anything changed? *Gender in Management*, 37(8), 988-1008. [[Link](#)]
- Crîșan, E.L., Salanță, I.I., Beileu, I.N., Bordean, O.N., Bunduchi, R. (2021). A systematic literature review on accelerators. *The Journal of Technology Transfer*, 46(1), 62-89. [[Link](#)]
- Hemme, F., Morais, D., Bowers, M., & Tood, J. (2016). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport Management Review*, 20(1), 92-104. [[Link](#)]
- Lara-Bocanegra, A., Bohórquez, M.R., & García-Fernández, J. (2022). Innovation from sport's entrepreneurship and intrapreneurship: opportunities from a systematic review. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 863-880. [[Link](#)]
- Mohd Noor, N.H., Yaacob, M. A., & Omar, N. (2021). Creating future young entrepreneur in the new normal: the role of facilitative law, normative support and entrepreneurial knowledge. *Academic Journal of Business and Social Sciences (AJoBSS)*, 5(1), 1-15. [[Link](#)]
- Rajput, P.S. (2015). Effects of foreign direct investment (FDI) in the Indian economy. *PARIDNYA-The MIBM Research Journal*, 3(1), 38-43. [[Link](#)]
- Sánchez-Oliver, A.J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., Fernández-Gavira, J., & García-Fernández, J. (2019). New ways of sports entrepreneurship in the university. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 5-21. [[Link](#)]



ارائه مدل مفهومی عوامل اثرگذار بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها (مطالعه دانشجویان علوم ورزشی)

مهرناز سبزمیدانی^۱، وحید شجاعی^{۲*}، محمد حامی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰

چکیده

هدف: مطالعه حاضر با هدف ارائه مدل مفهومی عوامل اثرگذار بر آموزش کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی انجام شده است. **روش‌شناسی:** روش پژوهش از نوع کیفی و به روش داده بنیاد بود. جامعه آماری پژوهش شامل اعضای هیات علمی دانشکده‌های مدیریت کارآفرینی دانشگاه‌های دولتی، اعضای هیات علمی دانشکده‌های علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی سراسر کشور با تخصص کارآفرینی، اعضا و مدرسین ویژه و منتخب کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان و کارآفرینان منتخب ورزشی کشور بودند. نمونه‌گیری به روش گلوله برفی انجام شد. جمع‌آوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای و پژوهش‌های پیشین و مصاحبه نیمه‌ساختار یافته استفاده شد. در ادامه از تعداد ۱۹ نفر از خبرگان مصاحبه شد که در نفر ۱۵ به اشباع نظری رسید. سپس داده‌های مصاحبه با استفاده از نرم افزار مکس کیودا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: در قالب پنج مؤلفه شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پدیده محوری (آموزش کارآفرینی ورزشی)، راهبردها و پیامدها تحلیل شد. رویکردها در حوزه های رفتاری، کسب و کاری، خلاقیت مداری، توسعه نیروی انسانی، کیفیت ارتباطی، توسعه فردی و اجتماعی استخراج شد.

نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج حاصل از پژوهش می‌توان نتیجه‌گیری نمود که تغییرات به سمت اقتصاد جهانی و دانش محور، فرصت‌ها و تهدیدهای جدیدی را برای کسب و کارهای کارآفرینانه به وجود آورده است. بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی به تلاش‌های کارآفرینان ورزشی در شکل‌دهی مزیت رقابتی پایدار و خلق ثروت کمک می‌کند. همچنین ممکن است کارآفرینان ورزشی فرصت‌هایی را شناسایی و از آن‌ها بهره برداری کنند که به جای خلق مزیت رقابتی پایدار به ایجاد مزیت موقت بینجامد. بنابراین برنامه‌ها باید به سمت خلاقیت و نوآوری سوق داده شوند و با تلفیق دانش نظری و عملی مرتبط با کارآفرینی ورزشی در نهایت از دانشگاه دانش محور به دانشگاه کارآفرین حرکت کنند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، علوم ورزشی، دانشجویان تربیت‌بدنی، دانشگاه کارآفرین

۱. دکتری مدیریت ورزش، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

۲. دانشیار مدیریت ورزش، گروه مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار مدیریت ورزش، گروه مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: shojaei.vahid@iau.ac.ir

استناد: سبزمیدانی، مهرناز؛ شجاعی، وحید و حامی، محمد. (۱۴۰۵). ارائه مدل مفهومی عوامل اثرگذار بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها (مطالعه دانشجویان علوم ورزشی). مدیریت و توسعه ورزش، ۱۵(۱)، ۱۶۵-۱۸۸.

DOI: <https://doi.org/10.22124/JSMD.2025.24685.2809>

نوآوری پژوهش و پیام کلی

پژوهش حاضر با تمرکز بر آموزش کارآفرینی در میان دانشجویان علوم ورزشی، از جنبه‌های مختلف دارای نوآوری است. برخلاف مطالعات پیشین که اغلب به رشته‌های فنی یا مدیریتی پرداخته‌اند، این مطالعه برای نخستین بار عوامل مؤثر بر آموزش کارآفرینی را در زمینه‌ای کمتر بررسی شده مانند علوم ورزشی تحلیل می‌کند. ارائه یک مدل مفهومی بومی شده بر اساس ویژگی‌های این رشته، شناسایی عوامل تخصصی مرتبط با فضای آموزشی، بازار کار و فعالیت‌های ورزشی و تاکید بر نقش آموزش کارآفرینی به عنوان راهکاری برای کاهش بیکاری در میان فارغ التحصیلان علوم ورزشی از مهمترین جنبه‌های نوآورانه این پژوهش به کار می‌رود.





مقدمه

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است (رای، ۲۰۰۷). کارآفرینی ورزشی به‌عنوان فصل مشترک کارآفرینی و مدیریت ورزشی، حوزه نوظهوری محسوب می‌شود که به‌سرعت در حال شکل‌گیری است (هم^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرآیند استفاده از فرصت‌های اقتصادی موجود در ورزش دانست. فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید و یا کمبود به نظر آیند و یا مورد توجه خاصی نباشند، اما ایجاد مشاغل جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی، تبدیل کمبودها به فرصت‌هایی برای اشتغال و یا ایجاد بازار کار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی می‌توان به آن‌ها پرداخت (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۲۰۰۹). یک ساختار چهار خوشه‌ای (تعاریف نظری و عوامل درونی تقویت‌کننده آن، عوامل محیطی، رویکردهای آموزشی و آموزش و در نهایت تأثیرات آن، به ویژه از نظر توسعه جامعه و مزایای اجتماعی) برای کارآفرینی ورزشی وجود دارد (پلگرینی^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). در واقع، این نوع آموزش فعالیتی به شمار می‌رود که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره کسب و کارهای جدید استفاده می‌شود (جونز و انگلیش^۳، ۲۰۰۴).

یکی از مهم‌ترین مسائل و دغدغه‌های مسئولان اقتصادی کشور، مسئله اشتغال و کارآفرینی است (کریسان^۴ و همکاران، ۲۰۱۶). در واقع بحران بیکاری، تهدیدی برای کل جامعه است؛ به‌ویژه بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، پیامدهای غیرقابل جبرانی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خواهد داشت (هم و همکاران، ۲۰۱۶). در همین راستا رسالت اصلی دانشگاه‌ها آگاه نمودن فراگیران از چالش‌هایی است که آن‌ها به دلیل رقابت بازار کار در آینده و به‌طور کلی در ارتباط با اشتغال با آن‌ها روبرو هستند (سانتوس^۵ و همکاران، ۲۰۱۲). به اعتقاد کلارک^۶ (۱۹۹۸) دانشگاه‌ها می‌بایست پارادایم سنتی آموزش را در راستای تبدیل‌شدن به دانشگاه کارآفرین به پارادایم جدیدی تغییر دهند (سانچز الیور^۷ و همکاران، ۲۰۲۱؛ لارا-بوکانگرا^۸ و همکاران، ۲۰۲۲). زیرا دانشگاه کارآفرین محیطی برای حمایت فعال از کاربرد دانش و برانگیختن رفتارهای کارآفرینانه در بین تمام اعضا و ساختارهای مجموعه دانشگاهی ایجاد می‌نماید و می‌تواند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را با هم تلفیق نماید (ساندرا و دابینسکی^۹، ۲۰۰۷). بررسی روند توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته در دهه‌های اخیر بیانگر آن است که در اغلب آن‌ها کارآفرینی به‌عنوان یکی از موضوعات راهبردی در حوزه سیاستگذاری مورد توجه بوده است. آن‌ها دریافته‌اند که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است (مهدنور^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۱) و کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش بسزایی دارند (راج پوت^{۱۱}، ۲۰۱۵؛ آرتاخوو آنتوان^{۱۲}، ۲۰۲۲). در واقع کارآفرینی و اشتغال دو بخش مهم از فرآیندهای اقتصادی در ورزش هستند که سایر حوزه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند (دهقان و شفیع، ۲۰۲۲).

