



Identifying the components and indicators of entrepreneurship development through sports in technical and vocational universities of the country

Ali Hasanzadeh

PhD student in Sports Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Mohamad Porranjbar *

Associate Professor, Department of Physical Education, School of Medicine and Neuroscience Research Center, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran

Mohsen Manochehri Negad

Assistant Professor of Sports Management, Tehran Branch, Farhangian University, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this study is Analysis of entrepreneurship development indicators of physical education students of technical and vocational universities. The present research is exploratory research in nature and hybrid in terms of approach. In the qualitative part of the research, using the Delphi method, 30 opinions of experts, managers, experts and experts in the field of entrepreneurship, organizational experts and sports managers, who deal with this matter, have been used, and finally led to the extraction and identification of variables. The variables have been identified using the Delphi method, and finally the model has been validated using smart.pls software. Based on the research literature and expert opinions of experts, a total of 55 factors have been identified. The fuzzy Delphi approach was used to screen the indicators and identify the final indicators, and 48 indicators were extracted in the first round, 44 indicators in the second round and 39 indicators in the third round. The identified factors are identified in four dimensions, managerial dimension, business dimension, specialized dimension and environmental dimension, which are in the order of first to fourth ranks. Utilizing entrepreneurial capacities in sports at the Technical and Vocational University can solve many problems, including the unemployment of physical education graduates of this university.

Keywords: Sports Entrepreneurship, Technical and Vocational University, Entrepreneurship Development, physical education students

* Corresponding Author: E-mail: mohamadporranjbar1980@gmail.com

How to Cite: Hasanzadeh A, Porranjbar M, Manochehri Negad M. Identifying the components and indicators of entrepreneurship development through sports in technical and vocational universities of the country, Journal of Innovation in Sports Management, 2024; 3(1):71-82.



تحلیل شاخص‌های توسعه کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

علی حسن زاده

محمد پوررنجبر *

محسن منوچهری نژاد

دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

دانشیار گروه تربیت‌بدنی دانشکده پزشکی و مرکز تحقیقات علوم اعصاب دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران

استادیار مدیریت ورزشی، واحد تهران، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

چکیده

هدف این پژوهش شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور است. پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع اکتشافی و از نظر رویکرد از نوع ترکیبی (آمیخته) است. در بخش کیفی و با استفاده از روش دلفی، ۳۰ نفر از نظر متخصصان، مدیران، خبرگان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی و خبرگان سازمانی و مدیران ورزشی که با این امر، سروکار دارند، استفاده شده است و در نهایت منجر به استخراج و شناسایی متغیرها، گردید. با استفاده از روش دلفی به شناسایی متغیرها پرداخته شده است. بر اساس ادبیات پژوهش و نظرات تخصصی خبرگان در مجموع ۵۵ عامل شناسایی شده است. برای غربال شاخص‌ها و شناسایی شاخص‌های نهایی از رویکرد دلفی فازی استفاده شده است و ۴۸ شاخص در راند اول، ۴۴ شاخص در راند دوم و ۳۹ شاخص در راند سوم استخراج شده است. عوامل شناسایی شده در چهار بعد، بعد مدیریتی، بعد تجاری، بعد تخصصی و بعد محیطی شناسایی شده است که ترتیب رتبه‌های اول تا چهارم را به خود اختصاص داده‌اند. استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای می‌تواند راهگشای بیکاری فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی این دانشگاه باشد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی ورزشی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، توسعه کارآفرینی، دانشجویان تربیت‌بدنی.

* نویسنده مسئول: E-mail: mohamadporramjbar1980@gmail.com

حسن زاده علی، پوررنجبر محمد، منوچهری نژاد محسن، تحلیل شاخص‌های توسعه کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، فصلنامه نوآوری در مدیریت ورزشی، بهار ۱۴۰۳، ۳(۱): ۸۲-۶۹.

مقدمه

بیکاری فارغ التحصیلان یک مشکل رایج در سراسر جهان است (ماندلی^۱ و همکاران، ۲۰۱۷، ۶۲). معضل بیکاری در کشور ایران به ویژه فارغ التحصیلان دانشگاهی تقریباً مهم ترین چالش دولت و دغدغه مردم در کشور است. کاهش بیکاری و افزایش اشتغال به میزان سرمایه گذاری بر صنعت های مختلف از یک سو و به فرآیندهای کسب و کار و اشتغال از سوی دیگر بستگی دارد (سوادی و همکاران، ۲۰۱۵، ۲۰۶). کارآفرینی یک عامل حیاتی در توسعه اقتصادی کشورها برای حل این مشکل در نظر گرفته می شود (ندائو^۲ و همکاران، ۲۰۱۹، ۱۰۰). بنابراین، کارآفرینی دانشجویان دانشگاه یک زمینه تحقیقاتی ضروری است که سزاوار توجه بیشتر سیاستگذاران برای تشویق مشاغل موفق و کاهش نرخ بیکاری جوانان است (سیگر^۳ و همکاران، ۲۰۱۶، ۱). بر این، طبق گفته بال^۴ (۲۰۰۵)، برخی صنایع وجود دارند که در آنها کارآفرینی بیش از سایرین اهمیت دارد و ورزش یکی از آنهاست (ژانگ^۵ و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۳۴).

کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها و به عبارت دیگر فرایند کارآفرینی، فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلق و شناسایی فرصت های جدید به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی و یا بهبود ساختار تولید که توأم به پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی، رضایتمندی شخصی و استقلال می باشد، مبادرت می ورزد (سعیدی کیا، مهدی، ۲۰۰۳، ۱). کارآفرینی ورزشی یک واژه کلی است که نوآوری، خطرپذیری و رفتار پیشنازانه در حوزه ورزش را دربرمی گیرد. کارآفرینی در گردشگری ورزش می تواند تولید یک محصول یا ارائه خدمات جدید قابل استفاده در زمین ورزش تا راه اندازی یک کسب و کار ورزشی باشد. همچنین ایجاد و توسعه کسب و کارهای گردشگری ورزشی، وجود و استفاده از رویدادها و خدمات ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می توان در حوزه ی

کارآفرینی ورزشی تعریف کرد. فعالیت های کارآفرینی ورزشی را می توان بر اساس نوآوری در فنون ورزشی، فرایندهای ورزشی، لوازم و تجهیزات ورزشی، توسعه ی بخش اجتماعی فعالیت های ورزشی و نوآوری در سازمان دهی امور ورزشی انجام داد (هنری و مند علیزاده، ۲۰۱۱، ۱۰۷).

