

Communication Management in Sports Media

ORIGINAL ARTICLE

Open
Access

An Analysis of the Interactive Relationships of Entrepreneurship Development Dimensions through Sports in Technical and Vocational Universities of the Country

Ali Hasanzadeh¹, Mohamad Porranjbar^{2*}, Mohsen Manochehri Negad³

1. Ph.D. Student in Sports Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran.

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

3. Assistant Prof of Sports Management, Farhangian University, Tehran, Iran.

Correspondence

Author's Name:

Mohamad Porranjbar

Email: mpranjbar@kmu.ac.ir

How to cite

Hasanzadeh, A., Porranjbar, M., & Manochehri Negad, M. (2024). An Analysis of the Interactive Relationships of Entrepreneurship Development Dimensions through Sports in Technical and Vocational Universities of the Country. *Communication Management in Sport Media*, 11(3), 101-112. doi: 10.30473/jsm.2023.65012.1652

ABSTRACT

The present research was designed and conducted to analyze the interactive relationships among the dimensions of entrepreneurship development through sports in the technical and vocational universities of the country. This study employed a mixed-methods approach, consisting of both qualitative and quantitative components. The statistical population included experts with comprehensive knowledge of the research topic. Data collection tools comprised semi-structured interviews and researcher-developed questionnaires. For the quantitative analysis, the DEMATEL method was utilized, while the qualitative analysis employed the fuzzy Delphi method. Following the application of the fuzzy Delphi method, 46 items were identified and categorized into four main dimensions and twelve sub-dimensions. These dimensions include: 1) Environmental Factors: Customs, laws and regulations, policy issues, and social issues. 2) Commercial Factors: Markets and sports products. 3) Specialized Factors: Technology, experience, sports events, and education. 4) Managerial Factors: Planning, evaluation, and monitoring. In the subsequent phase of the research, the DEMATEL method was applied to analyze the twelve components: customs, laws and regulations, policy issues, social issues, markets, sports products, technology, experience, sports events, education, planning, and evaluation and monitoring. This method was used to identify the relationships between these dimensions. The findings indicated that education, rules and regulations, planning, evaluation and supervision, customs, and policy issues play a significant and clear role in the emergence and formation of other factors contributing to the development of entrepreneurship through sports in the technical and vocational universities of the country.

KEYWORDS

Entrepreneurship, Development, Universities, Technical and Vocational, Sports.

Extended Abstract

Introduction

Entrepreneurship serves as the engine of transformation and development within the economy, culture, and society. The growth and proliferation of this phenomenon can lead to a fundamental shift in the national economy. Given that media can rapidly disseminate information to the audience, entrepreneurship is recognized for its role in addressing economic crises, fostering a robust economy, and creating job opportunities, making it an attractive profession. This field is increasingly gaining traction among academics and researchers across various disciplines, serving as a source for discovering and exploring new opportunities. The significance of entrepreneurship extends to the realm of sports, where it holds a valuable position. Entrepreneurship is a continuous process characterized by inspiration, adventure, and preparation. It plays a crucial role in economic development and brings about significant changes in the market economy. However, defining entrepreneurship can be challenging, as different scientific fields offer varying perspectives, and researchers propose theories that emphasize different aspects of this seemingly identical concept.

Methods

The present research is a mixed-methods study that employs both qualitative and quantitative approaches, making it applicable to the fields of sports and academia. In the qualitative segment, the fuzzy Delphi method was utilized, while the quantitative segment employed the DEMATEL method. Data collection for this research was conducted through field-based methods. The statistical population included individuals knowledgeable about the research topic, specifically university professors and select sports managers. A purposive sampling method was used for this identification, resulting in a final sample of 30 participants. Given the nature of the quantitative research method (DEMATEL approach), which necessitates input from experts familiar with the subject matter, the statistical population remained consistent across both the qualitative and quantitative components. For the qualitative phase, data was gathered using semi-structured interviews. Through these interviews and adhering to the fuzzy Delphi method, the research items were compiled and finalized. Initially, the research team specified the preliminary items derived from theoretical studies and

distributed them to the selected participants for their input.