¹ Rae

² Hemme

³ Pellegrini

⁴ Jones & English

⁵ Crişan

⁶ Santos

⁷ Clark

⁸ Sánchez-Oliver

⁹ Lara-Bocanegra

¹⁰ Sandra & Dubinsky

¹¹ Mohd Noor

¹² Rajput

¹³ Artakhov Anton



از مؤلفه‌های مهم کیفیت آموزشی دانشگاه‌های کشور، محتوای برنامه درسی رشته‌های مختلف است. بنابراین، اصلاح برنامه‌های درسی با توجه به تغییرات جامعه، توسعه علم و آینده‌نگری برای توسعه متوازن و مطلوب جامعه ضروری است. تربیت‌بدنی و علوم ورزشی نیز از این امر مستثنی نیست و امروزه بیش از هر زمان دیگر نیاز به برنامه‌ریزی مداوم در آن به چشم می‌خورد (کوزه‌چیان، ۲۰۰۰). بازنگری محتوا و کیفیت دروس از جمله عوامل تاثیرگذار بر توسعه یادگیری کارآفرینانه است. نامناسب بودن برنامه درسی و خلا برنامه‌های آموزش کارآفرینی از معضلات بخش کارآفرینی در علوم ورزشی عنوان شده است. به نظر می‌رسد برنامه‌های تئوری ارائه شده در دانشکده‌های علوم ورزشی، فاقد رویکرد کاربردی و چالشی است و برخی از دروس با یکدیگر همپوشانی داشته باشند. علاوه بر این به نظر می‌رسد برنامه‌های درسی صرفاً تئوریک و عدم ارتباط نیازهای جامعه با آموزش‌های ارائه شده در دانشگاه‌ها و عدم همکاری بین نهادهای ورزشی با دانشگاه از معضلات آموزش کارآفرینی در رشته علوم ورزشی باشد (مندعلیزاده و زهره وندیان، ۲۰۲۱). در این راستا، مؤسسات آموزش عالی بایستی با ارائه برنامه‌ها و روش‌های آموزشی نوآورانه قادر به ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان باشند؛ و نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در فرآیند ترویج کارآفرینی بایستی ارتقای نگرش‌ها، ادراکات، صلاحیت‌ها، مهارت‌ها و رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان برای توانمندسازی آن‌ها در دنیای چالش‌برانگیز حاضر باشد (سانتوس و همکاران، ۲۰۱۲؛ لارا-بوکانگرا و همکاران، ۲۰۲۲)؛ به‌گونه‌ای که در فرآیند توسعه کارآفرینی، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه بایستی با ارائه برنامه‌های مختلف در جهت توسعه نگرش‌ها، رفتارها و توانایی‌های دانشجویان اقدام کنند که آن‌ها بتوانند با ایجاد یک شغل برای خود، مزایای اجتماعی و اقتصادی طولانی‌مدتی را نیز برای جامعه به ارمغان آورند (براتیانو و استانسیو، ۲۰۱۰؛ رحیمی و همکاران، ۲۰۲۲) و این امر نیازمند بازنگری و تغییر و تحول اساسی در برنامه‌ریزی و سرفصل دروس رشته تربیت بدنی بدون منفعت طلبی توسط افراد متخصص و خبره در این حوزه می‌باشد (محمودی یکتا، ۲۰۲۱). در نتیجه این امر، نظام آموزش عالی به رسالت اصلی خود که همانا ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان به منظور تغییر و بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان جامعه عمل می‌پوشاند و در دسته دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه قرار می‌گیرد (کیلاسی، ۲۰۱۳). پژوهشگران اذعان دارند کیفیت دانشکده‌های تربیت‌بدنی از لحاظ تربیت نیروی انسانی کارآمد و ماهر در سطح متفاوتی قرار دارد، در صورتی که با برقراری ارتباط دانشجویان با آموزش کارآفرینی، می‌توان به توسعه مهارت‌های شغلی و اجتماعی بهبود یافته کمک کرد (راتن و جونز، ۲۰۱۸). کوزه‌چیان (۲۰۰۰) پیشنهاد نموده است که باید بازنگری اساسی در سرفصل دروس، تعداد دروس و واحدهای عملی و نظری دوره کارشناسی تربیت‌بدنی صورت گیرد. از نظر مدیران و کارشناسان میزان تناسب درس‌های ورزشی رشته تربیت‌بدنی در حدی کمتر از متوسط است، یعنی این درس‌ها جواب‌گوی نیازهای شغلی نیست (کوزه‌چیان، ۲۰۰۰).

دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به‌طور فزاینده‌ای مجبور به بهبود ظرفیت خود با تأکید بر حل مشکلات دانش‌محور، ایجاد همکاری‌های گسترده‌تر برای یادگیری، عبور از مرزها و محدودیت‌های رشته‌ای و ترویج بین‌رشته‌ای و کشف، بهره‌برداری و اشتراک دانش در راه‌ها و شیوه‌های جدید هستند. بنابراین، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی برای همگام شدن با تغییرات و تحولات اخیر بایستی در فرآیندهای خلق و تولید دانش خود تغییرات بنیادینی اعمال نمایند. چالش بسیاری از مؤسسات آموزش عالی این است که چگونه می‌توان پژوهش‌های دانشگاهی متناسب و قابل دسترس برای حل مشکلات جامعه پدید آورد. در این راستا، تأمین‌کنندگان دولتی و خصوصی پژوهش‌ها نیز برای انجام

¹ Bratianu & Stanciu

² Kilasi

³ Ratten & Jones



پژوهش‌های که نتایج آن‌ها به آسانی و به سرعت در دسترس باشد (برای مثال، دسترسی آزاد از طریق اینترنت) بر روی مؤسسات آموزش عالی فشار می‌آورند (گیب^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). برای حل مشکلات مذکور و تبدیل نتایج پژوهش‌ها به محصولات و خدمات جدید به دانشگاه‌هایی نیاز است که پذیرای مشکلات واقعی جهان برای فعال کردن پژوهشگران و دانشجویان در جهت ارائه راه‌حل‌های نوآورانه و نشر و گسترش آن‌ها باشند. همه این موارد به ظرفیت کارآفرینانه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بستگی دارد. برای توسعه این ظرفیت به یادگیری مشارکتی و همراهی با ذی‌نفعان خارجی نیاز است. این به معنی حرکت از تمرکز محدود بر انتقال دانش به یک شبکه مبتنی بر رهیافت تبادل دانش است. این ویژگی از ویژگی‌های مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه به شمار می‌رود (پرکمن^۲ و همکاران، ۲۰۱۳).

با توجه به نقش و اهمیت آموزش عالی در توسعه و ترویج کارآفرینی، مطالعات متعددی در این زمینه صورت گرفته است و یافته‌های مربوطه این واقعیت را بازگو می‌کنند که یادگیری کارآفرینی احتمال موفقیت دانش‌آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد. افزون بر این، تشویق و ترویج رفتار کارآفرینانه دانشجویان در دانشگاه‌ها به راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا توسط آنان کمک خواهد نمود (پوراآشتی و مختارنیا، ۲۰۰۹).

کوستا و میراگایا^۳ (۲۰۲۲) نشان داد موانع متعددی بر سر راه کارآفرینی زنان باقی مانده است. با این حال، مشخص شده است که فعالیت بدنی و ورزش به توسعه مهارت‌ها و توانایی‌هایی کمک می‌کند که ممکن است برای ابتکارات کارآفرینی اساسی باشد. شکل‌گیری در بستر آموزش عالی نیز به عنوان ابزاری اساسی برای تحریک کارآفرینی زنان شناخته شده است. این مطالعه تاثیر مثبتی بر فرصت‌های شغلی زنان در صنعت ورزش داشت (کوستا و میراگایا، ۲۰۲۲). لارا-بوکانگرا و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی با عنوان «نوآوری از کارآفرینی ورزشی و کارآفرینی داخلی: فرصت‌هایی از یک بررسی سیستماتیک» انجام دادند. یافته‌ها نشان‌دهنده کاستی‌ها در تحقیقات در زمینه پیش‌آزمون‌ها/مواد اولیه رفتار کارآفرینانه و درون‌آفرینی، به‌ویژه در رابطه با نوآوری، اهمیت دیدگاه سیاسی کارآفرینی در ورزش و تدوین برنامه‌های آموزشی رفتاری برای کارآفرینان داخلی بود (لارا-بوکانگرا و همکاران، ۲۰۲۲).

سانچز-لیور و همکاران (۲۰۲۱)، کاربرد روش‌های نوین کارآفرینی ورزشی در دانشگاه‌ها را بررسی نمودند. این مطالعه، تجربیات و داده‌های استخراج شده را با هدف کمک به طراحی سیاست‌هایی که فعالیت تجاری دانشگاه‌ها را تحریک می‌کند و به دنبال ارتقای روحیه کارآفرینی در زمینه آموزش عالی هستند، خلاصه می‌کند (سانچز-لیور و همکاران، ۲۰۲۱). همچنین هم و همکاران (۲۰۱۶)، نشان دادند که کار آفرینان اولویت اصلی خود را به هدف‌گزینی اختصاص نمی‌دهند، چون نمی‌دانند در آینده چه پیش خواهد آمد. آن‌ها در عوض بر آن چه که دارند، آن چه که قادر به انجام آن هستند و افرادی که می‌شناسند تأکید داشته و بر اساس این که قادر به تحمل چه میزان خسارت هستند، تصمیم‌گیری می‌کنند. (هم و همکاران، ۲۰۱۶). شمس‌الدین^۴ و همکاران (۲۰۱۵)، نشان دادند که تمرکز حاکمیت بر جنبه‌هایی مانند ارائه برنامه‌های کارآفرینی متعدد به منظور افزایش تعداد کارآفرینان جوان، بهبود سیاست‌های کاربردی فعلی آموزش کارآفرینی و بهبود توانمندسازی آموزش مستمر کارآفرینی در فارغ‌التحصیلان بود (شمس‌الدین و همکاران، ۲۰۱۵). راج و هالسینک^۵ (۲۰۱۵)، بیان کردند آموزش در حوزه کارآفرینی می‌تواند بر نگرش و کنترل رفتاری درک شده دانشجویانی که در دوره‌های کارآفرینی شرکت می‌نمایند مؤثر باشد (راج و هالسینک، ۲۰۱۵).

¹ Gibb

² Perkmann

³ Costa & Miragaia

⁴ Shamsudin

⁵ Rauch & Hulsink



نووا^۱ (۲۰۱۵)، به این نتیجه رسید که آموزش کارآفرینی باید در رشته مدیریت ورزش مورد بازبینی قرار گرفته و ماهیت برنامه درسی با توجه به شرایط تغییر نماید تا فرصت‌ها در توسعه سازمان‌های ورزشی از ریسک کمتری برخوردار باشد (نووا، ۲۰۱۵). پیکسوتو^۲ (۲۰۱۳)، در پژوهشی متغیرهای مؤثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی را بررسی نمود و نتایج حاکی از رضایت‌بخش بودن قصد کارآفرینانه‌ی این نمونه بود. نگرش ادراکی و کنترل رفتار ادراکی تأثیر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان داشت درحالی‌که هنجارهای ذهنی دارای تأثیر منفی و ناچیزی بوده است. علاوه بر این، تفاوت معناداری از نظر جنسیت و تجارب حرفه‌ای بین دانشجویان به دست نیامد (پیکسوتو، ۲۰۱۳).