کسب و کارهای ورزشی، به توسعه ورزش کمک می کند. برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش می بایست عوامل زمینه ای و ساختاری مؤثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد برای ایجاد ساختارها و زمینه های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه ریزی نمود. توسعه و رشد کارآفرینی توسط مجموعه بی شماری از متغیرها تحت تأثیر قرار می گیرد. مجموعه ای از این متغیرها شامل بسیاری از مدل های پیش بینی شده ای است که بر پایه رویکردهای کلانی است که دربرگیرنده متغیرهای محیطی به منظور گسترش کارآفرینی می باشد که در واقع، سیاست عمومی بر برنامه های زیر بنایی مهم مانند فراهم کردن حمایت دولتی و خدمات حمایتی کسب و کار تمرکز می کند، از جمله عوامل مهم اثرگذار بر کارآفرینی که می تواند این فرایند را توسعه دهد عبارت است از: زیرساخت های کسب و کار، پژوهش، توسعه و کیفیت نیروی انسانی؛ بنابراین مطالعه محیط در روند فعالیت های کسب و کار مهم است؛ چراکه فاکتورهایی که محیط را تشکیل می دهند از جمله فاکتورهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، قانونی و تکنولوژیکی، آمادگی کسب و کار را با توجه به محیط بیان می کند. کارآفرینی در ورزش، حوزه ی به سرعت در حال رشدی از کارآفرینی و تحقیقات مدیریت ورزش است. فرایند کارآفرینی در ورزش دربردارنده ی فعالیت های کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی است که در زمینه ی ورزشی انجام می شوند. ورزش در جایگاه یک صنعت، جزء بزرگ ترین صنعت های جهان محسوب می شود و بر صنایع دیگر از جمله آموزش و پرورش و گردشگری تأثیر می گذارد که خود آن ها هم بر نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی تمرکز یک پارچه ای دارند. ورزش به ساختار اجتماعی بیشتر کشورهای جهان گره خورده و چشم انداز منحصر به فردی از کارآفرینی فراهم می کند. فرایند کارآفرینی در ورزش را معمولاً سازمان ها،

¹ Mandyoli

² Ndou

³ Sieger

⁴ Ball

⁵ Zhang

افراد یا دولت‌هایی آغاز می‌کنند که هم در حوزه‌ی اقتصادی و هم اجتماعی حضور مؤثری دارند (مندعلی‌زاده و هنری، ۲۰۱۰، ۱۲۰).

اگرچه مطالعه کارآفرینی ورزشی در سال‌های اخیر شروع به گسترش کرده است (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۳۴)، اما پژوهش‌های اندکی در این زمینه در داخل ایران انجام شده است. گنزالس سرانو^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به پیش بینی نیت کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی: رویکردی بین فرهنگی پرداختند و دریافتند که دانشجویان رشته‌های ورزشی دارای نگرش مطلوبی نسبت به کارآفرینی و محیط بسته حمایتی برای کارآفرینی هستند. با توجه به تأثیر فرهنگ ملی بر عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی، تفاوت‌های آماری معنی‌داری در متغیر کنترل رفتاری درک شده، با تأثیر بیشتر بر نیت کارآفرینی دانشجویان پرتغالی وجود دارد. ریتن^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی کارآفرینی ورزشی و ایجاد ارزش در زمان بحران پرداختند و دریافتند که در مواقع بحران، صنعت ورزش می‌تواند از اکوسیستم کارآفرینی منحصربه‌فرد خود برای تشویق همکاری فعال که منجر به خلق ارزش مشترک می‌شود، استفاده کند. گنزالس سرانو و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان اکوسیستم‌های کارآفرینی برای توسعه صنعت ورزش در کشورهای اتحادیه اروپا، دریافتند که ۱۲ راه‌حل می‌تواند ۷۶ درصد از موارد سطوح بالای تولید ناخالص داخلی مرتبط با ورزش را توضیح دهد. مهم‌ترین راه‌حل، ترکیب *سطوح بالای خلاقیت* سطوح بالای دانش و فناوری *سطوح بالای کسب و کار* سطوح بالای زیرساخت *سطوح بالای سرمایه انسانی و* تحقیقات است.

هامرشمیت^۳ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی کارآفرینی ورزشی در زمان‌های بحران در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای پرداخته است و عنوان نمودند که باشگاه‌های ورزشی باید از قابلیت‌های کارآفرینی در زمان‌های مختلف و به خصوص در زمان‌های بحران استفاده نمایند تا از خسارات ناشی از بحران‌ها، در امان

باشند. فوچالد^۴ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان استفاده از تجارب کارآفرینی در فرآیندهای راهنمایی دانشجو محور، دریافتند که دانشجویان از تعامل با افرادی که علایق مشابه خودشان را دارند یاد می‌گیرند و به نتایج یادگیری از راهنمایی همتایان عمل نموده‌اند. خیاط و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی ارائه الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران پرداختند. بر اساس یافته‌های پژوهش، این موارد شناسایی شد: شرایط علی (شامل ویژگی‌ها و مهارت‌های شخصیتی، ویژگی‌های کارآفرینانه، عوامل انگیزشی، مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های ارتباطی، توانمندی‌های مالی، توانایی‌های بازاریابی، مهارت‌های فناورانه و فنی - تخصصی، عوامل حمایتی و امکانات و ظرفیت‌ها، تجربه)، عوامل زمینه‌ای (شامل زیرساخت‌ها و بسترها، عوامل قانونی - نهادی، عوامل اقتصادی، زمینه شخصی و عوامل فرهنگی - اجتماعی)، عوامل مداخله‌گر (شامل عوامل جنسیتی، شرایط خانوادگی و فردی و شرایط محیطی)، راهبردها (شامل اقدامات مالی - اقتصادی، اقدامات تشویقی - ترغیبی و حمایتی، اقدامات سیاسی-قانونی و سیاست‌گذاری، آموزش و پژوهش، توسعه ارتباطات و فناوری) و پیامدهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران (شامل پیامدهای اقتصادی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای ورزش و سلامت). دستوم و سوادی (۲۰۱۶) در پژوهشی به ارائه چارچوب مفهومی توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری ورزشی کشور پرداختند. چارچوب شناسایی شده شامل مشوق‌های محیطی و نهادی، ساختار و مدیریت توسعه، نگرش، رفتار و فرهنگ کارآفرینانه، تأمین منابع توسعه، نظام نوآوری، زمینه‌ها و فرصت‌ها و پیامدهای توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی بود. ارتباط بین منظرها از طریق سه نوع اثر پیشایندی، فرایندی و پیامدی و با مشخص کردن جنبه برجسته تأثیر مشخص گردید. علاوه بر این برای هر کدام از منظرها چالش‌ها و راهکارهای اجرایی موردبررسی قرار گرفته است. گیل‌مور و همکاران^۵ (۲۰۲۰)، کسب و کارهای ورزشی، مانند باشگاه‌های ورزشی را به‌عنوان کارآفرینی اجتماعی معرفی می‌کنند، چراکه از نظر آنان، سودآوری چنین باشگاه‌هایی

