



Strategic approaches to teaching sports entrepreneurship in sports science students

- Mehrnaz Sabzemeidani** | Ph.D. Student in Sports Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran
- Vahid Shojaii*** | Assistant Professor in Sports Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran
- Mohammad Hami** | Assistant Professor in Sports Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran

Abstract

The purpose of the current research was to strategic approaches to teaching sports entrepreneurship in sports science students. 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 done in a targeted way. 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. Based on the results of the research, effective strategies on sports entrepreneurship training were identified in 5 categories (fundamental, technological, organizational, information and communication factors). According to the findings of the research, in order to teach sports entrepreneurship, the need to provide conditions is felt. In this regard, universities can act as a facilitator in structural, organizational and sustainable approaches and provide the conditions for sports entrepreneurship education of sports science students. 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.

Key words: Entrepreneurship education strategy; sports entrepreneurship; Grounded theory; Sports science students.

* Corresponding Author: E-mail: shojaii.vahid@yahoo.com



الگوی راهبردی آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشجویان علوم ورزشی

مهرداد سبزمیدانی

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

وحید شجاعی*

استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

محمد حامی

استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر رویکردهای راهبردی آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی بود. **روش:** 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 هدفمند تعیین شد. جمع‌آوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای و پژوهش‌های پیشین و مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده گردید. در ادامه از تعداد ۱۹ نفر از خبرگان مصاحبه شد که در نفر ۱۵ به اشباع نظری رسید. سپس داده‌های مصاحبه توسط نرم افزار مکس کیودا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

نتایج: براساس نتایج حاصل از پژوهش، راهبردهای موثر بر آموزش کارآفرینی ورزشی در ۵ مقوله (عوامل بنیادی، تکنولوژیکی، سازمانی، اطلاعاتی و ارتباطی) شناسایی گردید.

نتیجه‌گیری: با عنایت به یافته‌های پژوهش، به منظور آموزش کارآفرینی ورزشی، نیاز به مهیا نمودن شرایط احساس می‌شود. در همین راستا دانشگاه‌ها می‌توانند در رویکردهای ساختاری، سازمانی و پایدار به عنوان یک تسهیل کننده عمل نموده و شرایط را برای آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی فراهم آورند. 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: راهبرد آموزش کارآفرینی، کارآفرینی ورزشی، نظریه داده بنیاد، دانشجویان علوم ورزشی.

* نویسنده مسئول: E-mail: shojaei.vahid@yahoo.com

سبزمیدانی مهرداد، شجاعی وحید، حامی محمد، الگوی راهبردی آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشجویان علوم ورزشی، فصلنامه نوآوری در مدیریت ورزشی، تابستان ۱۴۰۳، ۳(۲): ۸۵-۱۰۰.

مقدمه

کاهش سرمایه گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبرو است، آموزش کارآفرینان در دانشگاه‌ها از اهمیت مضاعفی برخوردار است (سانچز- الیور و همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس پژوهش‌ها، آموزش کسب و کار و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی دیجیتال و ... راه کارهایی برای ایجاد اشتغال و بهبود بحران بیکاری جامعه است (کوستا و میراگایا، ۲۰۲۲). بررسی روند توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته در دهه‌های اخیر بیانگر آن است که در اغلب آن‌ها کارآفرینی به عنوان یکی از موضوعات راهبردی در حوزه سیاستگذاری مورد توجه بوده است. آن‌ها دریافته‌اند که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است (مهد نور^۷ و همکاران، ۲۰۲۱) و کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش بسزایی دارند (راج پوت^۸، ۲۰۱۵؛ آرتاخوو آنتون^۹، ۲۰۲۲). به علت نقش حیاتی کارآفرینی، برای بهبود و ارتقای آن تلاش‌های بسیاری شده که از جمله مهم‌ترین آن‌ها ارائه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی در کشورهای مختلف جهان است. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که از عمده‌ترین عوامل تعیین‌کننده سطح کارآفرینی در هر کشوری، آموزش کارآفرینی است (والریو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۴؛ راتن و جونز^{۱۱}، ۲۰۱۸). 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 (کوزه چیان، ۲۰۱۰).

پژوهشگران اذعان دارند که کیفیت دانشکده‌های تربیت‌بدنی کشور از لحاظ تربیت نیروی انسانی کارآمد و ماهر در زمینه تربیت‌بدنی و ورزش و همچنین ایجاد

روش‌شناسی پژوهش امروزه یکی از مهم‌ترین مسائل و دغدغه‌های مسئولان اقتصادی کشور، مسئله اشتغال و کارآفرینی است (کریسان^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). 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^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). تحولات و تغییرات سریع و چشم‌گیر در جامعه بین‌المللی و نیز گذر از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی در کنار تغییراتی همچون جهانی شدن باعث به وجود آمدن راهبردهای مختلفی شده است تا از طریق آن‌ها، امکان رشد و توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه در جامعه فراهم شود. در این میان از کارآفرینان به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه پایدار نام برده می‌شود. بر عهده گرفتن رسالت کارآفرینی در مراکز آموزش عالی با توجه به شرایط روز، از جمله دگرگونی‌ها در دانشگاه‌ها است (برزنیتس و ژانگ^۳، ۲۰۱۹). به همین منظور، دانشگاه‌ها می‌بایست پارادایم سنتی آموزش را در راستای تبدیل‌شدن به دانشگاه کارآفرین به پارادایم جدیدی تغییر دهند (سانچز- الیور^۴ و همکاران، ۲۰۲۱؛ لارا- بوکانگرا^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). ظهور دانشگاه کارآفرین در واقع پاسخی به اهمیت روز افزون دانش در نظام ملی و ناحیه‌ای نوآوری و شناخت جدید از دانشگاه است، یعنی نهادی که عامل انتقال دانش و تکنولوژی و منبع اختراعات خلاقانه به شمار می‌رود و از لحاظ اقتصادی با صرفه است. در دو دهه اخیر، دولت‌ها در سراسر جهان علی‌رغم تفاوت نظام‌های دانشگاهی و صنعتی، به این پتانسیل دانشگاه‌ها از نظر صنعتی برای ارتقای محیط ملی نوآوری نگرسته‌اند (پیکری فر و مه نگار، ۲۰۱۲). یکی از اهداف مهم آموزش عالی کشورمان در چند سال اخیر، پرورش نیروی انسانی کارآفرین بوده است. در شرایط کنونی که اقتصاد کشورمان با مسائل و نارسایی‌های مهمی نظیر فرار مغزها، بیکاری (به ویژه در فارغ‌التحصیل دانشگاه‌ها)، کمبود نیروی انسانی متخصص،

⁶ Costa & Miragaia

⁷ Mohd Noor

⁸ Rajput

⁹ Artakhov Anton

¹⁰ Valerio

¹¹ Ratten & Jones

¹ Criş an

² Hemme

³ Breznitz & Zhang

⁴ Sánchez-Oliver

⁵ Lara-Bocanegra

فرصت‌هایی برای اشتغال و یا ایجاد بازار کار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی می‌توان به آن‌ها پرداخت (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۲۰۰۹). 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).

مطالعات در زمینه آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی مطالعات اندکی در داخل و خارج از کشور انجام شده است. مرور آن‌ها بیانگر این است که به نتایج مشابهی دست یافته‌اند.