رفیعی و همکاران (۲۰۲۰) یافته‌های حاصل از پژوهش خود را در قالب یک الگوی مفهومی تبیین شده در سه سطح خودآگاهی، خودکارآمدی و خودشکوفایی تدوین کرد، که نقش بسزایی در ارائه یک آموزش هفتمند و همه‌جانبه در آموزش عالی به ویژه برای رشته‌های علوم انسانی در آموزش عالی خواهد داشت (رفیعی و همکاران، ۲۰۲۰). عظیمی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهش خود موانع مدیریتی، فرهنگی اجتماعی، سرمایه انسانی، حقوقی- قانونی، ساختاری- تجاری و موانع محیطی را به عنوان موانع کسب و کارهای ورزشی مطرح کردند و بیان کردند برای ایجاد کسب و کارها در حوزه ورزش، حمایت سازمان‌ها و نهادهای مرتبط ضروری است (عظیمی و همکاران، ۲۰۲۳). زیویار و همکاران (۲۰۱۷)، به شناسایی موانع ساختاری کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان پرداختند و با تحلیل داده‌های کیفی به هفت مانع ساختاری کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان (موانع سیستم تحقیق و توسعه، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم پاداش، تصمیم‌گیری، راهبرد، سیستم مالی و ساختار سازمانی) دست یافتند (زیویار و همکاران، ۲۰۱۷). مرزبان و همکاران (۲۰۱۷)، همچنین موانع آموزش کارآفرینی در مدارس را تحلیل کردند و نبود برنامه و هماهنگی در سطح کلان بین آموزش و پرورش و موسسات مورد بازدید، تسلط کم معلمان در زمینه بازاریابی، آشنایی کم معلمان با فضای کسب و کار، اطلاع کم معلمان در زمینه نظریات کارآفرینی، بی توجهی مسئولین اداری در مورد تشکیل دوره‌های آموزشی کوتاه مدت ضمن خدمت در زمینه کسب و کار و عدم تشویق معلمان فعال توسط مسئولین اداری در زمینه کسب و کار را از مهم‌ترین موانع کارآفرینی و کسب و کار در مدارس عنوان نمودند (مرزبان و همکاران، ۲۰۱۷). کردنائیج و همکاران (۲۰۱۳)، مهم‌ترین راه کارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در کشور را به ترتیب تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی، ایجاد مراکز کارآفرینی و خدمات مشاوره، اصلاح قوانین و مقررات اداری- بانکی، تأسیس دانشکده و آموزشگاه کارآفرینی، ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی سازمان یافته، ایجاد و تقویت پارک‌های علم و تکنولوژی و مراکز رشد، کاهش مراحل اداری- بانکی و ثبت شرکت‌ها و ایجاد شبکه‌های حامی کارآفرینی عنوان کردند (کردنائیج و همکاران، ۲۰۱۳).

صفری و سمیع‌زاده (۲۰۱۲)، به نیازسنجی وضعیت آموزش کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی پرداختند و نشان دادند با وجود بیان وضعیت نامناسب آموزش کارآفرینی از دید اساتید و دانشجویان همچنان خلاء موضوعاتی مانند (مبانی کسب‌وکار، طرح کسب و کار، ارتباطات، مدیریت و سازمان، قوانین و مقررات حقوقی و تجاری، حسابداری، مدیریت مالی، کسب‌وکار الکترونیک، تأسیس کسب و کار، بازاریابی، مدیریت راهبردی، کسب‌وکار بین‌الملل، مهارت‌های کارآفرینی را برای گسترش دانش و مهارت کارآفرینی و آگاهی‌های کارآفرینانه دانشجویان) احساس می‌شد (صفری و سمیع‌زاده، ۲۰۱۲). موسوی راد و همکاران (۲۰۱۲)، به بررسی آموزش کارآفرینی و تأثیر آن بر مهارت‌های کارآفرینی، قصد کارآفرینی و امید به اشتغال دانشجویان تربیت‌بدنی پرداختند و بیان کردند که قصد و نیت کارآفرینانه پیش‌نیازی ضروری برای بروز و توسعه رفتارهای کارآفرینانه است و تلاش و کوششی است که فرد از آن به‌عنوان بهترین پیش‌بینی

¹ Nova

² Peixoto



رفتار در آینده انجام خواهد داد. لذا، قبل از این که افراد وارد عرصه کارآفرینی شوند، باید قصد و نیت کارآفرینانه در آن‌ها شکل گیرد (موسوی راد و همکاران، ۲۰۱۲).

در عصر حاضر، نیازهای بازار کار به سرعت در حال تغییر و تحول است، به طوری که کارفرمایان به دنبال افراد ماهری در کسب و کار هستند که نیازهای مشتریان را بشناسند، و دارای مهارتهایی نظیر حل مسئله، کار گروهی، ارتباطات و فناوری‌های اطلاعاتی و حسابداری باشند. همچنین، آنان به دنبال افرادی هستند که به شعار «خواستن توانستن است» باور داشته باشند؛ در این راستا، الزامات اشتغال‌پذیری با شایستگی‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی هم‌پوشانی دارند؛ هر دو در یک مفهوم گسترده‌تر به قابلیت‌ها و توانایی‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار اشاره دارند (گیب و همکاران، ۲۰۱۵). بر این اساس، بهبود و ارتقای قابلیت اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان دانشگاهی بایستی مورد توجه برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی قرار گیرد. در این راستا، بایستی خاطر نشان کرد که این امر مستلزم هم‌افزایی بین آموزش، پژوهش و کارآموزی و ساختارهای شبکه‌ای قوی‌تر بین دانشگاه‌ها و بازار کار محلی و حتی غیرمحلی است. به‌رحال، این امر مستلزم پاسخگویی دانشگاه‌ها به دانش‌آموختگانی است که نسبت به سایرین از ریسک‌گریزی پایین‌تری برخوردارند و علاقه بیش‌تری به کشف مشاغل و کسب‌وکارهای جدید دارند و همچنین دارای ارتباطات بین‌المللی بهتری هستند (اتزکوتز و کلوفستن، ۲۰۰۵). لذا در این پژوهش با توجه به مطالعات صورت گرفته در پی پاسخ به این سوال هستیم که مدل مفهومی عوامل اثرگذار بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها (مطالعه دانشجویان علوم ورزشی) چگونه است؟

روش‌شناسی

رویکرد کلی پژوهش حاضر از نوع کیفی می‌باشد که با بررسی مبانی نظری و مرور سیستماتیک و انجام مصاحبه نیمه‌ساختار یافته انجام شد. پژوهش حاضر از لحاظ جهت‌گیری پژوهش جزء پژوهش‌های بنیادی است. جامعه آماری پژوهش را اعضای هیأت علمی دانشکده‌های مدیریت کارآفرینی دانشگاه‌های دولتی سراسر کشور، اعضای هیأت علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی سراسر کشور با تخصص کارآفرینی، اعضا و مدرسین ویژه و منتخب کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران و کارآفرینان منتخب ورزشی کشور بودند که برای انتخاب نمونه پژوهش از روش نمونه‌گیری گلوله برفی با معیار انتخاب خبرگان (داشتن تحصیلات مرتبط با موضوع پژوهش، داشتن تجربه کاری بالای ۳ سال در حوزه کارآفرینی ورزشی، حداقل داشتن پست مدیریتی، اجرایی، تخصصی یا کارشناس خبره) استفاده شد. حجم نمونه مورد بررسی با توجه به پیش فرض‌های پژوهش ۱۹ نفر بود. در این پژوهش جمع‌آوری داده‌ها تا مصاحبه ۱۵ به اشباع نظری رسید. سوالات مصاحبه نیمه‌ساختار یافته براساس مطالعات منابع کتابخانه‌ای و پیشینه پژوهش تدوین شد. مصاحبه‌ها ضبط شد و متن آن به صورت تایپ شده برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. در طول مصاحبه دقت شد که عقاید مصاحبه‌گر به شرکت‌کنندگان القاء نشود تا بر نظرات آن‌ها تأثیر نگذارد. هر مصاحبه به فراخور میزان جذابیت و اطلاع مصاحبه‌شونده از موضوع، بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه به طول انجامید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش نظریه داده بنیاد و بر اساس روش استراوس و کوربین کدگذاری باز، محوری و انتخابی و از نرم افزار مکس کیودا استفاده شد (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰). در این پژوهش برای تعیین نتیجه پایایی از روش ضریب کاپای کوهن مبنی بر عدم استقلال و وابستگی کدگذاری استفاده شد. نتایج نشان داد کدگذاری داده‌ها دارای پایایی مورد قبول (۰/۰۷۹) است.

¹ Etzkowitz & Klofsten

² Strauss & Corbin



جدول ۱. مشخصات نمونه آماری پژوهش سابقه کار

Table 1. Characteristics of the research sample

جنسیت Gender	سن Age	Work history	تحصیلات Education	سمت مصاحبه شونده Interviewee's position	کد مصاحبه شونده Interviewee code
مرد	۵۴-۴۳	۱۰-۶	دکتری	مشاور و منتور کارآفرینی. موسس شرکت ارزش آفرینان صنعت ورزش. راهبردها ارشد در کارآفرینی کسب و کارهای ورزشی	۱
مرد	۴۲-۳۲	۵-۰	دکتری	پژوهشگر و مدرس کارآفرینی و اشتغال ورزش. منتور نوآوری مرکز قطب علمی ورزش و تندرستی کشور	۲
مرد	۴۲-۳۲	۵-۰	کارشناسی ارشد	سرپرست مرکز آموزشهای کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان گیلان	۳
مرد	۴۲-۳۲	۵-۰	دکتری	مدیرعامل و مؤسس شرکت فناوری‌های ورزشی برجسته. مشاور و منتور کارآفرینی	۴
مرد	۴۲-۳۲	۱۰-۶	کارشناسی ارشد	مدیرعامل شرکت دانش بنیان پایا راه گستر. بنیان گذار استارت‌آپ بنه	۵
مرد	۴۲-۳۲	۵-۰	کارشناسی ارشد	مربی کسب و کارهای کارآفرینانه و منتور استارت آپ ویکند	۶
زن	۴۲-۳۲	۱۰-۶	کارشناسی ارشد	بنیان گذار استارت آپ باریا. مشاور و منتور کارآفرینی	۷
مرد	۴۲-۳۲	۱۰-۶	کارشناسی ارشد	مؤسس استارت‌آپ ورزشی زورخانه. مدرس رسمی اشتغال در ورزش وزارت ورزش و وزارت علوم	۸
زن	۴۲-۳۲	۱۰-۶	دکتری	مدرس و منتور کارآفرینی ورزشی	۹
مرد	۴۲-۳۲	۱۰-۶	دکتری	پژوهشگر و مدرس دوره‌های کارآفرینی در همایش‌های کارآفرینی	۱۰
زن	۴۲-۳۲	۱۰-۶	دکتری	طراح و دبیر اجرایی اولین استارت آپ ویکند ورزشی ایران. بنیان گذار استارت آپ آمل وند	۱۱
مرد	۵۴-۴۳	۱۰-۶	دکتری	استاد گروه مدیریت دانشگاه مازندران. مشاور کارآفرینی	۱۲
زن	۴۲-۳۲	۵-۰	دکتری	مدرس و منتور کارآفرینی ورزشی	۱۳
مرد	۵۴-۴۳	۱۰-۶	کارشناسی ارشد	کارآفرین برتر ورزشی. مدیر و کارآفرین برتر جوان و مدیر عامل شرکت ورزش گستر آرنا	۱۴
مرد	۴۲-۳۲	۱۰-۶	دکتری	مدرس کارآفرینی. منتور استارت آپ ویکند	۱۵