¹ González-Serrano

² Ratten

³ Hammerschmidt

⁴ Fauchald

⁵ Gilmore

این دانشگاه در حوزه کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی نشان‌دهنده این مهم می‌باشد که رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزش به مانند دیگر رشته‌های این دانشگاه از منظر نوآوری و کارآفرینی وضعیت مطلوبی را ندارد. این مسئله در کنار نبود تحقیقات جامع در خصوص روند توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشجویان تربیت‌بدنی در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور و همچنین عدم وجود راهکارهای عملیاتی در این خصوص سبب گردیده است تا نیاز به انجام تحقیقات جامع در این خصوص درک گردد. از این رو با توجه به بیکاری قشر زیادی از فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای و همچنین نبود سرفصل‌های درس کارآفرینی در این رشته، پژوهش حاضر، درصدد پاسخگویی به این سؤال می‌باشد که شاخص‌های توسعه کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور کدام است؟

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر فلسفی اثبات‌گرا می‌باشد. در این تحقیق با بررسی گروهی از خبرگان دانشگاهی در رشته‌های تربیت‌بدنی و مدیریت ورزشی، خبرگان سازمانی و مدیران ورزشی شامل مدیران عالی، خبرگان، اساتید مرتبط در حوزه مدیریت ورزشی در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور می‌گردد که می‌تواند برای تمامی مدیران در سازمان‌های مشابه در سطح کشور، صادق باشد. رویکرد این تحقیق استقرایی بوده و این تحقیق از منظر هدف، یک تحقیق توصیفی می‌باشد. این پژوهش بر اساس رویکرد آمیخته صورت گرفته است که جهت بررسی علی-معلولی معیارهای مورد مطالعه به مصاحبه با خبرگان می‌پردازد. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش کتابخانه‌ای و میدانی از طریق انجام مصاحبه می‌باشد.

در این تحقیق در بخش کیفی تیم خبرگان شامل خبرگان دانشگاهی در رشته‌های تربیت‌بدنی و مدیریت ورزشی، خبرگان سازمانی و مدیران ورزشی شامل مدیران عالی، خبرگان، اساتید مرتبط در حوزه مدیریت ورزشی در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور بودند که به شیوه غیر تصادفی (هدفمند) و روش گلوله برفی به تعداد ۳۰ نفر انتخاب گردیدند و تا حصول به اشباع نظری مصاحبه‌ها ادامه یافت.

چندان نیست، از این رو سهم زیادی در مسئولیت اجتماعی ایفا می‌کنند. در واقع کسب‌وکارهای ورزشی، از مسئولیت اجتماعی و محیطی به‌عنوان بخشی از عملکرد خود به‌منظور دستیابی به مزیت رقابتی استفاده می‌کنند. چراکه وجود اهداف اجتماعی، اقتصادی و نهادی برای کارآفرینی ورزشی، بیان‌کننده اهمیت نهادینه شدن و پایداری کارآفرینی است. سالوم^۱ و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، به بررسی عوامل پیش‌برنده پایداری در کسب‌وکارهای ورزشی پرداختند و عواملی مانند نگرش‌ها و ارزش‌های شخصی و مدیریتی، به دست آوردن مزیت‌های رقابتی و ارتقای اعتبار را به‌عنوان عواملی که باعث گرایش کارآفرینان ورزشی به پایداری می‌شود، در نظر گرفتند. صفایی و اسلامی (۲۰۲۱) در پژوهشی، عنوان نمودند که آموزش کارآفرینی ورزشی تأثیر معناداری بر سواد مهارتی و بهزیستی اجتماعی با نقش میانجی سواد مهارتی در دانشجویان علوم ورزشی دارد. الماسی فرد و عبدالملکی (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان واکاوی عوامل اثرگذار بر ایجاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی در استان کرمانشاه، دریافتند که ۹ عامل اصلی که نقش شایان ملاحظه‌ای در ایجاد اکوسیستم کارآفرینی ورزشی استان دارند عبارت‌اند از: دولت و سیاست‌های اتخاذی آن، عوامل اقتصادی و مالی، فرهنگی و اجتماعی، زیرساخت‌های فیزیکی و تکنولوژیکی، قوانین و مقررات، بازار و شرایط آن، دانشگاه و صنعت و تعامل میان آنها، مدیریت و منابع انسانی و جاذبه‌های طبیعی - توریستی ورزشی.

با توجه به تحقیقات انجام‌شده در این حوزه؛ مشخص گردید که فعالیت‌های جدی و عمیقی در مسیر بهبود و گسترش کارآفرینی در ورزش شکل نگرفته است که این مسئله نشان‌دهنده خلأ تحقیقاتی در این خصوص می‌باشد. دانشگاه فنی و حرفه‌ای به‌عنوان دانشگاهی کلیدی در مسیر رشد و توسعه نوآوری و کارآفرینی نقش مهمی در بهبود عملکرد فنی دانش‌آموختگان خود دارد. اگرچه این دانشگاه در حوزه‌های مختلف موفق بوده است اما به نظر می‌رسد این دانشگاه در مسیر توسعه کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی و مشکلات عمیقی داشته باشد. نبود عملکرد مطلوب و نامشخص بودن خروجی و دستاورد

¹ Salome

مقدار آن کمتر از ۰/۷ باشد برای راند بعد مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. تحلیل دلفی فازی تا جایی ادامه می‌یابد که مقدار هیچ‌یک از شاخص‌های باقیمانده کمتر از ۰/۷ نباشد. کدگذاری مصاحبه‌ها به صورت دستی انجام شد و به منظور تحلیل فازی از نرم افزار Excell استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی

این مطالعه بر اساس دیدگاه ۳۰ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه انجام شده است که ویژگی آنان در جدول ذیل ارائه گردیده است.

بر اساس ادبیات پژوهش و نظرات تخصصی خبرگان در مصاحبه‌های انجام گرفته، در مجموع ۵۵ عامل شناسایی شده است. برای غربال شاخص‌ها از رویکرد دلفی فازی استفاده شده است که در چهار راند صورت گرفت، ۴۸ شاخص در راند اول، ۴۴ شاخص در راند دوم و ۳۹ شاخص در راند سوم مورد پذیرش قرار گرفتند و در راند چهارم به دلیل اینکه مقدار تمامی شاخص‌ها بیشتر از ۰/۷ بود تحلیل دلفی فازی متوقف گردید. نتایج حاصل از راندهای دلفی در جدول ۲ ارائه گردیده است.

پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقیمانده با انجام کدگذاری باز و محوری در قالب ۴ کد محوری، ۱۲ مقوله و ۳۹ مفهوم دسته‌بندی گردیدند

پس از گردآوری داده‌ها، به منظور استخراج ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه فنی و حرفه‌ای از روش کدگذاری استفاده گردید که شامل سه سطح کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است:

کدگذاری باز: طی کدگذاری باز، داده‌ها به بخش‌های مجزا خرد می‌شوند و برای به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌هایشان بررسی می‌شوند. سپس این «مفاهیم» بر اساس مشابهت‌هایشان طبقه‌بندی می‌شوند که به این کار «مقوله‌پردازی» گفته می‌شود. به طور خلاصه، نتیجه کدگذاری باز مجموعه‌ای از مقوله‌های مفهومی ایجاد شده از داده است.