کوستا و میراگایا (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان «بررسی سیستماتیک کارآفرینی زنان در صنعت ورزش: آیا چیزی تغییر کرده است؟» انجام دادند. این جستجو به در چهار خوشه (آموزش و کارآفرینی، ورزش و توسعه مهارت‌های کارآفرینی، موانع کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی) گروه‌بندی شدند. نتایج حاکی از آن بود که علیرغم تمامی تلاش‌هایی که تاکنون انجام شده، 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. راتن و جونز^۴ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «جهت‌گیری‌های تحقیقاتی آینده برای آموزش ورزش: به سمت رویکرد یادگیری کارآفرینانه» انجام دادند. هدف این پژوهش معرفی یک رویکرد یادگیری کارآفرینانه در مطالعه آموزش ورزش به منظور اطلاع از جهت‌گیری‌های تحقیقاتی آینده بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که با برقراری ارتباط دانشجویان ورزشی با آموزش کارآفرینی، می‌توان به توسعه مهارت‌های شغلی و اجتماعی بهبود یافته کمک کرد. نوا^۵ (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان «توسعه مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان مدیریت ورزش» انجام داد. پژوهش چارچوبی

ارتباط مؤثر در سطح متفاوتی قرار دارد (نقابی و همکاران، ۲۰۱۲). کوزه چیان پیشنهاد نموده است که باید یک 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 (کوزه چیان، ۲۰۱۰).

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 تکنولوژی‌های 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^۱ و همکاران، ۲۰۱۵؛ نقابی و همکاران، ۲۰۱۲). 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 (گیب و همکاران، ۲۰۱۵) و در این راه از مدیران خلاق و نوآور و ریسک‌پذیر در پست‌های سازمانی استفاده و به ترغیب و تشویق ایده‌های جدید پرداخته شود (کلانی و همکاران، ۲۰۱۶).

از طریق ورزش ایده‌های نو شکوفا شده و زمینه‌های بروز کارآفرینی فراهم می‌شوند (راتن^۲، ۲۰۱۱). کارآفرینی ورزشی به عنوان فصل مشترک کارآفرینی و مدیریت ورزشی، حوزه نوظهوری محسوب می‌شود که به سرعت در حال شکل‌گیری است (هم و همکاران، ۲۰۱۶). کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرایند 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

³ Jones & English

⁴ Ratten & Jones

⁵ Nova

¹ Gibb

² Ratten

توسعه نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان هنرستان‌های شهر تهران است. آقا محمدی (۲۰۲۰)، پژوهشی با عنوان «طراحی مدل مفهومی تاثیر مولفه‌های آموزش کارآفرینی بر ایجاد نگرش کارآفرینانه» انجام داد. در این پژوهش مولفه‌های آموزش کارآفرینی که سازه‌های مدل مفهومی را شکل می‌دهند، در قالب مدل مبتنی بر رویکرد سیستمی که شامل (ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، سیاست و خط و مشی آموزشی، فضا و تجهیزات آموزشی، شیوه و سبک آموزشی معلمان، سبک رهبری مدیران، ویژگی‌های معلمان، دوستان و همسالان و محتوای برنامه درسی) ارائه شد. رفیعی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی محتوای آموزش کارآفرینی برای رشته‌های علوم انسانی» یافته‌های حاصل از پژوهش 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 به‌ویژه برای رشته‌های علوم انسانی در آموزش عالی خواهد داشت. قنبری و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی که با هدف آسیب‌شناسی انتقال یادگیری به محیط کار انجام دادند، بر اساس نتایج به دست آمده، مهم‌ترین علل بی‌تفاوتی نسبت به انتقال یادگیری، وجود موانع انگیزشی، موانع مربوط به خصوصیات فردی، زمانبندی نامناسب، موانع مربوط به تدریس، محتوا و ارزشیابی، موانع اداری، موانع حمایتی و موانع معطوف به شغل بودند. بسترها و شرایط زمینه‌ساز بی‌تفاوتی نسبت به انتقال یادگیری نیز عبارت از فرهنگ سازمانی غیر حمایتی، نظام اداری مختل‌کننده، و فضای بی‌تفاوتی سازمانی بودند. راهبردهای کارکنان در مواجهه با چنین شرایطی ممکن است به صورت رفتارهای انفعالی، رفتارهای منفی و شاید رفتارهای جبرانی مثبت باشد. در نهایت پیامدهای چنین شرایطی، در سطح فردی عمدتاً سکون زدگی شغلی، اهمال کاری شغلی، عدم خلاقیت شغلی، رفتارهای انحرافی و در سطح سازمانی، اتلاف سرمایه‌گذاری‌های آموزشی و کاهش موفقیت سازمانی است. زیویار و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «شناسایی موانع ساختاری کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان» با تحلیل داده‌های کیفی به هفت مانع ساختاری کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان (موانع سیستم تحقیق و توسعه، سیستم ارزیابی

مفهومی در مورد ضرورت توسعه قابلیت‌های کارآفرینی در برنامه‌های دانشگاهی مدیریت ورزشی ایجاد کرده است. در این مطالعه چارچوب بر اساس ویژگی‌های خاص ورزش (مانند شور و تعصب بالا، ایده‌آل‌گرایی و وفاداری به برند، غیرقابل پیش‌بینی بودن نتایج، رابطه نمادین با رسانه‌ها) و اثرات آن‌ها بر کارآفرینی در ورزش (مانند ریسک‌پذیری بسیار بالا در ورزش نسبت به سایر تجارت‌ها، نوآوری‌های ورزشی که پیوند ورزش و رسانه را بیشتر می‌کنند) ارائه شد. آموزش کارآفرینی در رشته مدیریت ورزش باید به صورت یک برنامه درسی در آید و مشتمل بر آموزش شناسایی فرصت‌ها، راه‌اندازی کسب و کار مخاطره‌آمیز و توسعه سازمان‌های ورزشی موجود باشد. در نهایت، چارچوب مذکور بر این اصل استوار است که آموزش مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان مدیریت ورزش باید اهداف و ویژگی‌های دانشجویان را مد نظر قرار داده و یادگیری دانشجو محور و متکی بر مطالعات و پروژه‌های موردی باشد. پیکسوتو^۱ (۲۰۱۳)، پژوهشی با عنوان «آموزش کارآفرینی در علوم ورزشی: توسعه برنامه درسی» انجام داد. در این پژوهش متغیرهای مؤثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی بررسی شد. 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.

فیروزی لاکتراشانی و همکاران (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان «ارائه الگوی نظام آموزشی مبتنی بر توسعه نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان (مطالعه موردی: هنرستان‌های شهر تهران)» انجام دادند. نتایج نشان داد مولفه‌های (آموزش کارآفرینانه، روحیه کارآفرینی، مشاوره تحصیلی و شغلی، سبک رهبری و مدیریت هنرستان‌ها، ارتباط با صنعت و تجارت، محتوای آموزش کارآفرینی، توسعه مهارت‌های کارآفرینی در فراگیران، فضا و تجهیزات آموزشی، و در نهایت روش‌های آموزش کارآفرینی) به عنوان مولفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر نظام آموزشی جهت

¹ Peixoto

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 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.