Results

Based on the research literature and expert opinions, a total of 62 factors were identified. The fuzzy Delphi approach was employed to screen these indicators. Over the course of four rounds, 55 indicators were accepted in the first round, 51 in the second, and 46 in the third. The analysis concluded in the fourth round when all indicators achieved a value greater than 0.7, indicating sufficient consensus. Following the application of the fuzzy Delphi method, 46 items were identified and categorized into four main dimensions and twelve sub-dimensions. These include: 1) Environmental Factors: Customs, laws and regulations, policy issues, and social issues. 2) Commercial Factors: Markets and sports products. 3) Specialized Factors: Technology, experience, sports events, and education. 4) Managerial Factors: Planning, evaluation, and monitoring.

In the subsequent phase of the research, the DEMATEL method was utilized to analyze the twelve components: customs, laws and regulations, policy issues, social issues, markets, sports products, technology, experience, sports events, education, planning, and evaluation and monitoring. This method was instrumental in identifying the relationships between these dimensions. The findings revealed that education, rules and regulations, planning, evaluation and supervision, customs, and policy issues play a significant and clear role in the emergence and formation of other factors contributing to the development of entrepreneurship through sports in the technical and vocational universities of the country.

Conclusion

Entrepreneurship can be viewed as a dynamic process aimed at creating and implementing new ideas through the power and motivation of talented individuals. In this context, entrepreneurs serve as catalysts for growth and development, representing one of the most significant indicators of a society's potential to achieve a desirable future. Consequently, entrepreneurship generates new opportunities for individuals to enhance their income levels, increase their assets and capital, and ultimately improve their standard of living.

In the realm of sports, entrepreneurship emerges when individuals, organizations, and groups initiate sports-related businesses by leveraging innovations. Specifically, sports entrepreneurship encompasses

those who capitalize on existing opportunities and identify attractive areas within the sports sector. These entrepreneurs efficiently and effectively utilize available resources to develop innovative products and services tailored to the sports environment.

KEYWORDS

Entrepreneurship, Development, Universities, Technical and Vocational, Sports.

Ethical Considerations:**Compliance with ethical guidelines**

The authors of the article undertake that they have followed all the ethical guidelines related to the research.

Funding

Authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.



نشریه علمی

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

«مقاله پژوهشی»

تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور

علی حسن‌زاده^۱ ID، محمد پوررنجبر^۲ ID*، محسن منوچهری‌نژاد^۳ ID

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور طراحی و اجرا شد. روش این تحقیق از نوع آمیخته بود که در دو بخش کیفی و کمی اجرا شد. جامعه آماری تحقیق متخصصانی بودند که به موضوع پژوهش اشراف کامل داشتند. ابزارهای گردآوری تحقیق، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود. در قسمت تجزیه و تحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتل و در بخش کیفی از روش دلفی فازی استفاده شد. پس از انجام روش دلفی فازی، ۴۶ گویه در چهار بعد اصلی و دوازده بعد فرعی شناسایی و دسته‌بندی شدند؛ به‌صورتی که چهار بعد اصلی و دوازده بعد فرعی شامل عامل محیطی (آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست و مسائل اجتماعی)، عامل تجاری (بازارها و محصولات ورزشی)، عامل تخصصی (فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی و آموزش) و عامل مدیریتی (برنامه‌ریزی و ارزیابی و نظارت) بود. در ادامه تحقیق، برای انجام روش دیمتل از دوازده مؤلفه شامل آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست، مسائل اجتماعی، بازارها، محصولات ورزشی، فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی، آموزش، برنامه‌ریزی و ارزیابی و نظارت استفاده شد. روش دیمتل برای شناسایی روابط بین ابعاد به کار رفت. مطابق با روابط مشخص شد که نقش آموزش، قوانین و مقررات، برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در راستای توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور، مهم و مشخص است.