کدگذاری محوری: کدگذاری محوری عبارت است از سلسله رویه‌هایی که با آن‌ها پس از کدگذاری باز با برقراری پیوند بین مقولات، اطلاعات به شیوه‌های جدیدی به یکدیگر ربط پیدا می‌کنند. این کار با استفاده از پارادایمی که متضمن شرایط علی، پدیده، زمینه، شرایط میانجی، کنش یا راهبردهای کنش و پیامدها است صورت می‌گیرد.

کدگذاری انتخابی: در این مرحله طبقات به طبقه مرکزی مرتبط می‌شوند و در نتیجه نظریه یا مدل شکل می‌گیرد. در بخش کمی مقوله‌های شناسایی شده با تکنیک دلفی فازی غربال و تأیید شدند. به این شکل که تحلیل دلفی فازی طی راندهای متعدد برای شاخص‌های شناسایی شده صورت می‌گیرد به طوری که هر شاخصی که

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی

| درصد | فراوانی | ویژگی‌های جمعیت شناختی | |
|------|---------|------------------------|------------|
| ۸۰ | ۲۴ | مرد | جنسیت |
| ۲۰ | ۶ | زن | |
| ۶/۷ | ۲ | کمتر از ۳۵ سال | سن |
| ۲۶/۷ | ۸ | ۳۵ تا ۴۵ سال | |
| ۶۶/۶ | ۲۰ | ۴۵ سال و بیشتر | |
| ۲۰ | ۶ | کارشناسی ارشد | تحصیلات |
| ۸۰ | ۲۴ | دکتری | |
| ۴۰ | ۱۲ | ۱۰ تا ۲۰ سال | سابقه کاری |
| ۶۰ | ۱۸ | بالای ۲۰ سال | |
| ۱۰۰ | ۳۰ | کل | |

جدول ۲- مراحل دلفی فازی

| نتیجه | اول | دوم | سوم | چهارم | شاخص |
|-----------------|------|------|------|-------|---|
| پذیرش | ۷/۹۷ | ۷/۹۷ | ۷/۹۷ | ۷/۹۷ | ۱. آشنایی با مسائل سیاسی منطقه |
| پذیرش | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۲. آشنایی با نقش تحریم ها بر وضعیت اقتصادی کسب و کارها |
| پذیرش | ۷/۸۲ | ۷/۸۲ | ۷/۸۲ | ۷/۸۲ | ۳. توانایی نگارش بیزینس پلن |
| پذیرش | ۷/۳۲ | ۷/۳۲ | ۷/۳۲ | ۷/۳۲ | ۴. توانایی شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید فرصت‌های کارآفرینی |
| پذیرش | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۵. آشنایی با برگزاری رویدادهای ورزشی |
| حذف در راند دوم | -- | -- | ۶/۸۵ | ۷/۰۳ | ۶. کیفیت درک شده |
| پذیرش | ۷/۶۹ | ۷/۶۹ | ۷/۶۹ | ۷/۶۹ | ۷. شناخت ظرفیت ها و پتانسیل های محصولات ورزشی در ایران |
| پذیرش | ۷/۶۷ | ۷/۶۷ | ۷/۶۷ | ۷/۶۷ | ۸. آشنایی با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی |
| پذیرش | ۷ | ۷ | ۷ | ۷ | ۹. توانایی تحلیل اطلاعات |
| حذف در راند اول | -- | -- | ۶/۶۹ | ۶/۶۹ | ۱۰. مسئولیت‌پذیری |
| حذف در راند دوم | -- | -- | ۶/۸۰ | ۷/۸۵ | ۱۱. برنامه آموزشی مداوم |
| پذیرش | ۷/۶۹ | ۷/۶۹ | ۷/۶۹ | ۷/۶۹ | ۱۲. کیفیت آموزش های کسب شده دانشجویان |
| حذف در راند اول | -- | -- | ۶/۸۱ | ۶/۸۱ | ۱۳. تبلیغات |
| پذیرش | ۷/۳۰ | ۷/۳۰ | ۷/۳۰ | ۷/۳۰ | ۱۴. شناخت بازی های بومی و محلی |
| پذیرش | ۷/۰۸ | ۷/۰۸ | ۷/۰۸ | ۷/۰۸ | ۱۵. شناخت ظرفیت های کارآفرینی مربوط به ورزش های سنتی |
| پذیرش | ۷/۹۲ | ۷/۹۲ | ۷/۹۲ | ۷/۹۲ | ۱۶. آشنایی با بازارهای داخلی و خارجی ورزش |
| پذیرش | ۷/۹۰ | ۷/۹۰ | ۷/۹۰ | ۷/۹۰ | ۱۷. آشنایی با کارآفرینان برتر حوزه ورزش |
| حذف در راند اول | -- | -- | ۶/۸۹ | ۶/۸۹ | ۱۸. آگاهی از نام و نشان تجاری |
| پذیرش | ۷/۸۷ | ۷/۸۷ | ۷/۸۷ | ۷/۸۷ | ۱۹. توانایی انجام برنامه‌ریزی |
| حذف در راند سوم | -- | ۶/۶۳ | ۷/۸۰ | ۷/۸۰ | ۲۰. قابل رویت |
| حذف در راند سوم | -- | ۶/۵۰ | ۷/۶۷ | ۷/۶۷ | ۲۱. قابل درک |
| پذیرش | ۷/۵۰ | ۷/۵۰ | ۷/۵۰ | ۷/۵۰ | ۲۲. آشنایی با قوانین مالیاتی کشور |
| پذیرش | ۷/۴۹ | ۷/۴۹ | ۷/۴۹ | ۷/۴۹ | ۲۳. آشنایی با قوانین و مقررات مربوط به قراردادهای |
| حذف در راند اول | -- | -- | ۶/۸۷ | ۶/۸۷ | ۲۴. مدیریت ریسک |
| پذیرش | ۷/۸۸ | ۷/۸۸ | ۷/۸۸ | ۷/۸۸ | ۲۵. تسلط بر IT در دانشجویان تربیت بدنی |
| پذیرش | ۷/۵۳ | ۷/۵۳ | ۷/۵۳ | ۷/۵۳ | ۲۶. تسلط بر فناوری‌های نوظهور در عرصه ورزش |
| پذیرش | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۲۷. برقراری ارتباط بین بازار و دانشگاه |
| پذیرش | ۷/۷۲ | ۷/۷۲ | ۷/۷۲ | ۷/۷۲ | ۲۸. آشنایی با فرایند تولید کالاهای ورزشی |
| پذیرش | ۷/۵۲ | ۷/۵۲ | ۷/۵۲ | ۷/۵۲ | ۲۹. کسب تجربه از طریق کارورزی |
| پذیرش | ۷/۳۹ | ۷/۳۹ | ۷/۳۹ | ۷/۳۹ | ۳۰. حضور در رویدادهای ورزشی به عنوان داوطلب |
| پذیرش | ۷/۰۹ | ۷/۰۹ | ۷/۰۹ | ۷/۰۹ | ۳۱. کسب تجربه در دوره‌های آموزشی دانشگاه |
| پذیرش | ۷/۶۲ | ۷/۶۲ | ۷/۶۲ | ۷/۶۲ | ۳۲. آشنایی با چرخه اصلاح بازخورد در پروژه‌های کارآفرینی |
| حذف در راند اول | -- | -- | ۶/۵۶ | ۶/۵۶ | ۳۳. آگاهی از کالاها و خدمات |
| حذف در راند سوم | -- | ۶/۷۴ | ۷/۳۱ | ۷/۳۱ | ۳۴. عوامل اخلاقی و ارزشی |
| حذف در راند دوم | -- | -- | ۶/۸۷ | ۷/۵۱ | ۳۵. قابلیت‌های موجود |
| پذیرش | ۷/۹۹ | ۷/۹۹ | ۷/۹۹ | ۷/۹۹ | ۳۶. آشنایی با نحوه نظارت بر پروژه‌های کارآفرینی |
| پذیرش | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۳۷. آشنایی با فرم های ارزیابی عملکرد کسب و کارهای ورزشی |
| حذف در راند سوم | -- | ۶/۸۹ | ۷/۰۵ | ۷/۰۵ | ۳۸. یادگیری مستقل |
| پذیرش | ۷/۸۹ | ۷/۸۹ | ۷/۸۹ | ۷/۸۹ | ۳۹. سواد رسانه‌ای دانشجویان |
| پذیرش | ۷/۵۴ | ۷/۵۴ | ۷/۵۴ | ۷/۵۴ | ۴۰. آموزش مفاهیم مورد نیاز برای کارآفرینی |
| حذف در راند اول | -- | -- | ۶/۷۹ | ۶/۷۹ | ۴۱. مهارت‌های حرفه‌ای فروشنده |
| پذیرش | ۷/۵۸ | ۷/۵۸ | ۷/۵۸ | ۷/۵۸ | ۴۲. رصد و تحلیل رویدادهای ورزشی برگزار شده |