لذا با توجه به مباحث عنوان شده پژوهشگر سعی دارد به این سوال پاسخ دهد که رویکردهای راهبردی آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشکده‌های علوم ورزشی کشور کدامند؟

روش پژوهش حاضر از نوع کیفی، راهبرد پژوهش، مرور سیستماتیک و نظریه داده بنیاد با رویکرد استراوس و کوربین^۱ (۱۹۹۰) می‌باشد که در این قسمت به بررسی مبانی نظری و مرور سیستماتیک و انجام مصاحبه نیمه ساختار یافته و شناسایی عوامل تأثیرگذار در این حوزه منتج شد. همچنین در این روش پژوهشگر با توجه به داده‌های کیفی، مقوله‌های جدیدتری را شناسایی نمود. پژوهشی حاضر از لحاظ جهت‌گیری پژوهش جزء پژوهش‌های بنیادی است. نتیجه پژوهش‌های بنیادی، ارائه شاخص‌ها و مؤلفه‌های تحقق است. به منظور انجام مصاحبه، سوالات کلی پژوهش در زمینه سه موضوع اصلی شامل شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر آموزش کارآفرینی ورزشی، راهکارهای دستیابی به آموزش کارآفرینی ورزشی استراتژی‌های عملی و نتایج حاصل از آموزش کارآفرینی ورزشی (پیامدهای حاصل شده) طرح شد که با توجه به روند مصاحبه‌ها و انتخاب موردهای جدید، سوالات به صورت جزئی‌تر و دقیق‌تر مطرح گردید. پیش از انجام مصاحبه، از طریق تماس تلفنی هماهنگی‌های لازم با مصاحبه شونده‌ها انجام می‌گردید تا زمان مناسبی برای این کار انتخاب شود. در زمان مصاحبه، صحبت‌های افراد با اجازه قبلی به صورت کامل ضبط و همچنین، نکات مهم، مبهم و یا نیاز مند توضیح بیشتر، توسط پژوهشگر یادداشت گردید. این کار به لحاظ روان شناختی نیز، به تشویق مصاحبه شونده‌ها کمک می‌نمود. در طول مصاحبه دقت می‌شد که عقاید مصاحبه گر به

عملکرد، سیستم پاداش، تصمیم‌گیری، راهبرد، سیستم مالی و ساختار سازمانی دست یافتند. رضوی محمودآبادی و همکاران (۲۰۱۶) پژوهشی با عنوان «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی ورزشی با رویکرد منسجم تحلیل چند معیاره و روش کوپلند» را انجام دادند. در واقع، آن‌ها عواملی را که در مطالعات قبلی به دست آمده بود، اولویت بندی کردند، اگرچه سایر عوامل را از طریق مصاحبه جمع آوری کردند. مهم ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در ورزش در این پژوهش (برنامه ریزی جامع در حوزه کارآفرینی ورزشی، حضور وزارت ورزش و جوانان در کشور، حضور شبکه‌های تلویزیونی ورزشی در کشور، پرداخت تسهیلات بانکی با شرایط مساعد برای شروع و حرکت طرح‌های جدید در حوزه ورزش، وجود کارشناسان ورزشی در وزارت ورزش و جوانان و روند خصوصی سازی در ورزش) بودند. نامور (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی» انجام داد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی مناسب به منظور استفاده دانشجویان می‌تواند تاثیرات بسیار مهمی بر قابلیت‌های دانشجویان تربیت بدنی بویژه در کارآفرینی ایشان داشته باشد. دانشجویانی که به طور منظم از شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند مهارت‌های کارآفرینی جدید، متنوع و بهتری را از خود نشان می‌دهد. لذا برای استفاده بهتر از قابلیت‌های فضای مجازی در نظام آموزشی دانشجویان تربیت بدنی بهتر است سیاست‌گذاران با سرمایه گذاری بجا یک فضای مجازی برای تسهیل روابط اجتماعی فراهم بیاورند. کلاته سیف‌ری و تند نویس (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران» با هدف تعیین رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران انجام دادند و نشان دادند که در میان مولفه‌های کارآفرینی سازمانی (ساختار، اهداف و راهبرد، حمایت مدیریت و سیستم پاداش و تشویق با فرهنگ سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری نشان دادند. اما بین سیستم آموزش و اطلاعات و فرهنگ سازمانی ارتباط معناداری مشاهده نشد. موسوی راد و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «آموزش کارآفرینی و تأثیر آن بر مهارت‌های کارآفرینی، قصد

¹ Strauss & Corbin

که اصطلاحاً به آن کدگذاری می‌گویند و سپس با استفاده از روش تحلیل داده‌ها که در نظریه داده بنیاد (شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی) تجویز شده است، داده‌های گردآوری‌شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰).

در نخستین مرحله از کدگذاری که باز نامیده می‌شود، پژوهشگر باید بارها و بارها، داده‌های گردآوری‌شده را مرور و از زوایای گوناگون به آن توجه کند و تلاش کند تا مفاهیم مستتر در آن را بازشناسد. هدف از کدگذاری باز، تجزیه مجموعه داده‌های گردآوری‌شده به کوچک‌ترین اجزاء مفهومی ممکن است. وظیفه بعدی پژوهشگر دسته‌بندی و مقایسه مفاهیم استخراج‌شده از دل داده‌ها است. این مرحله شامل تعیین الگوهای موجود در داده‌هاست و به سطح مقوله‌بندی مشهور است. لازمه این مرحله مقایسه دائمی داده‌ها است. پژوهشگر داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه می‌کند و به صورت خوشه‌ها یا مقوله‌هایی درمی‌آورد که با هم تناسب دارند. در آخرین مرحله از کدگذاری که به کدگذاری انتخابی معروف است، پژوهشگر با توجه به کدها و مفاهیم شناسایی‌شده در دو مرحله قبل، به گزینش و انتخاب مفاهیم می‌پردازد. در این مرحله، طبقات به طبقه مرکزی مرتبط می‌شوند و نظریه را شکل می‌دهند و نهایتاً پژوهشگر به دنبال کشف فرایندها بود حاصل این مرحله رسیدن به طبقه اصلی بود که با سایر طبقات ارتباط داشت، آن‌ها را توضیح می‌دهد و در حقیقت پالایش‌شده کدهای اولیه بود. در این پژوهش از روش توافق بین دو کدگذار بر اساس ضریب کاپای کوهن برای تعیین پایایی استفاده گردید و نتایج ضریب کاپا (۰/۷۹) حاکی از رد فرض استقلال کدهای استخراج‌شده و تأیید وابستگی آن‌ها با یکدیگر است. از این رو می‌توان ادعا کرد که فرآیند کدگذاری از پایایی کافی برخوردار بوده است.

یافته‌ها

هدف علم آمار، استنتاج از تعداد زیادی مشاهدات است که از جامعه به دست می‌آیند؛ بنابراین اولین سوالی که به ذهن هر پژوهشگری می‌رسد این است که آیا می‌توان این مجموعه بزرگ از مقادیر را توصیف کرد و چگونه می‌توان مشاهدات زیاد جامعه را در یک چارچوب مشخص

شرکت کنندگان القاء نشود تا بر نظرات آن‌ها تاثیر نگذارد. هر مصاحبه به فراخور میزان جذابیت و اطلاع مصاحبه شونده از موضوع، بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه‌ها بر روی کاغذ پیاده سازی شد. پس از پیاده سازی، پاسخ‌ها از طریق ایمیل برای مصاحبه شونده فرستاده شد تا صحت آن‌ها تایید شود. در نهایت، داده‌ها برای تحلیل نهایی استفاده شد.