یافته‌ها

نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و کدگذاری‌ها در قالب پنج مؤلفه‌ی کلی شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها در جدول ۲ اشاره شده است.



جدول ۲. کدهای شناسایی شده مربوط به آموزش کارآفرینی ورزشی

Table 2. Identified codes related to sports entrepreneurship education

مفاهیم Concepts	مقوله فرعی Subcategory	کدگذاری محوری Axial coding	عوامل Factor
داشتن هنر کارآفرینی، وجود مهارتهای مورد نیاز جهت عملیاتی کردن ایده‌ها، میزان ریسک پذیری فرد، قدرت پیش بینی مشکلات، فرهنگ‌سازی در کارآفرینی از طرف خانواد، وجود روابط اجتماعی بالا با افراد جامعه، ایجاد انگیزه در کارآفرینی ورزشی، وجود دیدگاهی روشن از مقوله کارآفرینی از دید فرد، ایجاد باور در فرد در مقوله کارآفرینی و ایجاد ارزش، شخصیت مدرس کارآفرین در دانشگاه، شخصیت دانشجو از بعد اعتماد به نفس، تجربه کارآفرینی، روحیه کار تیمی، توانایی تصمیم‌گیری، تلاش و پشتکار فرد کارآفرین، مطالعه درسی و غیر درسی فرد درباره کارآفرینی ورزشی، داشتن روحیه کارآفرینی اساتید دانشگاه، حمایت خانواده از فرد کارآفرین، ایده‌پردازی صحیح توسط کارآفرین، تمایل و خواستن فرد به رغبت در انجام کارآفرینی ورزشی، برخورداری از تفکر توسعه فردی، سلاست فکری، توانمندی در یادگیری از اشتباهات، باهوش بودن، برخورداری از قدرت تحمل بالا، انعطاف پذیر بودن، تحمل ابهام، چالش طلبی، پرهیز از تک بعدی فکر کردن، اصلاح ویژگی‌های منفی شخصیتی مانند غرور و خودخواهی، هدف‌گرا بودن فرد در کارآفرینی ورزشی	ویژگی‌های کارآفرینانه فردی دانشجویان		
مهارت اندوzy فرد در مقوله کارآفرینی ورزشی، نوع تحصیلات فرد، میزان تخصص‌های غیردانشگاهی فرد از حیث کارآفرینی ورزشی	ویژگی جمعیت شناختی کارآفرینانه دانشجویان	رویکرد رفتاری	
نیاز به استقلال فردی، تمایل درونی فرد به نوآوری و خلاقیت و کارآفرینی، نیاز به توفیق، گرایش به رفاه اقتصادی	انگیزه فردی کارآفرینانه دانشجویان		
نگاه عمیق به فرآیند کارآفرینی و شروع یک کسب و کار، نگاه بلندمدت به کسب و کار کارآفرینی ورزشی از طریق تدوین سازه‌های استراتژیک، غیرقابل تقلید بودن مزیت‌های رقابتی مورد استفاده در کارآفرینی ورزشی، شناسایی خلاها و کمبودهای موجود در بازار، شناسایی فرصت‌های موجود در بازار، توجه ویژه به تقاضاهای تامین نشده در بازار	رویکرد بازار محوری	رویکرد مبتنی بر کسب و کار	
جذب سرمایه‌گذار با هدف پیاده‌سازی ایده‌های خلاق، جذب و دریافت سرمایه از طریق طرح توجیهی	دیدگاه اقتصادی		عوامل علی
بهره مندی از فرصت‌های تجاری، بینش فرد در شناسایی فرصت‌ها، خلق فرصت کارآفرینی، وجود نیاز به تربیت بدنی در جامعه، شناسایی بازار هدف به اجرا در آوردن ایده‌ها در کمترین زمان، بکارگیری ایده‌های خلاقانه بطور مستمر و پویا، خلاق بودن همیشگی فرد، اجرایی نمودن ایده در ابعاد کوچک و بطور آزمایشی	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	رویکرد خلاقیت مداری	
توانمندسازی افراد در ایده پردازی مستمر، بکارگیری و استفاده از نیروهای با تجربه در زمینه کارآفرینی ورزشی، بکارگیری نیروی انسانی خلاق و نوآور	توانمند سازی منابع انسانی		
برخورداری از دانش علمی و عملی مورد نیاز، ایده گرفتن از برخی کسب و کارهای درآمدزا در سایر کشورهای جهان، ایجاد سطوح آموزشی مشخص در مقوله کارآفرینی در دانشگاه، مشخص بودن دامنه آموزش کارآفرینی در دانشگاه، وجود معیارهای اندازه‌گیری آموزشی به تفکیک مخاطب، وجود برنامه‌های درسی کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، تدوین برنامه آموزش	یادگیری دانش و مهارت کارآفرینی دانشجویان	رویکرد توسعه نیروی انسانی	



<p>کارآفرینی متناسب با نیاز دانشجویان در دانشگاه هدفمند بودن آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه، ساختارمدار بودن آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه، با کیفیت بودن آموزش‌های ارائه شده توسط اساتید دانشگاه</p>	<p>بهبود کیفیت آموزشی</p>	<p>رویکرد کیفیت</p>
<p>ایجاد تیم‌های کاری جهت پیاده سازی افکار، بهره‌مندی از مزایای کار گروهی و شبکه ای، وجود همدلی میان دانشجویان جهت جمع بندی و ارائه یک ایده ناب در کارآفرینی ورزشی وجود شبکه‌های آموزش جهت آموزش گروهی و جمعی</p>	<p>تیم سازی کارآفرینانه</p>	<p>رویکرد ارتباطی</p>
<p>تسهیل اخذ تسهیلات افراد کارآفرین ورزشی از دولت، ثبات سیاسی دولت، توجه وزارت ورزش به مقوله کارآفرینی ورزشی، احداث پارک‌های فناوری و کارآفرینی ورزشی در جامعه از طرف دولت، حمایت دولت در زمینه تامین مواد اولیه مورد نیاز کارآفرینان ورزشی، بازنگری مقررات دولتی، ایجاد تعامل میان دولت و سازمان‌های کارآفرینی ورزشی، ایجاد زیرساخت‌های مناسب کارآفرینی ورزشی از سوی دولت، اعمال مالیات کم از طرف دولت برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینی ورزشی، عدم وجود مقررات سخت و خشک دولتی جهت تشکیل پروژه‌های کارآفرینی ورزشی، حضور پررنگ‌تر دستگاه‌های تدوین قوانین جهت فرهنگ‌سازی سیاست‌های کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های کارآفرینی توسط دولت در بازار جهت ایجاد اشتیاق افراد، بازنگری قوانین دولتی در مورد موانع کارآفرینی، تدوین برنامه‌های ملی مشوق کارآفرینی و ابلاغ به سازمان‌ها، نظارت بر آموزش صحیح کارآفرینی توسط دولت، قانون‌گذاری در سازمان‌ها از بعد کارآفرینی توسط دولت، ایجاد مشاغلی توسط دولت که نیازمند وجود خلاقیت هستند</p>	<p>حمایت‌گرایی دولتی</p>	<p>عوامل زمینه‌ای</p>
<p>ارتباط دانشگاه با صنعت و حوزه‌های کارآفرینی، وجود برنامه‌های مدون آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، وجود دوره‌های آموزش کارآفرینی ورزشی، وجود گروه‌های خلاقیت و نوآوری در دانشگاه‌ها، آموزش هدفمند و اثربخش کارآفرینی ورزشی به دانشجویان، تدوین استراتژی‌های منظم و یکپارچه از سوی دانشگاه جهت آموزش کارآفرینی ورزشی، غربال دانشجویان مستعد در برنامه‌های کارآفرینی ورزشی، وجود قوانین منظم کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، وجود مرکز رشد شتاب دهنده در دانشگاه، استفاده از اساتید متخصص در حوزه کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، به روز بودن مفاد درسی رشته کارآفرینی در دانشگاه، وجود دانشگاهی که ضعف و موقعیت‌های بازار را به دانشجویان نشان دهد، وجود دانشگاهی که بتواند به دانشجویان ایده خلاقانه و نوآور بدهد. برگزاری کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، آموزش صحیح مبانی کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، وجود فضای مناسب جهت آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، تلفیق دانش تئوریک و عملی مرتبط با کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، حرکت از دانشگاه دانش محور به دانشگاه کارآفرین</p>	<p>تدوین سیستم آموزشی</p>	<p>رویکرد توسعه و تمرکز</p>
<p>دعوت از کارآفرینان برتر توسط دانشگاه جهت آشنایی دانشجویان با فرآیند کارآفرینی ورزشی، ایجاد انگیزه در دانشجویان در قالب رویدادهای کارآفرینانه، حمایت سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی موجود در جامعه از کارآفرینان، دریافت مشاوره از افراد کارآفرین موفق و یا شکست خورده، ارائه تجربه کارآفرینی اساتید رشته ورزشی به دانشجویان، معرفی</p>	<p>ایجاد سیستم تشویقی کارآفرینانه</p>	