| نتیجه | اول | دوم | سوم | چهارم | شاخص |
|-----------------|------|------|------|-------|--|
| پذیرش | ۷/۸۱ | ۷/۸۱ | ۷/۸۱ | ۷/۸۱ | ۴۳. کسب تجربه در مجموعه‌های خصوصی ورزشی |
| حذف در راند اول | ۶/۸۵ | -- | -- | -- | ۴۴. رهبر بودن در بازار |
| پذیرش | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۷/۶۰ | ۴۵. آشنایی با فرایند ارائه خدمات ورزشی |
| پذیرش | ۸/۱۷ | ۸/۱۷ | ۸/۱۷ | ۸/۱۷ | ۴۶. شناخت محصولات ورزشی پربازده در بازار |
| پذیرش | ۷/۰۳ | ۷/۰۳ | ۷/۰۳ | ۷/۰۳ | ۴۷. شناخت نقش آداب و رسوم قومیت‌ها و شهرهای مختلف ایران |
| پذیرش | ۷/۸۷ | ۷/۸۷ | ۷/۸۷ | ۷/۸۷ | ۴۸. نقش مسائل سیاسی بر تصمیم‌گیری‌ها در ورزش |
| پذیرش | ۷/۹۱ | ۷/۹۱ | ۷/۹۱ | ۷/۹۱ | ۴۹. آشنایی با نقش ورزش بر سلامت عمومی جامعه |
| حذف در راند دوم | ۷/۷۸ | ۶/۶۰ | -- | -- | ۵۰. استقرار سازمان یادگیرنده |
| حذف در راند سوم | ۷/۶۷ | ۷/۶۷ | ۶/۵۱ | -- | ۵۱. تغییرات سریع در اجرا |
| پذیرش | ۷/۵۸ | ۷/۵۸ | ۷/۵۸ | ۷/۵۸ | ۵۲. آموزش عملی و کاربردی دانشجویان |
| پذیرش | ۷/۹۰ | ۷/۹۰ | ۷/۹۰ | ۷/۹۰ | ۵۳. آشنایی با قوانین صدور مجوزها |
| پذیرش | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۷/۷۴ | ۵۴. آشنایی با نقش جنگ و تورم بر رفتار جامعه |
| پذیرش | ۷/۷۸ | ۷/۷۸ | ۷/۷۸ | ۷/۷۸ | ۵۵. آشنایی با وضعیت اجتماعی جامعه (اعتیاد، تحصیلات، وضعیت معیشت و ...) |

جدول ۳- نتایج کدگذاری باز و محوری

| کد مصاحبه شوندهگان | مفاهیم | مقوله‌ها | کد محوری |
|--------------------------------------|--|-----------------|------------|
| P1, P2, P5, P13, P20, P25 | ۱. آشنایی با بازارهای داخلی و خارجی ورزش | بازارها | عامل تجاری |
| P6, P8, P15, P23, P29 | ۲. آشنایی با کارآفرینان برتر حوزه ورزش | | |
| P2, P4, P6, P16, P30 | ۳. برقراری ارتباط بین بازار و دانشگاه | | |
| P1, P3, P17, P25, P29, P30 | ۴. آشنایی با فرایند تولید کالاهای ورزشی | محصولات ورزشی | |
| P2, P4, P6, P16, P25, P27 | ۵. آشنایی با فرایند ارائه خدمات ورزشی | | |
| P3, P6, P8, P14, P20 | ۶. شناخت محصولات ورزشی پربازده در بازار | | |
| P1, P10, P11, P15, P19, P25 | ۷. شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های محصولات ورزشی در ایران | آداب و رسوم | |
| P2, P4, P6, P13, P18, P20, P28 | ۸. شناخت نقش آداب و رسوم قومیت‌ها و شهرهای مختلف ایران | | |
| P2, P4, P5, P7, P26, P27, P30 | ۹. شناخت بازی‌های بومی و محلی | | |
| P1, P2, P10, P16, P23, P26, P30 | ۱۰. شناخت ظرفیت‌های کارآفرینی مربوط به ورزش‌های سنتی | | |
| P4, P11, P12, P23, P27, P29 | ۱۱. آشنایی با قوانین مالیاتی کشور | قوانین و مقررات | عامل محیطی |
| P5, P9, P12, P15, P18, P20, P26, P28 | ۱۲. آشنایی با قوانین و مقررات مربوط به قراردادهای | | |
| P3, P4, P8, P9, P16, P19, P23 | ۱۳. آشنایی با قوانین صدور مجوزها | | |
| P1, P2, P6, P17, P16, P30 | ۱۴. آشنایی با مسائل سیاسی منطقه | مسائل سیاسی | |
| P2, P4, P7, P13, P17, P23, P26, P29 | ۱۵. آشنایی با نقش تحریم‌ها بر وضعیت اقتصادی کسب و کارها | | |
| P4, P6, P9, P23, P24 | ۱۶. نقش مسائل سیاسی بر تصمیم‌گیری‌ها در ورزش | | |
| P9, P11, P12, P25, P28 | ۱۷. آشنایی با نقش ورزش بر سلامت عمومی جامعه | مسائل اجتماعی | |
| P3, P4, P8, P15, P19, P20 | ۱۸. آشنایی با نقش جنگ و تورم بر رفتار جامعه | | |
| P1, P2, P9, P10, P24, P25 | ۱۹. آشنایی با وضعیت اجتماعی جامعه (اعتیاد، تحصیلات، وضعیت معیشت و ...) | | |