جامعه آماری پژوهش را حاضر 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 هدفمند 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 گردید. حجم نمونه در حین فرآیند پژوهش مشخص گردید، زیرا در پژوهش‌های کیفی اشباع شدن اطلاعات مهم‌تر از تعداد افراد مورد مطالعه می‌باشد، بدین معنی که محقق جمع‌آوری اطلاعات را باید تا زمانی ادامه دهد که اطلاعاتی که از شرکت‌کنندگان جمع‌آوری می‌کند، تکراری شده و اطلاعات جدیدی به اطلاعات گردآوری‌شده قبلی اضافه نشود، به عبارت دیگر داده‌های گردآوری‌شده به اشباع نظری برسند. با در نظر گرفتن نکات فوق در مجموع در این مطالعه ۱۵ مصاحبه انجام و ضبط گردید. به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های انجام شده و با هدف افزایش دقت و درستی تجزیه و تحلیل‌ها، از منابع کتابخانه‌ای و پژوهش‌های پیشین و روش مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده گردید و تمامی مصاحبه‌ها ضبط و سپس هر مصاحبه به‌طور جداگانه، واژه به واژه تایپ شد. پژوهشگر هر مصاحبه ضبط‌شده و یادداشت‌های مرتبط با آن را بلافاصله در ۲۴ ساعت اول با دقت و سطر به سطر مطالعه کرده و مفاهیمی که به ذهن می‌رسید را یادداشت می‌نمود. این مرحله از نخستین مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها در نظریه داده بنیاد است

سازماندهی نمود در این بخش، محقق مشخصات خبرگان را در ابعاد جنسیت، سطح تحصیلات، سابقه خدمت و سن بررسی کرده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل در جدول (۱) می‌باشد:

جدول ۱. توزیع فراوانی نمونه آماری مشخصات خبرگان

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۴	۲۷
	مرد	۱۱	۷۳
سابقه کار	۵-۰ سال	۴	۲۷
	۶-۱۰ سال	۱۰	۶۷
	۱۱-۱۵ سال	۱	۶
	کارشناسی ارشد	۶	۴۰
تحصیلات	دکتری	۹	۶۰
	جمع کل	۱۵	۱۰۰
سن	۳۰-۴۰	۴	۲۷
	۴۱-۵۰	۸	۵۳
	۵۱-۶۰	۲	۱۳
	بالای ۶۰	۱	۷

در این پژوهش تعداد ۱۵ مصاحبه صورت گرفته است که در ادامه جدول‌های کدگذاری شده که شامل بخشی از گفته‌های مصاحبه‌کننده، کدهای معنایی، مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط است آورده شده است. در طول مصاحبه‌های عمیق و باز در جدول (۲) صحبت شد.

شرح و بسط عوامل راهبردی در پژوهش حاضر، بر مبنای داده‌های مصاحبه‌ها و حاصل تجزیه و تحلیل ۱۵ مصاحبه نیمه ساختار یافته بوده که ابتدا استخراج مفاهیم انجام شد و هر چقدر که یک راهبرد، کدهای بیشتری داشته باشد، به همان اندازه سایر جنبه‌های فرعی آن نیز با وضوح بیشتری شناسایی و مشخص شده است. مقوله، زیر طبقه‌ها و کدها (مفاهیم) به دست آمده در این پژوهش در جدول (۳) قابل مشاهده می‌باشد.

در مرحله بعدی، بعد از مشخص شدن مؤلفه‌های اصلی و فرعی راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی به طراحی مدل پارادایمی پرداخته شد.

جدول ۲. پاسخ مصاحبه شونده‌گان به سوال رویکردهای راهبردی آموزش کارآفرینی

کد	بخشی از پاسخ مصاحبه شونده	کد معنایی
۱	فرد کارآفرین منتظر سرمایه گذاری و ایجاد شغل از طرف دولت و یا دیگران نیست. او خود با شناخت صحیح از فرصت‌ها و استفاده از سرمایه های راکد، امکاناتی را فراهم نموده و با سازماندهی و مدیریت مناسب منابع، ایده خویش را عملی می‌نماید. او تنها خودش شاغل نمی‌شود، وجود رسانه در فرهنگ سازی کارآفرینی و استفاده از اپلیکیشن‌ها، اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی و مجازی و استارت‌آپ‌ها جهت آموزش کارآفرینی و برگزاری و سمینارهای آنلاین در حیطه آموزش کارآفرینی ورزشی و بلکه بدون اتکای به دولت، در بخش غیر دولتی برای تعداد دیگری نیز شغل دارد. علاوه بر آن نقش مهمی در تولید و اشتغال مولد نیاز به سرمایه گذاری دولت برای ایجاد اشتغال می‌گردد. البته دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات و پیگیری سیاست های مناسب، حرکت کارآفرینان را شدت و شتاب بخشد	وجود رسانه در فرهنگ سازی کارآفرینی
۲	کارآفرینی بیشتر مربوط به بخش خصوصی است، اما اشتغال زایی در بخش دولتی هم می‌تواند صورت پذیرد، چرا که شاخصه اصلی کار آفرین پذیرش ریسک و تامین سرمایه و ایجاد فضای تجربه اندوزی در کارآفرینی ورزشی و بسترسازی از طرف دانشگاه جهت شرکت افراد در دوره‌های کارآفرینی ورزشی و استفاده از ظرفیتها و پتانسیل‌های موجود در کشور و اعتبار سنجی بر طبق جغرافیای محیطی و فرصت از طریق تجربه اندوزی در دوره‌های کارآفرینی به امید منفعت زیاد است. در حالیکه در مشاغل دولتی، سرمایه گذاری و ریسک مشاغل لزوما در آمد و منافع سرشاری برای مدیر نخواهد داشت.	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 اعتبار سنجی بر طبق جغرافیای محیطی ایجاد فرصت از طریق تجربه اندوزی در دوره‌های کارآفرینی ورزشی