دانشجویان به پارک‌های فناوری از سوی دانشگاه، وجود مزیت‌های موجود در بازار، امنیت سرمایه‌گذاری در مقوله کارآفرینی ورزشی، معرفی دانشجویان مستعد کارآفرینی به نهادهای حمایتی	پیامدهای فرهنگ	رویکرد اجتماعی
دیدگاه مردم و میزان استقبال آن‌ها از کارآفرینی ورزشی در جامعه، مقبولیت کارآفرینی ورزشی از منظر جامعه	خود محوری کارآفرینانه	
استفاده از نظرات گروه همسالان، اراده قوی، خود جوش بودن و متکی به خود، داشتن توانایی در تشخیص اولویت‌ها، خوش بین بودن	ضعف ارادی	
عدم برخورداری از انگیزه کافی، ضعف در خودباوری، بهانه تراشی، ضعف در تفکر خلاق، روحیه نا امیدکننده، بی هدفی، ضعف اراده، شناخت ناکافی از توانمندی‌های شخصی، عدم برخورداری از پشتکار، عدم برخورداری از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه	سطحی نگری	رویکرد فردی
عدم آشنایی با مفاهیم کارآفرینی، عدم ارائه خدمات مبتنی بر نیازهای جامعه از بعد کارآفرینی ورزشی، عدم اهمیت به مقوله کارآفرینی ورزشی	ریسک‌گریزی کارآفرینانه	عوامل مداخله‌گر
ترس از شکست، عدم اعتماد به نفس، عدم بهره‌مندی از شجاعت و جسارت در کارآفرینی ورزشی، عدم برخورداری از روحیه ریسک‌پذیری معقولانه، عدم مطرح نمودن ایده‌های نوآورانه	سوء مدیریت کارآفرین	
ساماندهی غیرعلمی منابع در کارآفرینی ورزشی، تصمیم عجولانه در یک فرآیند کارآفرینی ورزشی، عدم بهره‌مندی از سایر منابع موجود، ورود بی برنامه به حوزه‌های تخصصی، رواج فرهنگ پشت میز نشینی، عدم اعتماد به همکاران و تیم کاری	ضعف مالی کارآفرینان	
عدم برخورداری از منابع مالی کافی، عدم برآورد صحیح هزینه‌های کارآفرینی ورزشی، هزینه بر بودن پیاده‌سازی ایده‌های خلاقانه	عدم شفافیت فکری کارآفرینان	رویکرد عملکردی
عدم بهره‌مندی از اعتقاد فکری و قلبی به کارآفرینی ورزشی، برخورداری از ذهن پراکنده و غیرمتمرکز، عدم بهره‌مندی از تفکر و تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه	ارتقای فناوری آموزش	راهبردها
وجود رسانه در فرهنگ‌سازی کارآفرینی، استفاده از اپلیکیشن‌ها، اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی و مجازی و استارت‌آپ‌ها جهت آموزش کارآفرینی، برگزاری و بینارهای آنلاین در حیطه آموزش کارآفرینی ورزشی	بستر سازی ظرفیت‌های کارآفرینانه	رویکرد استراتژیک
ایجاد فضای تجربه اندوزی در کارآفرینی ورزشی، بسترسازی از طرف دانشگاه جهت شرکت افراد در دوره‌های کارآفرینی ورزشی، استفاده از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در کشور، اعتبارسنجی بر طبق جغرافیای محیطی، ایجاد فرصت از طریق تجربه اندوزی در دوره‌های کارآفرینی ورزشی، افزایش توانمندی فردی کارآفرینان در مقوله کارآفرینی ورزشی، بازبینی، نظارت و ارزیابی مستمر فعالیت‌های کارآفرینانه ورزشی، شناسایی و ارزیابی فرصت، توسعه فرهنگ ورزش کردن در میان افراد جامعه	دانش اطلاعاتی	
مطالعه روند کاری کارآفرینان خارج از کشور، بهره‌مندی از آموزش‌های لازم در زمینه چگونگی انجام یک پروژه کارآفرینی ورزشی، بهره‌مندی از انواع روش‌های تبلیغاتی در کارآفرینی ورزشی، رصد مستمر اطلاعات عمومی و تخصصی مرتبط با کارآفرینی ورزشی، رصد مستمر منابع علمی و پژوهش‌های مرتبط با مفاهیم کارآفرینی ورزشی	رویکرد پایدار	
معرفی دانشجویان به واحدهای صنعت ورزش در قالب کارآموزی، بازدید از	ارتباط با صنعت	



<p>شرکت‌های موفق کارآفرینی ورزشی، ملاقات با صاحبان کسب و کارهای کارآفرینی به منظور افزایش تجربه</p>		
<p>فرهنگ سازی سازمان‌ها در مورد خوب بودن مقوله کارآفرینی ورزشی، ارائه آموزش توسط سازمان‌ها برای داوطلبین کارآفرینی ورزشی، تقویت پشتیبانی از طرف جامعه، دانشگاه و آموزش و پرورش جهت ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی، شرکت در همایش‌ها، کنفرانس‌ها، کارگاه‌های آموزشی برگزار شده از طرف سازمان‌ها</p>	<p>توانمندی‌های سازمانی</p>	<p>رویکرد سازمانی</p>
<p>انتقال دانش، تمرکز زدایی امکانات ورزشی در شهرهای بزرگ، ایجاد ارزش در جامعه، افزایش کیفیت در خدمات، افزایش رونق اقتصادی، افزایش سطح سلامت جامعه، افزایش روحیه و توان رقابت پذیری، بهبود کیفیت زندگی افراد جامعه</p>	<p>بهبود رفاه کارکنان</p>	<p>پیامدهای فردی</p>
<p>کسب آمادگی و خود ارزیابی دانشجویان، دادن جسارت و شجاعت جهت شروع یک فعالیت کارآفرینانه، مستقل شدن دانشجویان، کاهش فشارهای روحی روانی کارآفرینان، حس مفید بودن در جامعه، بالا بردن عزت نفس و توسعه دیدگاه دانشجویان، توسعه نگرش کارآفرینانه دانشجویان</p>	<p>تقویت روحیه کارآفرینانه</p>	
<p>ایجاد منابع درآمدی جدید برای فعالین حوزه ورزش، کسب سود و ثروت بیشتر، آشکارسازی فرصت‌های جدید در کارآفرین، استفاده بهینه از فرصت‌های موجود</p>	<p>بهینه سازی فرصت‌ها</p>	
<p>افزایش نوآوری، گسترش پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی ورزشی، بکارگیری ایده‌های نو و خلاقانه در مسیر زندگی، بالا رفتن بهره وری سازمان‌های کارآفرین، بالا رفتن سطح توانمندی افراد کارآفرین، ایجاد باور دانشجویان از حیث رشد کردن در زمینه کارآفرینی ورزشی، توسعه فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی با رویکرد ورزشی، تقویت شیوه تفکر کارآفرینانه برپایه خلاقیت و نوآوری، نیازآفرینی در صنعت ورزش با توسعه ایده‌های نو</p>	<p>توسعه نوآوری</p>	<p>پیامدهای سازمانی</p>
<p>ایجاد ارزش و اشتغال در زمینه ورزش، معرفی و آشنایی مشاغل مرتبط با کارآفرینی ورزشی به دانشجویان، رهنمون‌سازی خلاقیت و نوآوری از حوزه‌های مختلف کاری به تربیت بدنی، بالا رفتن سطح رقابت پذیری در بازار و ورزش، ایجاد اشتغال مولد برای دانش آموختگان رشته تربیت بدنی، کاهش عدم اطمینان ریسک‌های بازار، ایجاد بازارهای جدید، تشویق و ترغیب سرمایه گذاران جهت ورود به کارآفرینی ورزشی، گسترش خصوصی سازی در ورزش کشور، بهبود فضای کارآفرینی و کسب و کار کار ورزشی در کشور، افزایش اشتغال و توسعه کارآفرینی ورزشی، شناخت و ایجاد و گسترش بازارهای جدید، اشتغال زایی همراه با ایجاد ثروت و افزایش رفاه، شناسایی و تربیت کارآفرینان بالقوه جهت راه اندازی کسب و کارهای جدید، بهبود قابلیت اشتغال پذیری دانش آموختگان</p>	<p>اشتغال زایی مولد</p>	
<p>ایجاد جامعیت میان افراد، موضوعات و سطوح آموزشی، توسعه استارت آپ‌های ورزشی، نظام مند شدن فرآیندهای کارآفرینی، توسعه تکنولوژی‌های نوین در صنعت ورزش، توسعه اقتصادی و تقویت زیرساخت‌های صنعت کشور</p>	<p>بهبود زیر ساخت</p>	<p>پیامدهای اجتماعی</p>
<p>طبقه بندی آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها، یکپارچه سازی آموزش کارآفرینی، پررنگ‌تر شدن آموزش کارآفرینی در دانشگاه، تربیت</p>	<p>توسعه آموزش کارآفرینی</p>	



افراد جهت تدریس در مقوله کارآفرینی، توانمندتر شدن سازمان‌های کارآفرین در حوزه ورزش، بالاتر رفتن سطح آگاهی دانشجویان نسبت به کارآفرینی ورزشی، توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی در جامعه، انجام فعالیت‌های با کیفیت تر در مقوله کارآفرینی ورزشی، ریشه گذاری فرهنگ کارآفرینی ورزشی در جامعه

ایجاد نگاه متفاوت به دنیای اطراف، انتقال تجارب موفق و ناموفق به افراد کارآفرین، توسعه سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت ورزش، اتصال دانشگاه، صنعت ورزش و بازار کار، افزایش سرعت در مسیر موفقیت کارآفرینی ورزشی، ترغیب و جذب جوانان به شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی ورزشی، ساماندهی و استفاده اثربخش از منابع، ایجاد نظام آموزش و پرورش پژوهش محور