| کد محوری | مقوله ها | مفاهیم | کد مصاحبه شوندهگان |
|--------------|-----------------|--|--------------------------------|
| عامل تخصصی | فناوری | ۲۰. تسلط بر IT در دانشجویان تربیت بدنی | P2, P3, P9, P14, P22, P27 |
| | | ۲۱. تسلط بر فناوری‌های نوظهور در عرصه ورزش | P1, P4, P6, P8, P25, P26 |
| | | ۲۲. آشنایی با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی | P2, P4, P5, P8, P20, P26 |
| | | ۲۳. توانایی تحلیل اطلاعات | P1, P3, P7, P16, P23, P25 |
| | | ۲۴. سواد رسانه‌ای دانشجویان | P5, P7, P8, P9, P18, P19 |
| | | ۲۵. کسب تجربه در دوره‌های آموزشی دانشگاه | P2, P3, P10, P17, P26, P28 |
| | | ۲۶. کسب تجربه در مجموعه‌های خصوصی ورزشی | P5, P9, P12, P15, P27, P30 |
| | | ۲۷. کسب تجربه از طریق کارورزی | P5, P9, P12, P15, P21, P23 |
| | | ۲۸. حضور در رویدادهای ورزشی به عنوان داوطلب | P2, P5, P6, P13, P24, P28 |
| | | ۲۹. آشنایی با برگزاری رویدادهای ورزشی | P6, P7, P9, P14, P25, P27 |
| عامل تخصصی | رویدادهای ورزشی | ۳۰. رصد و تحلیل رویدادهای ورزشی برگزار شده | P10, P11, P15, P26, P28 |
| | | ۳۱. کیفیت آموزش های کسب شده دانشجویان | P2, P5, P9, P25, P28 |
| | | ۳۲. آموزش عملی و کاربردی دانشجویان | P6, P8, P10, P20, P25 |
| | | ۳۳. آموزش مفاهیم مورد نیاز برای کارآفرینی | P3, P5, P7, P17, P23, P24, P28 |
| | | ۳۴. توانایی انجام برنامه‌ریزی | P1, P5, P8, P13, P26, P27 |
| | | ۳۵. توانایی نگارش بیزینس پلن | P3, P6, P8, P15, P23, P27 |
| | | ۳۶. توانایی شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید فرصت‌های کارآفرینی | P1, P2, P6, P18, P19, P25 |
| | | ۳۷. آشنایی با نحوه نظارت بر پروژه‌های کارآفرینی | P3, P7, P8, P16, P18, P20 |
| | | ۳۸. آشنایی با فرم های ارزیابی عملکرد کسب و کارهای ورزشی | P2, P7, P9, P17, P25, P26 |
| | | ۳۹. آشنایی با چرخه اصلاح بازخورد در پروژه‌های کارآفرینی | P1, P3, P8, P18, P23 |
| عامل مدیریتی | برنامه‌ریزی | ۳۰. تسلط بر IT در دانشجویان تربیت بدنی | P2, P3, P9, P14, P22, P27 |
| | | ۳۱. تسلط بر فناوری‌های نوظهور در عرصه ورزش | P1, P4, P6, P8, P25, P26 |
| | | ۳۲. آشنایی با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی | P2, P4, P5, P8, P20, P26 |
| | | ۳۳. توانایی تحلیل اطلاعات | P1, P3, P7, P16, P23, P25 |
| | | ۳۴. سواد رسانه‌ای دانشجویان | P5, P7, P8, P9, P18, P19 |
| | | ۳۵. کسب تجربه در دوره‌های آموزشی دانشگاه | P2, P3, P10, P17, P26, P28 |
| | | ۳۶. کسب تجربه در مجموعه‌های خصوصی ورزشی | P5, P9, P12, P15, P27, P30 |
| | | ۳۷. کسب تجربه از طریق کارورزی | P5, P9, P12, P15, P21, P23 |
| | | ۳۸. حضور در رویدادهای ورزشی به عنوان داوطلب | P2, P5, P6, P13, P24, P28 |
| | | ۳۹. آشنایی با برگزاری رویدادهای ورزشی | P6, P7, P9, P14, P25, P27 |
| عامل مدیریتی | آموزش | ۳۰. رصد و تحلیل رویدادهای ورزشی برگزار شده | P10, P11, P15, P26, P28 |
| | | ۳۱. کیفیت آموزش های کسب شده دانشجویان | P2, P5, P9, P25, P28 |
| | | ۳۲. آموزش عملی و کاربردی دانشجویان | P6, P8, P10, P20, P25 |
| | | ۳۳. آموزش مفاهیم مورد نیاز برای کارآفرینی | P3, P5, P7, P17, P23, P24, P28 |
| | | ۳۴. توانایی انجام برنامه‌ریزی | P1, P5, P8, P13, P26, P27 |
| | | ۳۵. توانایی نگارش بیزینس پلن | P3, P6, P8, P15, P23, P27 |
| | | ۳۶. توانایی شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید فرصت‌های کارآفرینی | P1, P2, P6, P18, P19, P25 |
| | | ۳۷. آشنایی با نحوه نظارت بر پروژه‌های کارآفرینی | P3, P7, P8, P16, P18, P20 |
| | | ۳۸. آشنایی با فرم های ارزیابی عملکرد کسب و کارهای ورزشی | P2, P7, P9, P17, P25, P26 |
| | | ۳۹. آشنایی با چرخه اصلاح بازخورد در پروژه‌های کارآفرینی | P1, P3, P8, P18, P23 |

توسعه کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای می‌باشد.