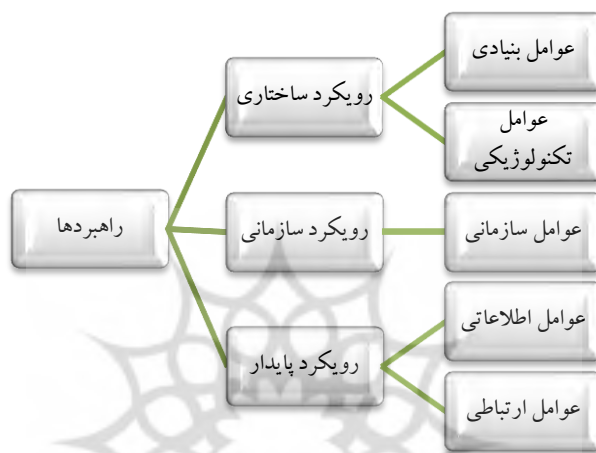
کد	بخشی از پاسخ مصاحبه شونده	کد معنایی
۳	تفاوت کار آفرین با سرمایه دار در این است که سرمایه دار لزوماً موسس و یا گرداننده یک فعالیت اقتصادی نیست. در حالیکه کار آفرین علاوه بر تامین سرمایه و دیگر منابع لازم و ادغام آن‌ها با یکدیگر، عهده دارد مدیریت آن نیز می‌شود. شومپیتر نیز به دقت میان کار آفرین و صاحب سرمایه تمیز نهاد. کار آفرین شومپیتری اصلاً نیازی به تملک سرمایه و یا حتی کار در چارچوب یک بنگاه فعال و افزایش توانمندی فردی کارآفرینان در مقوله کارآفرینی ورزشی و بازمینی، نظارت و ارزیابی مستمر فعالیت‌های کارآفرینانه ورزشی در حوزه کسب و کار افراد تنها زمانی به عنوان یک کارآفرین عمل می‌کنند که واقعا ترکیب های جدیدی را ندارد. در نظر او وجود آورند اما اگر کسب و کار خود را شکل داده و همانطور که سایر افراد بنگاه های خود را اداره می‌کنند، به اداره آن مشغول شوند، ویژگی و شخصیت کارآفرین‌ها را از دست می‌دهند	افزایش توانمندی فردی کارآفرینان در مقوله کارآفرینی ورزشی بازمینی، نظارت و ارزیابی مستمر فعالیت‌های کارآفرینانه ورزشی
۴	اقدامات کار آفرینان ریسک بالایی دارد. در حالی که اقدامات کاسب معمولی چنین ریسکی را ندارد. با این وجود این افراد به خاطر اطمینان از سود قابل توجه آتی و امکان از دست رفتن فرصت های طلایی دست به خطر می‌زنند. با این همه کارآفرین را نمی‌توان یک مجنون خطر پذیر دانست. هنر کارآفرین تخمین میزان مخاطره فعالیت‌ها و دست زدن به ریسک های ارزشمند، عقلانی و شناسایی و ارزیابی فرصت و توسعه فرهنگ ورزش کردن در میان افراد جامعه محاسبه شده است.	شناسایی و ارزیابی فرصت توسعه فرهنگ ورزش کردن در میان افراد جامعه
۵	معمولاً قوه خلاقه یک کار آفرین در نوآوری بسیار فراتر از یک کاسب معمولی است و همین قوه خلاقه است که قدرت ثروت آفرینی (خلق ارزش) را در وی نسبت به کاسب معمولی فزونی می‌دهد. قوه خلاقه کار آفرین می‌تواند در تولید کالا، ارائه خدمت و یا فرایندها و مطالعه روند کاری کارآفرینان خارج از کشور بروز نماید.	مطالعه روند کاری کارآفرینان خارج از کشور
۶	مالکان کسب و کارهای کوچک نگران تامین در آمد برای رفع نیازهای اساسی خود هستند، اما کار آفرینان بدنبال استقلال و نوعی رضایت شخصی و بهره مندی از آموزش‌های لازم در زمینه چگونگی انجام یک پروژه کارآفرینی ورزشی می‌باشند. مالکان کسب و کارهای کوچک معمولاً دست به نوآوری نمی‌زنند. در حالی که کار آفرینان انگیزه بیشتری برای پیشرفت و ریسک پذیری داشته و خود را در گیر نوآوری و تغییر می‌نمایند.	بهره مندی از آموزش‌های لازم در زمینه چگونگی انجام یک پروژه کارآفرینی ورزشی
۷	فرصت های شغلی بیشتری قابل حصول است، زیرا این کار آفرینان در محدودیت‌ها و مشکلات، درجا نمی‌زنند، بلکه بر آن چیره و مسلط می‌شوند و راه های تازه‌تری را برای کار و تولید ارائه می‌نمایند. کار آفرینان اهل تقلید بیشتر دنباله رو و تابع گروه اول هستند. در این گروه نیز فرصت های شغلی و بهره مندی از انواع روش‌های تبلیغاتی در کارآفرینی ورزشی وجود دارد، زیرا آن‌ها برنامه و طرد ایجاد شده توسط گروه اول را توسعه و بسط می‌دهند.	بهره مندی از انواع روش‌های تبلیغاتی در کارآفرینی ورزشی
۸	تمایل به ریسک پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره های معتدلی که می‌توانند از طریق تلاش های شخصی مهار شوند. کار آفرین لزوماً در پی فعالیتی نیست که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه مایل است مقدار متوسطی از مخاطره و ریسک را برای شروع فعالیت خود بپذیرد و در چنین شرایطی حاضر می‌شود تا پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به خطر اندازد. هرگز نباید تصور شود که کار آفرینان قمار می‌کنند، بلکه آنان در اقدام به مخاطره بسیار حساب شده و با دقت و رصد مستمر اطلاعات عمومی و تخصصی مرتبط با کارآفرینی ورزشی عمل می‌کند و تمام تلاش خود را به کار می‌بندند تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهند.	رصد مستمر اطلاعات عمومی و تخصصی مرتبط با کارآفرینی ورزشی
۹	کانون کنترل یکی از ویژگی های مهم شخصیتی کارآفرینان و از موضوعات بسیار حائز اهمیت در حوزه مدیریت و سازمان و رصد مستمر منابع علمی و پژوهش‌های مرتبط با مفاهیم کارآفرینی ورزشی محسوب می‌شود. کانون کنترل به معنای آن است که شخص چگونه منبع نتایج مثبت و یا منفی را به خود و یا دیگران نسبت می‌دهد. این ویژگی شخصیتی کار آفرینان مشتمل بر سه بعد کانون کنترل درونی، بیرونی و درونی بیرونی است. اگر ویژگی کانون کنترل بر روی یک پیوستار تصور شود، دریک سوی آن کنترل درونی و درون گرایان قرار می‌گیرند که معتقدند پیش آمدهایی که با آن مواجه می‌شوند.	رصد مستمر منابع علمی و پژوهش‌های مرتبط با مفاهیم کارآفرینی ورزشی
۱۰	کنترل بیرونی و برون گرایان هستند که اذعان می‌دارند، بیشتر اتفاق هایی که برایشان ره داده است، نتیجه عوامل خارجی و فرا سوی کنترل مستقیم آن‌ها بوده است. کار آفرینان دارای کنترل درونی، عقیده دارند که رویدادهای زندگی نتیجه برنامه ریزی‌ها و اقدامات خودشان است و نه اقبال، سرنوشت و معرفی	معرفی دانشجویان به واحدهای صنعت ورزش در قالب کارآموزی بازدید از شرکت‌های موفق