واژه‌های کلیدی

توسعه، دانشگاه، کارآفرینی، فنی و حرفه‌ای، ورزش.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.
۲. دانشیار گروه تربیت‌بدنی دانشکده پزشکی و مرکز تحقیقات علوم اعصاب دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران
۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

محمد پوررنجبر

رایانامه: mpranjbar@kmu.ac.ir

استناد به این مقاله:

حسن‌زاده، علی؛ پوررنجبر، محمد؛ و منوچهری‌نژاد، محسن. (۱۴۰۳). تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱(۳)، ۱۰۱-۱۱۲. DOI: 10.30473/jsm.2023.65012.1652

مقدمه

کارآفرینی به‌عنوان یکی از ارکان مهم و کلیدی توسعه هر جامعه، نقش مهم و اساسی در توسعه آن کشور دارد (لیونیدو^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). کارآفرینی فرایندی پیوسته از الهام‌گرفتن، ماجراجویی و آمادگی است که نقش حیاتی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند و تغییرات درخور توجهی را در اقتصاد بازار به ارمغان می‌آورد. تعیین معنای کارآفرینی دشوار است؛ زیرا حوزه‌های علمی دیدگاه‌های متفاوتی را ارائه می‌دهند و محققان نظریه‌هایی را با تمرکز بر جنبه‌های مختلف مفهوم به‌ظاهر یکسان ارائه می‌کنند (بوگاچوف^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات روان‌شناختی کارآفرینی بر ویژگی‌های کارآفرین یا ویژگی‌هایی تمرکز می‌کنند که زیربنای انجام رفتار کارآفرینانه هستند؛ درحالی‌که مطالعات اقتصاد، کارآفرینی را فعالیتی می‌دانند که زیربنای پویایی بازار است؛ فعالیتی که بازارها را به سمت حالت تعادل سوق می‌دهد (آگوو و اونویگبوزی^۳، ۲۰۱۸)؛

از این رو کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرایند استفاده از فرصت‌های موجود در ورزش دانست (جعفرزاده و همکاران، ۲۰۱۸). از آنجاکه مطالعات از اهمیت کارآفرینی برای رشد اقتصادی و ایجاد شغل حمایت می‌کنند، کارآفرینی یکی از راهبردهای محبوب برای توسعه اقتصادی است (یالونر^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). در کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته کارآفرینی به‌عنوان یک شاخص مهم مدنظر است (توحیدیان و رضایی‌مقدم، ۲۰۱۹).

از آنجاکه کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است، رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود و از آنجایی‌که رسانه‌ها به سرعت به مخاطبان دست پیدا می‌کنند، اطلاعات را گسترش می‌دهند و نگرش‌های ضعیف‌تر را تغییر می‌دهند (زردشتیان و همکاران، ۲۰۱۶). کارآفرینی به علت کارکردهای خود در رفع بحران‌های اقتصادی و کمک به ایجاد اقتصاد قوی و توسعه فرصت‌های شغلی، به‌عنوان یک حرفه جذاب مشخص می‌شود؛ این، زمینه‌ای روبه‌رشد در میان دانشگاہیان و محققان رشته‌های مختلف است که به منبعی برای کشف و اکتشاف فرصت‌ها تبدیل می‌شود (هاوی^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). این موضوع در حوزه ورزش نیز مهم بوده و کارآفرینی در ورزش از جایگاه ارزشمندی برخوردار است (هامرسچمیدت^۶ و همکاران، ۲۰۲۲). مهارت‌های کارآفرینی مهارت‌های مرتبط با شناسایی فرصت‌های تجاری و دریافت درآمد پایدار از این فرصت‌ها

است (پوتری و موستاکاس^۷، ۲۰۲۲). ورزش ظرفیت‌های زیادی برای بهبود کارآفرینی جوانان به‌خصوص افراد بیکار جامعه دارد. کارآفرینی در ورزش نیز مهم است و بر حیطه‌های مختلف از جمله استراتژی کسب‌وکار، مدیریت بحران، توسعه ورزش جدید، مدیریت عملکرد، نوآوری محصول، استراتژی‌های تبلیغاتی، مسائل اجتماعی، نگرانی‌های پایداری و تحولات تکنولوژیکی تأثیرگذار است (گریوال^۸ و همکاران، ۲۰۱۸). کارآفرینی برای ورزش و تربیت‌بدنی مهم است؛ زیرا فعالیت‌های نوآرانه‌ای را تشویق می‌کند که می‌تواند تغییرات اجتماعی را تسهیل کند. کارآفرینی بخشی جدایی‌ناپذیر از ورزش است، اما کمتر در مورد اینکه چگونه انواع کارآفرینی نوآوری را تسهیل می‌کنند، بررسی شده است (راتن و جونز^۹، ۲۰۲۰)؛ به همین دلیل، تجزیه و تحلیل محیط ورزشی از طریق فرایندهای کارآفرینی برای بهبود رفاه و عملکرد شرکت‌های ورزشی و همچنین افزایش تولید اقتصادی آن‌ها مفید است (جونز^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۰).