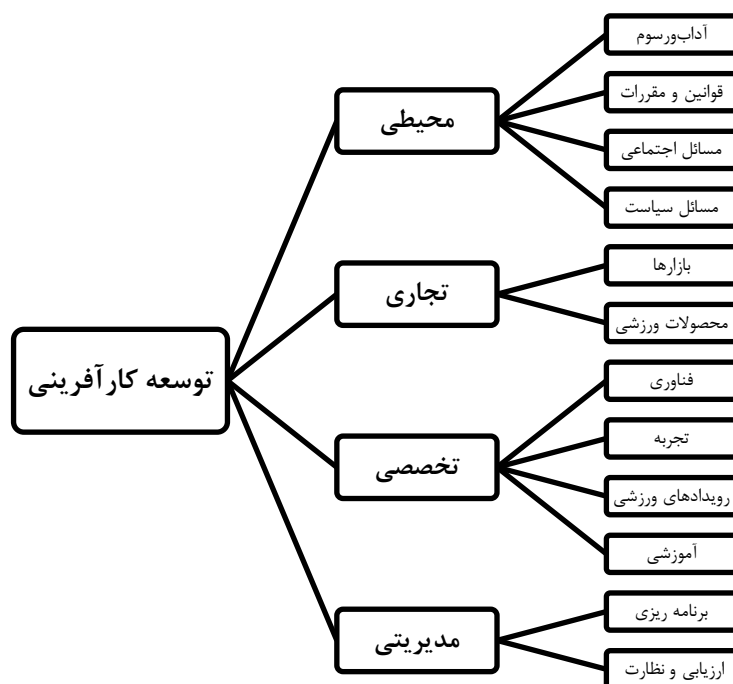
نتایج نشان داد که عامل محیطی شامل آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست و مسائل اجتماعی می‌باشد. شناخت هر یک از موارد عنوان شده برای دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای از مسائل مهم و اساسی است. چرا که در ایران، بسیاری از کسب و کارها و به خصوص کسب‌وکارهای ورزشی، متأثر از آداب و رسوم اقوام مختلف، مسائل سیاسی که بر کشور حاکم است و قوانین و مقررات گاه دست‌وپاگیر می‌باشد. نتایج این قسمت از پژوهش با نتایج پژوهش‌های الماسی فرد و عبدالملکی (۲۰۲۱)، گنزالس سرانو و همکاران (۲۰۲۱)،

کدگذاری انتخابی

نتایج کدگذاری انتخابی نشان داد که به منظور توسعه کارآفرینی در دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور باید به شاخص‌های محیطی، تجاری، تخصص و مدیریتی بیش از پیش توجه نمود. بنابراین مدل نهایی شاخص‌های توسعه کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور در شکل ۱ نشان داده شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که ۴ عامل کلی محیطی، تجاری، تخصصی و مدیریتی از جمله شاخص‌های مهم و اصلی



شکل ۱. شاخص‌های توسعه کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور

با نتایج پژوهش‌های گزنالس سرانو و همکاران (۲۰۲۱)، هامرشمیت و همکاران (۲۰۲۱)، فوجالد و همکاران (۲۰۲۲)، دستوم و سوادی (۲۰۱۶)، گیلومر و همکاران (۲۰۲۰)، سالوم و همکاران (۲۰۱۹)، صفایی و اسلامی (۲۰۲۱) و الماسی فرد و عبدالملکی (۲۰۲۱) همخوان و همراستا می‌باشد.

نهایتاً مشخص گردید که عامل مدیریتی شامل برنامه‌ریزی و ارزیابی و نظارت می‌باشد. تا زمانی که دانشجویان تربیت‌بدنی علاقمند به حضور در کارآفرینی در ورزش، توانایی کافی برای داشتن برنامه ارزیابی نداشته باشند و همچنین از تکنیک‌های نظارت و ارزیابی نیز آگاه نباشند، نمی‌توان شاهد موفقیت دانشجویان در کارآفرینی بود. نتایج این بخش نیز با نتایج پژوهش‌های ریتن و همکاران (۲۰۲۱)، هامرشمیت و همکاران (۲۰۲۱)، خیاط و همکاران (۲۰۲۰)، دستوم و سوادی (۲۰۱۶)، سالوم و همکاران (۲۰۱۹) و الماسی فرد و عبدالملکی (۲۰۲۱) همخوان و همراستا می‌باشد.

به‌طور کلی کارآفرینی را می‌توان فرایندی پویا در نظر گرفت که با بهره‌گیری از نیرو و انگیزه افراد مستعد در راستای خلق و اجرای ایده‌های جدید حرکت می‌کند. در

خیاط و همکاران (۲۰۲۰)، دستوم و سوادی (۲۰۱۶)، گیلومر و همکاران (۲۰۲۰) همخوان و همسو می‌باشد. همچنین مشخص گردید که عامل تجاری شامل بازارها و محصولات ورزشی می‌باشد. تا زمانی که دانشجویان تربیت‌بدنی، از قوانین بازار و اصولی که بر آن حاکم است، آگاهی نداشته باشد، نمی‌توان انتظار ورود موفقیت‌آمیز به بازار کار را داشته باشند. بنابراین آگاهی و شناخت بازار کالاها و خدمات ورزشی از مهم‌ترین اصول حاکم بر توسعه کارآفرینی در دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای می‌باشد. نتایج این بخش نیز با نتایج پژوهش‌های خیاط و همکاران (۲۰۲۰)، دستوم و سوادی (۲۰۱۶)، گیلومر و همکاران (۲۰۲۰)، سالوم و همکاران (۲۰۱۹) و الماسی فرد و عبدالملکی (۲۰۲۱)، همخوان و همراستا می‌باشد.

از دیگر نتایج پژوهش حاضر می‌توان به شاخص‌های شناسایی شده در عامل تخصصی که شامل فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی و آموزش می‌باشد، اشاره نمود. این مورد نیز همانند مورد قبل، نیاز به آگاهی کامل دانشجویان می‌باشد. هرچند، این بخش، بیشتر با تأکید بر رویدادهای ورزشی و آموزش می‌باشد. نتایج این بخش نیز

تدابیری برای حمایت از اجرای این ایده‌ها از سوی دانشگاه و یا صنعت، اتخاذ گردد. اساتید تربیت‌بدنی نیز باید آموزش‌هایی در حوزه کارآفرینی ببینند تا بتوانند بیشتر و بهتر، دانشجویان را راهنمایی نمایند.