کد	بخشی از پاسخ مصاحبه شونده	کد معنایی
	دانشجویان به واحدهای صنعت ورزش در قالب کارآموزی و بازدید از شرکتهای موفق کارآفرینی ورزشی است.	کارآفرینی ورزشی
۱۱	تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقیم بدون آن که شخصی بداند و ملاقات با صاحبان کسب و کارهای کارآفرینی به منظور افزایش تجربه، آیا موفق خواهد شد یا خیر.	ملاقات با صاحبان کسب و کارهای کارآفرینی به منظور افزایش تجربه
۱۲	قدرت تحمل ابهام در کار آفرینان به مراتب بیش از مدیران است و کار آفرینان بدون اینکه احساس تهدید و یا ناراحتی کنند، قادرند به طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیر قطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف مواجه شوند و ضمن رفع ابهام، آن‌ها را به نفع خویش تغییر دهند. در حقیقت، ابهام موجب انگیزش کار آفرینان می‌شود. کار آفرینان در آغاز فعالیت، با عدم قطعیت‌ها و تغییرات مداوم و فرهنگ سازی سازمان‌ها در مورد خوب بودن مقوله کارآفرینی ورزشی رو به رو هستند که منجر به ابهام و استرس در آنان می‌شود، اما کار آفرینان موفق این موارد را به عنوان جزئی از فرایند کسب و کار پذیرفته اند وقتی که کار آفرینان تصمیم به عمل می‌گیرند، بلافاصله و در اولین فرصت ممکن آن را اجرا می‌کنند.	فرهنگ سازی سازمان‌ها در مورد خوب بودن مقوله کارآفرینی ورزشی
۱۳	نتایج پژوهش‌ها نشان داده است که رابطه مثبتی بین عمل کارآفرینانه و خودگردانی و یا اهل عمل بودن فرد و ارائه آموزش توسط سازمان‌ها برای داوطلبین کارآفرینی ورزشی وجود دارد. به عبارت دیگر، آن‌ها خود اتکا و خودگردان هستند.	ارائه آموزش توسط سازمان‌ها برای داوطلبین کارآفرینی ورزشی
۱۴	کار آفرینان از صرف وقت خود بر روی ایده های جدید لذت می‌برند، حتی اگر این ایده‌ها مزایایی را در پی نداشته باشند. آن‌ها در مورد ایده های خود با دیگران صحبت می‌کنند و در خصوص کارهایی که هیچ کس نتوانسته است انجام دهد، اغلب به تخیل روی می‌آورند. آن‌ها در مراحل انجام هر کاری دارای ایده هایی جدید هستند و تقویت پشتیبانی از طرف جامعه، دانشگاه و آموزش و پرورش جهت ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی و شاید به همین علت است که اغلب مردم ایده های آن‌ها را غیر عادی و دست نیافتنی تصور می‌کنند.	تقویت پشتیبانی از طرف جامعه، دانشگاه و آموزش و پرورش جهت ترویج فرهنگ کارآفرینی ورزشی
۱۵	کار آفرینان فرصت های بازار را به عنوان واقعیت های آینده درک کرده و شرکت در همایش ها، کنفرانس ها، کارگاه‌های آموزشی برگزار شده از طرف سازمان‌ها و آن را با اعمال خودشان به تصویر می‌کشند.	شرکت در همایش ها، کنفرانس ها، کارگاه‌های آموزشی برگزار شده از طرف سازمان‌ها

جدول ۳. رویکردهای راهبردی آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشجویان علوم ورزشی

مفاهیم	طبقه فرعی	مقوله محوری
وجود رسانه در فرهنگ سازی کارآفرینی		
استفاده از اپلیکیشن ها، اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی و مجازی و استارت‌آپ‌ها جهت آموزش کارآفرینی		عوامل تکنولوژیکی
برگزاری وبینارهای آنلاین در حیطه آموزش کارآفرینی ورزشی		
ایجاد فضای تجربه اندوزی در کارآفرینی ورزشی		
بستر سازی از طرف دانشگاه جهت شرکت افراد در دوره‌های کارآفرینی ورزشی		
استفاده از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در کشور		رویکرد ساختاری
اعتبار سنجی بر طبق جغرافیای محیطی		
ایجاد فرصت از طریق تجربه اندوزی در دوره‌های کارآفرینی ورزشی		عوامل بنیادی
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		
مطالعه روند کاری کارآفرینان خارج از کشور		
بهره مندی از آموزش‌های لازم در زمینه چگونگی انجام یک پروژه کارآفرینی ورزشی		
بهره مندی از انواع روش‌های تبلیغاتی در کارآفرینی ورزشی		عوامل اطلاعاتی
رصد مستمر اطلاعات عمومی و تخصصی مرتبط با کارآفرینی ورزشی		

مقاله محوری	طبقه فرعی	مفاهیم
		رصد مستمر منابع علمی و پژوهش‌های مرتبط با مفاهیم کارآفرینی ورزشی
		معرفی دانشجویان به واحدهای صنعت ورزش در قالب کارآموزی
	عوامل ارتباطی	بازدید از شرکت‌های موفق کارآفرینی ورزشی
		ملاقات با صاحبان کسب و کارهای کارآفرینی به منظور افزایش تجربه
		فرهنگ سازی سازماندها در مورد خوب بودن مقوله کارآفرینی ورزشی
	عوامل سازمانی	ارائه آموزش توسط سازمان‌ها برای داوطلبین کارآفرینی ورزشی
رویکرد سازمانی	عوامل سازمانی	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



شکل ۱. رویکردهای راهبردی آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشجویان علوم ورزشی

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها به سه مقوله محوری تحت عناوین رویکرد ساختاری، رویکرد سازمانی و رویکرد پایدار در راستای راهبردهای آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشکده‌های علوم ورزشی کشور منتج گردید. همچنین در رویکرد ساختاری دو زیر طبقه (طبقه فرعی) تحت عناوین (عوامل بنیادی و عوامل تکنولوژیکی)، در رویکرد سازمانی یک زیر طبقه (طبقه فرعی) تحت عنوان (عوامل سازمانی) و نهایتاً در رویکرد پایدار دو زیر طبقه (طبقه فرعی) تحت عنوان (عوامل اطلاعاتی و عوامل ارتباطی) شناسایی و استخراج گردید.

تحلیل‌های صورت گرفته بر روی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داده است عوامل بنیادی به عنوان یکی از مقوله‌های فرعی رویکرد ساختاری در راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی حائز اهمیت باشد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های گیب و همکاران (۲۰۱۵) و کلانی و همکاران (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. سانچز-الپور و همکاران (۲۰۲۱)،

بیان کردند که 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. آقا محمدی (۲۰۲۰) بیان می‌کند که فضای آموزشی عنصری است که همه فرایندهای یاددهی-یادگیری درون آن انجام می‌گیرند، بنابراین دانشگاه‌ها می‌توانند با تأمین فضا، امکانات و تجهیزات کافی و به‌روز، و تقویت کارگاه‌ها و برگزاری دوره‌های کارآفرینی، فضا و فرصت تجربه اندوزی را برای آموزش کارآفرینی و در نتیجه کارآفرین شدن افراد در آینده فراهم آورند. نتایج پژوهش زیویار و همکاران (۲۰۱۷)، به برنامه‌ریزان و مسئولین وزارت علوم و 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 راهبردهای منظم و یکپارچه از سوی دانشگاه جهت آموزش کارآفرینی ورزشی و غربال دانشجویان مستعد در برنامه‌های کارآفرینی ورزشی در کشور می‌تواند روحیه خود اشتغالی و کارآفرینی را در میان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی گسترش دهند.