توسعه استراتژیک

ایجاد تحول در دانشجویان تربیت بدنی از منظر کارآفرینی ورزشی، حذف دیدگاه‌های قدیمی ورزشی، توسعه ورزش کشور، بالابردن استانداردهای سلامت در جامعه، ارتقاء جایگاه فعلی ورزش، افزایش تمایل افراد جامعه به ورزش، مشارکت در برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی

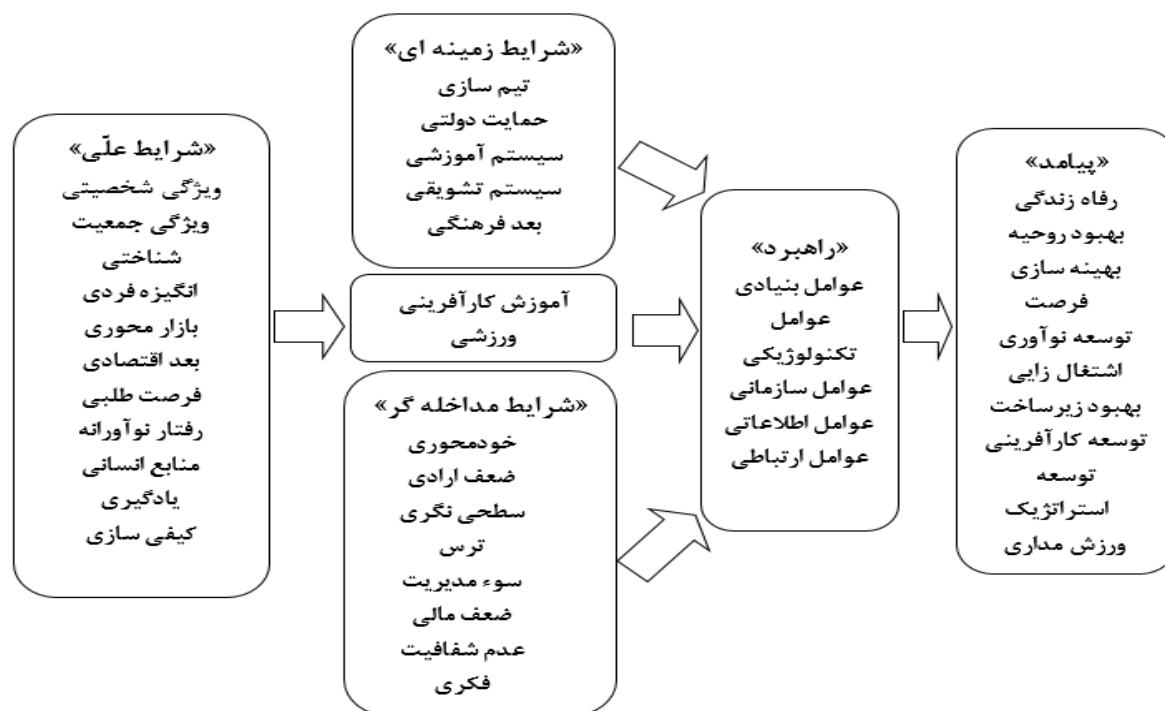
ارتقای ورزش مداری

بحث

در کدگذاری باز و محوری، مدل پارادایمی آموزش کارآفرینی ورزشی توسعه داده شد، مدلی که شامل شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها است. همان طور که ملاحظه می‌کنید در شکل ۱ مدلی که شامل شرایط و پیامدها است، همان مدل نظری «تحلیل مفهومی آموزش کارآفرینی ورزشی» قابل مشاهده است. مقوله اصلی (محوری): ایده، حادثه یا رخدادی است که مفاهیم و مقوله‌ها بر محور آن ایجاد می‌شوند. در این پژوهش و با توجه به اهداف و مقوله شناسایی شده، مقوله «آموزش کارآفرینی ورزشی» به عنوان مقوله اصلی (محوری) در نظر گرفته شده است. بدین معنا که هسته مدل مفهومی این پژوهش، تحلیل مفهومی آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی ایران می‌باشد.

شرایط علی: مجموعه شرایطی است که سبب پیدایش پدیده می‌شوند. ویژگی کارآفرینانه فردی دانشجویان، ویژگی جمعیت شناختی کارآفرینانه دانشجویان، انگیزه فردی کارآفرینانه دانشجویان، رویکرد بازار محوری، دیدگاه اقتصادی، شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، رفتار نوآورانه کارآفرینانه، توانمندسازی منابع انسانی، یادگیری دانش و مهارت کارآفرینی دانشجویان، بهبود کیفیت آموزشی به عنوان شرایط علی که باعث شکل دهی آموزش کارآفرینی ورزشی شده اند، در نظر گرفته شد. این شرایط لزوم ارائه الگوی تحلیل مفهومی آموزش کارآفرینی ورزشی را به عنوان پدیده مورد بررسی ایجاد می‌کند. مؤسسات آموزش عالی بایستی با ارائه برنامه‌ها و روش‌های آموزشی نوآورانه قادر به ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان باشند؛ و نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در فرآیند ترویج کارآفرینی بایستی ارتقای نگرش‌ها، ادراکات، صلاحیت‌ها، مهارت‌ها و رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان برای توانمندسازی آن‌ها در دنیای چالش‌برانگیز حاضر باشد (لارا- بوکانگرا و همکاران، ۲۰۲۲). در این زمینه با برقراری ارتباط دانشجویان ورزشی با آموزش کارآفرینی، می‌توان به توسعه مهارت‌های شغلی و اجتماعی آن‌ها کمک کرد (راتن و جونز، ۲۰۱۸). کارآفرینان اولویت اصلی خود را به هدف‌گزینی اختصاص نمی‌دهند، بلکه در عوض بر اساس آن چه دارند یا آنچه قادر به انجام آن هستند تصمیم‌گیری می‌کنند (هم و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین دانشجویانی که در دوره‌های کارآفرینی شرکت می‌کنند، نگرش و کنترل

رفتاری درک شده بالاتری را نسبت به سایرین از خود نشان می‌دهند (راچ و هالسینگ، ۲۰۱۵). در نتیجه شرایط علی در این پژوهش شامل رویکردهای (رفتاری، مبتنی بر کسب و کار، خلاقیت مداری، توسعه نیروی انسانی، کیفیت) می‌باشد.



شکل ۱. مدل پارادایمی مقولات مرتبط با آموزش کارآفرینی ورزشی

Figure 1. Paradigmatic Model of the Dimensions of Sports Entrepreneurship Education

شرایط زمینه‌ای: نشان دهنده شرایط ویژه‌ای است که مقوله اصلی در آن قرار دارد. زمینه شامل خصوصیات مقوله اصلی نیز می‌شود. تیم سازی کارآفرینانه، حمایت‌گرایی دولتی، تدوین سیستم آموزشی، ایجاد سیستم تشویقی کارآفرینانه، پیامدهای فرهنگ به عنوان شرایط زمینه‌ای، بستر و محیطی را برای آموزش کارآفرینی ورزشی فراهم می‌آورند که بدون آن‌ها بهبود شاخص‌های الگوی آموزش کارآفرینی ورزشی امکان پذیر نیست. شکل گیری شخصیت افراد در بستر آموزش عالی به عنوان ابزاری اساسی برای تحریک کارآفرینی شناخته شده است (کوستا و میراگایا، ۲۰۲۲). برنامه‌های آموزشی، ارتباط معناداری با توسعه کارآفرینی ورزشی دارد. بدین معنا که هر چه میزان برنامه‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی و چگونگی راه‌اندازی کسب و کارهای بیشتر باشد، تمایل افراد به کارآفرینی بیشتر شده و در نهایت، توسعه کارآفرینی ورزشی در جامعه بیشتر خواهد شد (سانچز الیور و همکاران، ۲۰۲۱). نتایج پژوهش زیویار و همکاران، به برنامه‌ریزان و مسئولین وزارت علوم و مسئولین دانشکده‌های تربیت‌بدنی کمک می‌نماید تا در کنار برنامه اصلی رشته تربیت‌بدنی، برنامه‌هایی جهت تشویق و ترغیب و افزایش ویژگی‌های کارآفرینی جوانان و دانشجویان برگزار کنند. در این راستا ارتباط دانشگاه با صنعت و حوزه‌های کارآفرینی، وجود برنامه‌های مدون آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشگاه، وجود دوره‌های آموزش کارآفرینی ورزشی، وجود گروه‌های خلاقیت و نوآوری در دانشگاه‌ها، آموزش هدفمند و اثربخش کارآفرینی ورزشی به دانشجویان، تدوین استراتژی‌های منظم و یکپارچه از سوی دانشگاه جهت آموزش کارآفرینی ورزشی و غربال دانشجویان مستعد در برنامه‌های کارآفرینی ورزشی در کشور می‌تواند روحیه خوداشتغالی و کارآفرینی را در میان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی گسترش دهند (زیویار و همکاران، ۲۰۱۷). اعمال مالیات کم از طرف دولت برای توسعه کسب و



کارهای کارآفرینی ورزشی، عدم وجود مقررات سخت و خشک دولتی جهت تشکیل پروژه‌های کارآفرینی ورزشی، حضور پررنگ تر دستگاه‌های تدوین قوانین جهت فرهنگ‌سازی سیاست‌های کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های کارآفرینی توسط دولت در بازار جهت ایجاد اشتیاق افراد، بازنگری قوانین دولتی در مورد موانع کارآفرینی، تدوین برنامه‌های ملی مشوق کارآفرینی و ابلاغ به سازمان‌ها، نظارت بر آموزش صحیح کارآفرینی توسط دولت، قانون‌گذاری در سازمان‌ها از بعد کارآفرینی توسط دولت و ایجاد مشاغلی توسط دولت که نیازمند وجود خلاقیت هستند از جمله عواملی هستند که جز با حمایت دولت میسر نخواهد شد (شمس‌الدین و همکاران، ۲۰۱۵). در این پژوهش، عوامل زمینه‌ای به سه رویکرد (ارتباطی، توسعه و تمرکز، اجتماعی) تقسیم شده‌اند.