Reference

- Ball, S. (2005). *The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism*. Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network, May, 1-14.
- Ciletti, D., & Chadwick, S. (2018). *Sports Entrepreneurship: Practice: Fitness Information Technology*, 1-2.
- Dastum, S., Savadi, M. (2016). Designing a framework for entrepreneurship development in the sports tourism industry. *Journal of Geography (Regional Planning)*, 7 (2), 249-265. (In Persian)
- Ghorbani M., Vahdani. M. (2016). Designing a model of entrepreneurs' competencies in the Iranian sports industry. *Sports Management Studies*. 39(4), 55-81. (In Persian)
- Gilmore, A., Gallagher, D., & O'Dwyer. (2020). Is Social Entrepreneurship an Untapped Marketing Resource? A Commentary on its Potential for Small Sports Clubs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 24(1): 11-15.
- Honari, H., Mandalizadeh, Z. (2011). Investigating the goals and strategies of entrepreneurship in sports based on SWOT strategic analysis. *Sports Management Studies*, 12 (6), 107-126. (In Persian)
- Karimi, J., Soltanian, L., Bejani, A. (2018). Designing a model for the development of adventurous sports tourism based on data theory. *Sports Management Studies*, 12 (60), 61-82. (In Persian)
- Khayat, B., Mohammadian, F., Majedi, N. (2020). providing a model for the development of entrepreneurship in Iranian women's sports. *Sports Management Studies*, 12 (62), 17-34. (In Persian)
- Mand Alizadeh, Z., Honari, H., Shahlaei, J. (2012). Determining the strategic position and the current and favorable situation of entrepreneurship in the country's sports. *Bi-Quarterly Journal of Research in Sport Management and Motor Behavior*, Second Year (10th in a row), 3 (19): Spring and summer. (In Persian)
- Manolova, T. S., Eunni, R. V., Gyoshev. B.S. (2017). Institutional environments for entrepreneurship: evidence from emerging economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice* 32(1): 203-218.

چنین فضایی کارآفرینان می‌توانند به‌عنوان عامل رشد و توسعه و یکی از مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار بر دستیابی به آینده مطلوب جوامع مطرح شوند؛ بنابراین، کارآفرینی فرصت‌های جدیدی را برای افراد ایجاد می‌کند تا بتوانند سطح درآمد خود را بهبود بخشند، دارایی و سرمایه خود را افزایش دهند و در نهایت استاندارد زندگی خود را رشد دهند. در حوزه مربوط به ورزش نیز کارآفرینی زمانی شکل می‌گیرد که افراد، سازمان‌ها و گروه‌ها با به‌کارگیری نوآوری‌ها به راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی اقدام کنند؛ به‌عبارت‌دیگر، کارآفرینی ورزشی مشمول افرادی می‌شود که با بهره‌گیری از فرصت‌های موجود و با شناسایی حوزه‌های جذاب در حوزه ورزش، با به‌کارگیری کارآمد و مؤثر منابع موجود به راه‌اندازی کسب‌وکار اقدام می‌کنند؛ یعنی افرادی که در محیط‌های ورزشی به توسعه محصولات و خدمات نوآورانه در حوزه ورزش اقدام کنند.

همانگونه که عنوان شد، دانشجویان تربیت‌بدنی از جمله بیکارترین دانشجویان فارغ‌التحصیل از بین رشته‌های مختلف دانشگاهی می‌باشند. بنابراین داشتن دغدغه اشتغال دانشجویان با توجه به هزینه بسیار بالای دانشگاه‌ها برای آموزش و تربیت دانشجویان این رشته بر اساس امکاناتی که نیاز دارند، باید در صدر برنامه‌های دانشگاه علمی کاربردی باشد. قطعاً آموزش‌ها باید هدفمندتر باشد تا دانشجویان برای حضور مؤثرتر در بازار کار آماده شود. یکی از مواردی که می‌توان برای رشد و توسعه دانشجویان و ایجاد زمینه‌های اشتغال آن‌ها بعد از فارغ‌التحصیلی مهیا نمود، اضافه نمودن درس کارآفرینی به دروس رشته تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای و یا آموزش کارآفرینی با استفاده از شیوه‌های گوناگون نظیر برگزاری کارگاه‌های یک تا چند روزه، دوره‌های کوتاه‌مدت، سمینارهای تخصصی، همکاری بین صنعت و دانشگاه علمی و کاربردی و بسیاری اقدامات دیگر می‌باشد. از سوی دیگر می‌توان، کارآفرینان برجسته ورزشی را به عنوان الگوی کارآفرینی برای دانشجویان رشته ورزشی معرفی و مسیر موفقیت این کارآفرینان را از زبان خودشان برای دانشجویان تشریح نمود. همچنین می‌توان با برگزاری جشنواره‌هایی، ایده‌های کارآفرینی برتر مشخص گردد و

- Roxas, B., Coetzer, A. (2016). Institutional environment, managerial attitudes and environmental sustainability orientation of small firms. *Journal of Business Ethics: 1*(2), 16. 29.
- Saeedi Kia, M. (2003). *Entrepreneurship*, Ch 1, Tehran: Ahaa Publications, 1. (In Persian)
- Salome, L. R., M. V. Bottenburg, (2013). *We are as green as possible: environmental responsibility in commercial artificial setting for lifestyle sports*.
- Savadi, M., Hemmatinejad, M., Gholizadeh M., Gohar Rostami, H. (2016) Evaluation of effective factors in tourism development with emphasis on public sports, *Quarterly Journal of Geography and Regional Planning*, 3(2), 201-210. (In Persian)
- Yadollahi F., Jahangir, A. (2011). Study of Barriers to Entrepreneurship in Sports, *Entrepreneurship Development*, 12 (4),, 105-124. (In Persian)
- Safai I. Islamic Marznaklate M. (2021). The effect of sports entrepreneurship training on self-determination motivation and social well-being with the mediating role of skill literacy in sports science students. *New approaches in sports management*; 9 (33):168-151. (In Persian)
- Ratten, V., Lélío da Silva Braga, V., Encarnação Marques, C. S. (2021). *Sport entrepreneurship and value co-creation in times of crisis: The covid-19 pandemic*. *Journal of Business Research*, 133: 265-274.
- Hammerschmidt, J., Durst, S., Kraus, S., Puumalainen, K. (2021). *Professional football clubs and empirical evidence from the COVID-19 crisis: Time for sport entrepreneurship? Technological Forecasting and Social Change*, 165,
- González-Serrano, M.H., González-García, R.J., Carvalho, M.J., Calabuig, F. (2021). Predicting entrepreneurial intentions of sports sciences students: A cross-cultural approach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29: 100322.
- González-Serrano, M. H., Crespo-Hervás, J., Pérez-Campos, C., & Calabuig, F. (2021). *Entrepreneurial ecosystems for developing the sports industry in European Union countries*. *Journal of Business Research*, 136, 667–677.
- Fauchald, R.N., Aaboen, L., Haneberg, D.H. (2022). *Utilisation of entrepreneurial experiences in student-driven mentoring processes*, *The International Journal of Management Education*, 20(2).
- Yarah Ahmadi M., Almasi Fard, M., Abdul Maleki, Z., (2021) Analyzing the factors influencing the creation of sports entrepreneurship ecosystem in Kermanshah province. *Sports management (movement)*. 13(3): (In Persian).
- Mandyoli, B., Iwu, C. G., & Nxopo, Z. (2017). Is there a nexus between social entrepreneurship and the employability of graduates? *Foundations of Management*, 9(1), 61–74.
- Ndou, V., Mele, G., & Del Vecchio, P. (2019). Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 25, 100175.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). *Student entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H., & Ruan, W. Q. (2020). Critical factors identification and prediction of tourism and hospitality students' entrepreneurial intention". *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 26, 100234.