از سوی دیگر نتایج حاصل نشان داده است که عوامل تکنولوژیکی به‌عنوان یکی از مقوله‌های فرعی رویکرد ساختاری در راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی حائز اهمیت می‌باشد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های لارا- بوکانگرا و همکاران (۲۰۲۲)، راتن و فریر (۲۰۱۷)، راتن (۲۰۱۱)، نامور (۲۰۱۵)، و فرزی و همکاران (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. لزوم توجه به تکنولوژی در متون مختلف کارآفرینی مورد بحث قرار گرفته است. راتن (۲۰۱۱) معتقد است فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه ورزش تحت تاثیر توسعه تکنولوژی قرار دارد، بدین ترتیب که با پیشرفت تکنولوژی روش‌های توزیع اطلاعات و خلق بازارهای بین‌المللی جدید تقویت می‌شود. نامور (۲۰۱۵) بیان کرد امروزه تاثیر رسانه در فرهنگ سازی کارآفرینی و استفاده از اپلیکیشن‌ها، اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی و مجازی و استارت‌آپ‌ها جهت آموزش کارآفرینی و همچنین برگزاری وبینارهای آنلاین در حیطه آموزش کارآفرینی ورزشی را نمی‌توان نادیده گرفت و همچنین دانشجویانی که به طور منظم از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند مهارت‌های کارآفرینی جدید، متنوع و بهتری را از خود نشان می‌دهد. راتن و فریر (۲۰۱۷) کارآفرینی ورزشی را به نوآوری‌های تکنولوژی ارتباط داده و آن را پیشران کارآفرینی در حوزه ورزش تلقی می‌کند. فرزی و همکاران (۲۰۱۵) نیز نقش تکنولوژی را در تبیین کارآفرینی بسیار پررنگ توصیف کرده‌اند.

همچنین تحلیل‌های صورت گرفته بر روی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داده است که عوامل سازمانی به‌عنوان یکی از مقوله‌های فرعی رویکرد سازمانی در راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی

نقش دارد. کلاته سیف‌ری و تندنویس (۲۰۱۲) نشان دادند که وجود فرهنگ سازی سازمان‌ها در مورد خوب بودن مقوله کارآفرینی ورزشی می‌تواند در شکل‌گیری و انسجام افکار خلاقانه نقش اساسی داشته باشد. از طرفی ارائه آموزش توسط سازمان‌ها برای داوطلبین کارآفرینی ورزشی در توسعه توانمندی آن‌ها جهت عملیاتی نمودن افکار کارآفرینانه شان بسیار با اهمیت می‌باشد. قنبری و همکاران (۲۰۱۷) در بعد سازمانی، سه مقوله محوری شامل موانع اداری، موانع حمایتی و موانع مربوط به شغل را، به‌عنوان دلایل بی‌تفاوتی نسبت به انتقال یادگیری شناسایی کردند و پیشنهاد نمودند که با شرکت در همایش‌ها، کنفرانس‌ها، کارگاه‌های آموزشی برگزار شده از طرف سازمان‌ها می‌توان به بهبود انتقال یادگیری به محیط کار کمک کرد و در این راه نباید از پشتیبانی از طرف جامعه، دانشگاه و آموزش و پرورش جهت ترویج فرهنگ کارآفرینی غافل بود.

از سوی دیگر نتایج حاصل نشان داده است که عوامل اطلاعاتی به‌عنوان یکی دیگر از مقوله‌های فرعی رویکرد پایدار در راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی مورد توجه قرار گرفته است که این نتیجه با نتایج پژوهش‌های برزیتس و ژانگ (۲۰۱۹)، جونز و انگلیش (۲۰۰۴) همسو می‌باشد. پیکری فر و مه نگار (۲۰۱۲) بیان کردند که در عصر ما آموزش‌های معطوف به کار آفرینی در دانشگاه‌های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در قالب برنامه‌های درسی دانشگاهی کارآفرینی رو به افزایش است، این برنامه‌ها عمدتاً با هدف افزایش آگاهی دانشجویان، ایجاد تجربه‌های علمی، توسعه مهارت‌ها و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کار آفرینی طراحی شده‌اند و معمولاً این برنامه‌ها به دانشجویان تولید ایده‌های نوین و برنامه‌ریزی به منظور علمی ساختن این ایده‌ها کمک می‌کنند. در این برنامه‌ها از روش‌های مختلف آموزشی به منظور ارتقای مهارت‌های دانشجویان برای ورود به بازار کار و تاسیس شرکت‌های تجاری استفاده می‌شود. ویراوردنا و همکاران (۲۰۰۷) نشان دادند که بهره‌مندی از آموزش‌های لازم در زمینه چگونگی انجام یک پروژه کارآفرینی ورزشی می‌تواند در بهبود فرایند یکپارچه سازی افکار کار آفرینی نقش بسزایی داشته باشد. وجود دانش و اطلاعات در افراد به میزان

یادگیری آن‌ها از تجارب افراد دیگر و بکارگیری آن‌ها نقش اساسی خواهد داشت. رضوی محمود آبادی و همکاران (۲۰۱۶) بیان کردند که بهره‌مندی از انواع روش‌های تبلیغاتی در کارآفرینی ورزشی می‌تواند در بروز افکارهای نوآورانه نقش داشته و سبب ایجاد رغبت در توسعه توانمندی‌های کارآفرینی گردد. رصد مستمر اطلاعات عمومی و تخصصی مرتبط با کارآفرینی ورزشی یکی از روش‌هایی است که افراد می‌توانند بوسیله آن اطلاعات مربوط به چگونگی پایه‌گذاری کارآفرینی را بعنوان یک شغل در نظر داشته و بوسیله آن دانش مورد نیاز برای انجام کارآفرینی را به روز نمایند. در واقع عوامل اطلاعاتی می‌تواند نقش بسزایی در توسعه کارآفرینی نقش داشته باشد و راه ورود افراد به این حوزه و نیز رشد کسب و کار آن‌ها را تسهیل نماید و در واقع نیازمند توجه بیشتری است.

در نهایت تحلیل‌های صورت گرفته بر روی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد که عوامل ارتباطی به‌عنوان یکی از مقوله‌های فرعی رویکرد پایدار در راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی دانشجویان علوم ورزشی نقش دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های آرتاخو آنتوان (۲۰۲۲)، مهد نور (۲۰۲۱) و راج پوت (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. نقابی و همکاران (۲۰۱۲) بیان کردند که کارآفرینان برای موفق شدن در بازار رقابتی احتیاج به اطلاعات، منابع و شناخته شدن توسط دیگران دارند، از این رو، ارتباطات با دیگران و یا شبکه‌ها را می‌توان یکی از ابزارهای اصلی کارآفرینان دانست که می‌توانند به واسطه آن، این نیازها را مرتفع کنند. شبکه‌های ارتباطی نقش اساسی در نوآوری شرکت‌ها و نتایج شغلی و حرفه‌ای کارآفرینان، مدیران و متخصصان ایفا می‌کنند، به طوری که این افراد، هرچه قدر مهارت اجتماعی و ارتباطی بیش تری داشته باشند، موفقیت مالی بیش تری به دست می‌آورند. در همین راستا دانشگاه‌ها می‌توانند با معرفی دانشجویان به واحدهای صنعت ورزش در قالب کارآموزی و برنامه ریزی برای بازدید از شرکت‌های موفق کارآفرینی ورزشی و همچنین ملاقات با صاحبان کسب و کارهای کارآفرینی به منظور افزایش تجربه، فضایی را مهیا نمایند تا ضمن حمایت از کارآفرینی ورزشی، موفقیت دانشجویان و فارغ‌التحصیلان

علوم ورزشی را در روند مخاطره‌آمیز آموزش کارآفرینی ورزشی و توسعه آن تسهیل نمایند.

با عنایت به یافته‌های پژوهش به منظور راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشجویان علوم ورزشی پیشنهادها 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، تطبیق‌پذیری 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 استارت‌آپی 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.