شرایط مداخله‌گر: ساختاری گسترده و عوامل بیرونی هستند که می‌توانند مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار دهند. در این بین خودمحوری کارآفرینانه، ضعف ارادی، سطحی نگری، ریسک‌گریزی کارآفرینان، سوء مدیریت کارآفرین، ضعف مالی کارآفرین، عدم شفافیت فکری کارآفرینانه عنوان شرایط مداخله‌گر در آموزش کارآفرینی ورزشی عمل می‌کند. رفیعی و همکاران، یافته‌های حاصل از پژوهش خود را در قالب یک الگوی مفهومی تبیین شده در سه سطح خودآگاهی، خودکارآمدی و خودشکوفایی تدوین کرد که نقش بسزایی در ارائه یک آموزش هدفمند و همه‌جانبه در آموزش عالی به ویژه برای رشته‌های علوم انسانی در آموزش عالی خواهد داشت که این نتایج با مؤلفه‌های مداخله‌گر شناسایی شده در این پژوهش همخوانی دارند (رفیعی و همکاران، ۲۰۱۹). خودمحوری بودن افراد و سلیقه ای کار کردن افراد می‌تواند در کاهش تبادل افکار خلاقانه نقش داشته باشد. افرادی که در بروز افکار خود بطور تک بعدی عمل می‌نمایند و از افکار و نظرات دیگران استفاده نمی‌کنند به شکست منتهی می‌شوند و این‌گونه در بستری از تجربه‌های تلخ قرار می‌گیرند (گیب و همکاران، ۲۰۱۵). یکی از ترس‌های کارآفرینان ترس از دزدیده شدن ایده‌ها است. در همین راستا یکی از موضوعات مهم عدم انگیزه افراد، ضعف در خودباوری، بهانه تراشی، ضعف در تفکر خلاق، روحیه ناامیدکننده، بی‌هدفی، ضعف اراده، شناخت ناکافی از توانمندیهای شخصی، عدم برخوردارگی از پشتکار، عدم برخوردارگی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان به ویژه پژوهشگران در افشای اختراعات خود است، زیرا همواره این نگرانی وجود دارد که بخش‌هایی از ایده‌های نوآورانه و یا طرح‌های پژوهشی و دستاوردهای آن‌ها بدون رعایت حقوق مالکیت معنوی به یغما رود (خسروی پور و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین شرایط مداخله‌گر در این پژوهش شامل رویکرد (فردی و عملکردی) است.

راهبردها: در یک زمینه و با شرایط میانجی مشخص، مجموعه مشخصی از راهبردها یا اقدامات امکان پذیر می‌باشد. در واقع راهبردها اقداماتی هستند که می‌توانند مقوله اصلی را به پیامدها تبدیل کنند. برآیند این شرایط سه گانه (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) به راهبردهایی تحت عناوین بسترسازی ظرفیت‌های کارآفرینانه، توانمندی‌های سازمانی، دانش اطلاعاتی، ارتباط با صنعت به منظور استقرار آموزش کارآفرینی ورزشی ختم می‌شود. با بررسی روند توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته در دهه‌های اخیر مشخص شد که در اغلب آن‌ها کارآفرینی به عنوان یکی از موضوعات راهبردی در حوزه سیاست‌گذاری مورد توجه بوده است و اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است (مهدنور و همکاران، ۲۰۲۱). عواملی از قبیل نبودن برنامه و هماهنگی در سطح کلان بین آموزش و پرورش و موسسات مورد بازدید، تسلط کم معلمان در زمینه بازاریابی، آشنایی کم معلمان با فضای کسب و کار، اطلاع کم معلمان در زمینه نظریات کارآفرینی، بی‌توجهی مسئولین اداری در مورد تشکیل دوره های آموزشی کوتاه مدت ضمن خدمت در زمینه کسب و کار و عدم تشویق معلمان فعال توسط مسئولین اداری در زمینه کسب و کار از مهم‌ترین موانع بنیادی کارآفرینی هستند (مرزبان و همکاران، ۲۰۱۷). بر همین اساس مهم‌ترین راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در کشور را به ترتیب تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی، ایجاد مراکز کارآفرینی و خدمات مشاوره، اصلاح قوانین و مقررات اداری-بانکی، تأسیس دانشکده و آموزشگاه کارآفرینی، ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی سازمان یافته، ایجاد و تقویت پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، کاهش



مراحل اداری- بانکی و ثبت شرکتها و ایجاد شبکه‌های حامی کارآفرینی عنوان کردند (کردنائیچ و همکاران، ۲۰۱۳). در این پژوهش راهبردها شامل رویکرد (استراتژیک، پایدار، سازمانی) است. پیامدها: به تبعات تحقق مقوله محوری در بستر شرایط علیّ، مداخله‌گر و زمینه‌ای و از طریق راهبردهای مشخص اشاره دارد. در حوزه آموزش کارآفرینی ورزشی می‌توان به بهبود رفاه کارآفرینان، تقویت روحیه کارآفرینانه، بهینه سازی فرصت ها، توسعه نوآوری، اشتغال زایی مولد، بهبود زیرساخت، توسعه آموزش کارآفرینی، توسعه استراتژیک، ارتقا ورزش مداری به عنوان پیامدهای آموزشی اشاره کرد. وجود مقوله‌های مربوط به رفاه اجتماعی و استفاده بهینه از شرایط یکی از پیامدهای اساسی در کارآفرینی ورزشی عنوان شده و بهتر شدن شرایط زندگی و وجود اشتغال در جامعه از عوامل مهم در انگیزه‌های کارآفرینان ورزشی به حساب می‌آید. در این راستا افراد جامعه بهتر می‌توانند مسائل و مشکلات زندگی را درک نموده و برای مقابله با آن تصمیم‌های عقلایی می‌گیرند (هم و همکاران، ۲۰۱۶). ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم برای توسعه کارآفرینی را فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند. پیامدهای آموزش کارآفرینی ورزشی شامل (فردی، سازمانی، اجتماعی) می‌باشد.

نتیجه‌گیری کلی و پیام مقاله

برنامه‌های آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشگاه‌ها باید به سمت خلاقیت و نوآوری سوق داده شوند و با تلفیق دانش تئوریک و عملی مرتبط با کارآفرینی ورزشی در نهایت از دانشگاه دانش‌محور به دانشگاه کارآفرین حرکت کنند. امید است نتایج این پژوهش بتواند در آموزش کارآفرینی برای تحریک روحیه کارآفرینی و ارتقا دانش، نگرش و مهارت دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی در زمینه کارآفرینی و همچنین مورد استفاده سیاست‌گذاری‌های آموزش عالی و تربیت‌بدنی و ورزش کشور به‌منظور تسهیل انتقال جمعیت مسئولیت‌پذیرتر به بازار کمک قابل ملاحظه‌ای بنماید.

محدودیت‌ها

در انجام این پژوهش مشکلات و محدودیت‌های چندی قابل تصور بود. اگر چه به نظر می‌رسد که انتخاب پژوهش از نوع کیفی، مناسب‌ترین نتایج را در رابطه با موضوع پژوهش حاضر فراهم ساخته بود، اما روش مذکور در ارتباط با ارزیابی صحت نتایج حاصل با محدودیت‌هایی روبرو است و از آنجایی که روش مورد استفاده در این پژوهش، نظریه زمینه‌ای بوده است و در آن پژوهشگر خود به تحلیل داده‌ها پرداخته است، ممکن است نتایج حاصل از پایایی لازم برخوردار نباشد و پژوهشگری دیگر نتایج مشابهی به دست نیاورد. ضمن اینکه نتایج از وضوح کمتری نسبت به پژوهش‌های کمی برخوردار است و پیش از آزمون نظریه مستخرج از داده‌ها، قابل تعمیم به جوامع دیگر نیست. علیرغم پیگیری‌های زیاد برای مصاحبه با برخی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و کارآفرینان ورزشی، متأسفانه به دلیل مشغله کاری و یا عدم اعتقاد آن‌ها به کارهای پژوهشی، امکان انجام مصاحبه میسر نشد. با توجه به آنکه مفهوم آموزش کارآفرینی ورزشی، مفهومی نوظهور در علم مدیریت و کار آفرینی به شمار می‌آید و تا کنون مطالعات اندکی در داخل و خارج از کشور به این موضوع و شاخص‌های مرتبط با آن پرداخته است، پژوهشگر با محدودیت منابع در این زمینه روبرو بود که این امر موجب شد تا محقق با دانش نسبی درباره مفهوم آموزش کارآفرینی ورزشی وارد حوزه پژوهش شود.

پیشنهاد برای مطالعات آتی

با عنایت به یافته‌های پژوهش، به منظور آموزش کارآفرینی ورزشی، پیشنهادهای کاربردی برای تصمیم‌سازان در دانشگاه‌ها ارائه می‌شود: پیشنهاد می‌شود حداقل شرایط برای دانشجویان علوم ورزشی جهت تقویت بستر کارآفرینی مهیا شود. دانشگاه‌ها باید بسترهای مناسب برای آموزش و پشتیبانی از کارآفرینی ورزشی و آگاهی نسبت به تغییرات، تطبیق پذیری و انعطاف‌پذیری را با ارائه دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها، مشاوره و ایجاد ارتباط با صنعت ورزش در دانشجویان علوم ورزشی فراهم نماید. همچنین



مسئولین دانشگاه‌ها باید برنامه‌ها و رقابت‌های استارت آپی در حوزه کارآفرینی ورزشی با هدف تشویق دانشجویان به ارائه ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه را از طریق شبکه‌های اجتماعی پر مخاطب هم چون اینستاگرام، فیسبوک، توئیتر و لینکدین توسعه داده و به ترویج کارآفرینی ورزشی بپردازند. همچنین برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند شامل دوره‌های تخصصی در زمینه مدیریت کسب و کار، بازاریابی، مالی و مهارت‌های کارآفرینی باشد و با استفاده از روش‌های تبلیغاتی مؤثر مانند تبلیغات دیجیتال، رسانه‌های اجتماعی، همکاری با سفارشی‌سازان و افراد مشهور، ایجاد رویدادها و تبلیغات غیرمستقیم مانند محتوای بازاریابی به ترویج آموزش کارآفرینی ورزشی کمک کنند.

از سوی دیگر پیشنهاد می‌شود وزارت علوم برنامه‌هایی را برای معرفی دانشجویان به واحدهای صنعتی فعال و مرتبط با حوزه ورزشی در قالب کارآموزی توسعه دهد و برای ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی، همکاری و هماهنگی بین سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و جامعه را تقویت نماید.

با اجرای این پیشنهادات، دانشگاه‌ها و وزارت علوم می‌توانند دانشجویان علوم ورزشی را در حوزه کارآفرینی ورزشی توانمند کرده و اصطلاحاً «ورزشی-کارآفرین» را به وجود آورند. امید است نتایج این پژوهش بتواند در آموزش کارآفرینی برای تحریک روحیه کارآفرینی و ارتقا دانش، نگرش و مهارت دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی در زمینه کارآفرینی و همچنین مورد استفاده سیاست‌گذاری‌های آموزش عالی و تربیت‌بدنی و ورزش کشور به منظور تسهیل انتقال نیروی انسانی مسئولیت‌پذیرتر به بازار کمک قابل ملاحظه‌ای بنماید.

با توجه به گستردگی بحث مربوط به آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشجویان علوم ورزشی می‌توان به پژوهشگران آتی پیشنهاد نمود عوامل مربوط به ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان و عوامل مربوط به زیرساخت‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و توسعه مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی به مدل پژوهش اضافه شود.

ملاحظات اخلاقی

رعایت دستورالعمل‌های اخلاقی

این پژوهش با رعایت اصول اخلاق در پژوهش انجام شد.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

نویسندگان در نگارش این مقاله از هیچ‌گونه فناوری هوش مصنوعی مولد یا ابزارهای کمکی هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند.

منابع مالی

این پژوهش بدون هیچ‌گونه حمایت مالی انجام شده است.

مشارکت نویسندگان

نویسندگان سهم مساوی در تدوین و اجرای این پژوهش داشتند.

تعارض منافع

تضاد منافی بین نویسندگان وجود ندارد.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از تمامی شرکت‌کنندگان در این پژوهش قدردانی می‌کنند.

References

- Artakhov Anton, B. (2022). Classification and systematization of approaches to the definition of technology entrepreneurship. *π-Economy*, 94(2), 89-101. [Link]
- Azimi, M.R., Mondalizadeh, Z., & Zohrehvandian, K. (2023). Identifying barriers to launching sports startups and providing solutions (Case study: Hamadan Province). *Journal of Sport Management and Development*, 12(3), 144-169. [https://doi.org/10.22124/JSMD.2022.19627.2558] [In Persian]



- Bratianu, C., & Stanciu, S. (2010). An overview of present research related to entrepreneurial university. *Management & Marketing*, 5(2), 117-134. [Link]
- Clark, B. (1998). *Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation*. New York: Pergamon. Retrieved from: Link.
- Costa, C., & Miragaia, D.A.M. (2022). A systematic review of women's entrepreneurship in the sports industry: has anything changed? *Gender in Management*, 37(8), 988-1008. [Link]
- Crişan, E.L., Salanță, I.I., Beileu, I.N., Bordean, O.N., Bunduchi, R. (2021). A systematic literature review on accelerators. *The Journal of Technology Transfer*, 46(1), 62-89. [Link]
- Dehghan, M., & Shafiee, S. (2022). Analyzing the perspective of entrepreneurship and employment development in the national educational and grassroots sport. *Journal of Sport Management and Development*, 11(1), 154-182. [https://doi.org/10.22124/JSMD.2022.6679] [In Persian]
- Etzkowitz, H., & Klofsten, M. (2005). The innovating region: toward a theory of knowledge-based regional development. *R & D Management*, 35(3), 243-255. [Link]
- Firoozi Laktrashani, Z., Delkhosh Kasmaei, A., & Safari, M. (2022). Presenting a model of educational system based on the development of students' entrepreneurial attitude (Case study: vocational schools in Tehran). *Political Sociology of Iran*, 5(8), 2431-2452. [https://doi.org/10.30510/psi.2022.311362.2508] [In Persian]
- Gibb, A., Klofsten, M., & Hofer, A. (2015). *The entrepreneurial higher education institution: A review of the concept and its relevance today*. 1-14. Available at: Link
- Hemme, F., Morais, D., Bowers, M., & Tood, J. (2016). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport Management Review*, 20(1), 92-104. [Link]
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education and Training*, 46(8/9), 416-423. [Link]
- Kalani, A., Eskandari, I., & Mohammadi Shams Abadi, A.M. (2016). Role of entrepreneurship dimension in managers performance in sport and youth offices. *Sport Management Studies*, 8(36), 209-226. [Link] [In Persian]
- Kalateh Seifari, M., & Tondnevis, F. (2012). The relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship in physical education headquarter of Tehran. *Research in Sports Management and Movement Behavior*, 2(4), 105-117. [Link] [In Persian]
- Khosravi pour, B., Irvani, H., Hoseini, M., & Movahed Mohammadi, H. (2010). An analysis of the factors affecting students' interest in entrepreneurship as perceived by graduates of agricultural scientific-applied higher education centers of Iran. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Reserch*, 2-40(4), 35-45. [Link] [In Persian]
- Koozechiyan, H. (2000). Studying the educational status of students of physical education colleges in the country. *Harkat*, 8(4), 37-53. [Link] [In Persian]
- Kordnaeij, A., Zali, M.R., & Bahamin, M. (2013). Structural solutions of entrepreneurship development in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(2), 95-114. [Link] [In Persian]
- Lara-Bocanegra, A., Bohórquez, M.R., & García-Fernández, J. (2022). Innovation from sport's entrepreneurship and intrapreneurship: opportunities from a systematic review. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 863-880. [Link]
- Mahmoodi yekta, M., Shabani bahar, G., Honari, H., Shahlaee, J & Ghafouri, F. (2021). Identifying the effective factors of the development of entrepreneurship in the educational system of sports sciences of the country. *Journal of Sport Management and Development*, 10(4), 22-36. [https://doi.org/10.22124/JSMD.2021.5448] [In Persian]



- Marzban, SH., Movahedi, R., & Noruzi, KH. (2017). Analysis of barriers to entrepreneurship education in schools. *Management and Entrepreneurship studies*, 3(2), 83-97. [Link] [In Persian]
- Mohd Noor, N.H., Yaacob, M.A., & Omar, N. (2021). Creating future young entrepreneur in the new normal: the role of facilitative law, normative support and entrepreneurial knowledge. *Academic Journal of Business and Social Sciences (AJOBSS)*, 5(1), 1-15. [Link]
- Mondalizade, Z., Ehsani, M., & Honari, H. (2016). Developing sustainable entrepreneurship model in sport based on the grounded theory. *Sport Management*, 8(5), 709-725. [https://doi.org/10.22059/jsm.2016.60443] [In Persian]
- Mondalizadeh, Z., & Zohrehvandian, K. (2021). Identifying factors influencing educational position of undergraduate sport sciences from the entrepreneurial learning perspective. *Journal of Sport Management and Development*, 10(3), 122-139. [https://doi.org/10.22124/JSMD.2021.5072] [In Persian]
- Mosavi Rad, T., Farahani, A., Nejat Esfahani, A., & Honari, H. (2012). Designing the model of corporate entrepreneurship based on the relationship between corporate strategy and dimensions of corporate entrepreneurial orientations in physical education organization. *Journal of Sports Management*, 4(12), 201-217. [Link]
- Rae, D. (2000). Understanding entrepreneurial learning: a question of how? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(3), 145-159. [Link]
- Rafiee, N., Yarmohammadian, M.H., & Kashtiaray, N. (2019). Designing a Content Model for Entrepreneurship Education in Humanities Fields. *Research in Teaching*, 7(4), 150-169. [In Persian] [Link]
- Rahimi, A., Ehsani, M., Saffari, M., & Norouzi Seyed Hossini, R. (2022). From the entrepreneurial passion and technological creativity of students to the commercialization of iranian sport sciences researches. *Journal of Sport Management and Development*, 11(3), 132-150. [https://doi.org/10.22124/JSMD.2022.6669] [In Persian]
- Rahmati, M., Alvandi, A., & Hoseini, E. (2022). Presenting a sports entrepreneurship development model in professional football league clubs: a mixed approach. *Quarterly Scientific Research Journal of Entrepreneurship Development*, 15(2), 203-221. [https://doi.org/10.22059/jed.2022.329594.653784] [In Persian]
- Rajput, P.S. (2015). Effects of foreign direct investment (FDI) in the Indian economy. *PARIDNYA-The MIBM Research Journal*, 3(1), 38-43. [Link]
- Ratten, V., & Jones, P. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education Training*, 60(5), 490-499. [Link]
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: an investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187-204. [Link]
- Saeidi Mehrabad, M., & Mohtadi, M. (2009). Impact of entrepreneurship education on the development of entrepreneurial behavior case study: entrepreneurial training courses at the ministry of labor and social affairs. *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(2), 57-74. [Link] [In Persian]
- Safari, S., & Samizadeh, M. (2012). Needs assessment of entrepreneurial knowledge and skills training. *Journal of Educational Technology*, 7(1), 65-77. [Link] [In Persian]
- Sánchez-Oliver, A.J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., Fernández-Gavira, J., & García-Fernández, J. (2019). New ways of sports entrepreneurship in the university. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 5-21. [Link]
- Sandra, S., & Dubinsky, L. (2007). Institution entrepreneurship for universities in transition. *European Journal of Marketing*, 34(11), 1315-1337. [Link]



- Santos, F.J., Romero, I., & Fernández-Serrano, J. (2012). SMEs and entrepreneurial quality from a macroeconomic perspective. *Management Decision*, 50(8), 1382-1395. [[Link](#)]
- Shamsudin, S.F.F., Al-Mamun, A., Nawi, N.C., Nasir, A.M., & Zakaria, M.N. (2015). Policies and practices for entrepreneurial education in Malaysia: a review. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(2), 27-36.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage publications: London. [[Link](#)]
- Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). Entrepreneurship education and training programs around the world. *World Bank Publications*, Washington DC. [[Link](#)]
- Ziviar, F., Farahani, A., & Keshavarzi, L. (2017). Identification and prioritization of obstacles to organizational entrepreneurship in the ministry of sport and youth. *International Journal of Social Science and Economic Research*, 2(11), 5118-5136. [[Link](#)]