برنامه‌های راهبرد آموزش کارآفرینی ورزشی در دانشگاه‌ها باید به سمت خلاقیت و نوآوری سوق داده شده و با تلفیق دانش نظری و عملی مرتبط با کارآفرینی ورزشی در نهایت از دانشگاه دانش‌محور به دانشگاه کارآفرین حرکت کنند. این برنامه‌ها 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 راهبرد 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 گردد.

تشکر و قدردانی

شایسته می‌باشد از نخبگان و بزرگان کارآفرینی ورزشی که بی دریغ و مشتاق وقت گران بها و ثمره سال‌ها تلاش و تجربیات خود را در اختیار پژوهشگران قرار دادند صمیمانه تشکر نمایم و آرزوی پیشبرد اهداف آن بزرگواران در آموزش کارآفرینی ورزشی را با نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر داشته باشیم.

منابع

- Agha Mohammadi, J. (2020). Designing a conceptual model of the effect of entrepreneurship education components on creating an entrepreneurial attitude. *The growth of technical and professional education and its associates*, 15(3), 39-47. [https://www.roshdmag.ir/Roshdmag_content/media/article/39.47from%20\(98-99\)%20MATN%20FANI%20VA%20HERFAE%20VA%20KAR%20DANESH%2054-8_-1.pdf](https://www.roshdmag.ir/Roshdmag_content/media/article/39.47from%20(98-99)%20MATN%20FANI%20VA%20HERFAE%20VA%20KAR%20DANESH%2054-8_-1.pdf) (in Persian).
- Artakhov Anton, B. (2022). Classification and systematization of approaches to the definition of technology entrepreneurship. *π-Economy*, 94(2), 89-101. https://economy.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2022/2-2022/06_Artahov.pdf
- 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. <https://academic.oup.com/icc/article-abstract/28/4/855/5519998>
- Clark, B. (1998). Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation. New York: Pergamon. Retrieved from: <http://www.amazon.com/Creating-Entrepreneurial-Universities-OrganizationalTransformation/dp/0080433545>.
- 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. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/GM-04-2021-0101/full/html>
- 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. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-019-09754-9>
- Farzi, F., Abbasi, H., & Zardoshtian, SH. (2015). Explaining the relationship of organizational intelligence and organizational agility with organizational Entrepreneurship in ministry of sport and youth of Iran. *Sport management journal*, 7(5), 713-729. https://jsm.ut.ac.ir/article_56757_2582cd0f9c681f7984a66fdbf4d7e534.pdf (in Persian).
- Firoozi Laktrashani, Z., Delkosh 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. http://jou.spsiran.ir/article_155824_5fc18903da04f3a83df07eee3a2647e1.pdf (in Persian).
- Ghanbari, S., Shams Mourkani, Gh., Arefi, M., & Zandi, Kh. (2017). Studying the challenges in the transfer of learning to workplace in public organizations of Kurdistan Province (a qualitative research). *Quarterly Journal of Training and Development of Human Resources*, 4(12), 1-27. file:///C:/Users/R.GH-SYS/Downloads/4027213961201.pdf (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: http://pascalobservatory.org/sites/default/files/innovate_analytical_paper.pdf
- Hemme, F., Morais, D., Bowers, M., & Tood, J. (2016). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport management review*, 20(1), 92-104. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1016/j.smr.2016.07.005>

- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education and Training*, 46(8/9), 416-423. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00400910410569533/full/html>
- 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. https://smrj.ssrc.ac.ir/article_789_75adfab15d6ea8865f7e5589fab09f9.pdf (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. <https://jrsm.khu.ac.ir/article-1-1605-fa.pdf> (in Persian).
- Koozechiyan, H. (2000). Studying the educational status of students of physical education colleges in the country. *Harkat*, 8(4), 37-53. <file://C:\Users\R.GH-SYS\Downloads\57813790404.pdf> (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. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSMS-12-2020-0212/full/html>
- 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. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/59109/1/59109.pdf>
- 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. https://jsm.ut.ac.ir/article_28609_7d2c31acfd4b91ecbdb5a0b07abce499.pdf (in Persian).
- Namvar, M. (2015). Examining the role of virtual social networks on the entrepreneurship of physical education students. The second national conference of the scientific association of sports management of Iran, Tehran. <https://civilica.com/doc/1027601/> (in Persian).
- Neghabi, S., Zafarian, R., Yusefi, M., & Rezvani, M. (2012). Clarifying the role of networking behavior in entrepreneurial behavior (Case study: Companies based in science and technology parks). *Journal of entrepreneurship development*, 5(1), 25-43. https://jed.ut.ac.ir/article_24653_1279bff8d4b2c05cb963cf07b7f0b728.pdf (in Persian).
- Nova, J. (2015). Developing the entrepreneurial competencies of sport management students. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 3916-3924. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815011933>
- Peixoto Naia, A. (2013). Entrepreneurship education in sport sciences: implications for curriculum development. [In Thesis, Universidade de Lisboa]. https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/6203/1/PhD_Naia.pdf
- Peykari far, F., Mah negar, F. (2012). Examining the role of universities in the development of entrepreneurship. National conference of entrepreneurship and management of knowledge-based businesses, Babolsar. <https://civilica.com/doc/174971/>. (in Persian).
- Rafiei, N., Yarmohammadian, M., & Keshtiaray, N. (2020). Designing entrepreneurship training content pattern for humanities. *Journal of Research in Teaching*, 7(4), 150-169. https://trj.uok.ac.ir/article_61306_b9684ff2e3caeed73bf994a1c78d5daa.pdf (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. <file://C:\Users\R.GH-SYS\Downloads\99432-202664-2-PB.pdf>
- Ratten, V. (2011). A social perspective of sports-based entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 12(3), 314-326. https://www.researchgate.net/publication/264835246_A_social_perspective_of_sports-based_entrepreneurship
- Ratten, V., & Ferreira, J. J. (Eds.). (2017). Sport entrepreneurship and innovation. Taylor & Francis. <https://www.taylorfrancis.com/books/edited/10.4324/9781315393384/sport-entrepreneurship-innovation-vanessa-ratten-jo%20C3%A3o-ferreira>
- Ratten, V., & Jones, P. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education Training*, 60(5), 490-499. <https://translateyar.ir/wp-content/uploads/2020/09/Future-research-directions-for.pdf>
- Razavi Mahmoudabadi, M.J., Ghahraman Tabrizi, K., & Zarei Mahmoudabadi, M. (2016). Identification and ranking the affecting factors on sport entrepreneurship with the coherent

- approach of multi-criteria analysis and copeland method. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 12(23), 113-130. https://msb.journals.umz.ac.ir/article_1143.html (in Persian).
- 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. https://jed.ut.ac.ir/article_22966_7b71528783e8a43d955fa2511fa20c25.pdf (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. <https://econpapers.repec.org/article/emejepppp/j-epp-07-2019-110.htm>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research. London: Sage publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/basics-of-qualitative-research/book235578>
- Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). Entrepreneurship education and training programs around the world. *World Bank Publications*, Washington DC. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/866201e2-a876-5434-a6d6-0f536968bdb6/content>
- Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Knight, G. (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: a dynamic capabilities perspective. *Journal of world business*, 42(3), 294-306. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1090951607000296>
- 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. https://ijsser.org/uploads/ijsser_02__329.pdf (in Persian)