یک رویکرد کارآفرینی در ورزش می‌تواند به‌عنوان کاتالیزور برای کاهش وضعیت فعلی رو به افول اقتصادی و شناسایی فرصت‌های جدید که اهمیت درخور توجهی در فرایند ارزش‌آفرینی دارند، استفاده شود (اسچویونک^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۱). داشتن دانش و مهارت‌های کارآفرینی لازم برای رویارویی با چالش‌ها، به‌ویژه در صنعت ورزش، برای افرادی که سازمان‌های ورزشی را مدیریت می‌کنند، الزامی است (راتن، ۲۰۱۹). در تحقیقات مختلف به توسعه کارآفرینی توجه شده است. از نظر تاریخی، اولین مشارکت‌های نظری در کارآفرینی ورزشی به هاردی برمی‌گردد که مدلی سه‌جانبه را برای تحلیل کارآفرینی در ورزش پیشنهاد کرد؛ زیرا ورزش یک صنعت با ویژگی‌های خاص است. به‌طور مشخص، به گفته وی، مؤلفه‌های اساسی کارآفرینی ورزشی عبارت‌اند از: محصول ورزشی، نقشی که کارآفرینان و مدیران در مرحله توسعه محصول ایفا می‌کنند و انواع سازمان‌های ایجادشده (راتن و تاج‌الدینی، ۲۰۱۹). با وجود اهمیت بی‌چون‌وچرای کارآفرینی در عرصه ورزش، تنها تعداد کمی از کارآفرینان هستند که با وجود داشتن دانش و مهارت‌های ورزشی، به دنبال فرصت‌های شغلی در این زمینه هستند (هایدوک و والکر^{۱۲}، ۲۰۱۸). راتن (۲۰۲۱) مشخص کرد که در مسیر توسعه کارآفرینی باید به جنبه‌های نوآوری و تقویت این مهارت‌ها توجه جدی داشت. رادالی^{۱۳} و همکاران (۲۰۱۸) دریافته‌اند که در رسیدن به سطح عالی از عملکرد کارآفرینی باید به شرایط انسانی توجه نمود. یالونر و همکاران (۲۰۱۹) ذکر کردند که

8. Gerrevall

9. Ratten & Jones

10. Jones

11. Schyvinck

12. Hammerschmidt

13. Radaelli

1. Leonidou

2. Bogachov

3. Agwu & Onwuegbuzie

4. Yaluner

5. Hawi

6. Hammerschmidt

7. Putri & Moustakas

استفاده شد. روش گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر به صورت میدانی بود. جامعه آماری پژوهش، افراد آگاه به موضوع پژوهش حاضر شامل اساتید دانشگاهی و برخی مدیران ورزشی بودند. به منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در نهایت ۳۰ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند؛ به عبارتی با توجه به ماهیت روش کمی پژوهش (رویکرد دیمتال) که به خبرگان و افراد آگاه به موضوع پژوهش نیاز دارد، جامعه آماری پژوهش در بخش‌های کیفی و کمی یکسان بود.

ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. با استفاده از مصاحبه، مطابق با روش دلفی فازی به جمع‌آوری و نهایی‌سازی گویه‌های تحقیق پرداخته شد؛ بر این اساس، ابتدا تیم تحقیق ضمن مشخص کردن گویه‌های اولیه که خروجی مطالعات مبانی نظری بود، به ارسال این گویه‌های اولیه به نمونه‌ها پرداخت. پس از جمع‌آوری نظرهای تیم دلفی، افراد این تیم برخی گویه‌ها را حذف و گویه‌های جدیدی را معرفی کردند. با استفاده از روش فازی و محاسبه میزان پذیرش نمونه‌ها در خصوص هر یک از گویه‌ها، دور اول دلفی انجام شد. این فرایند تا جایی ادامه یافت که گویه جدیدی از سوی تیم دلفی معرفی نشد و تیم بر تمام گویه‌های شناسایی شده اتفاق نظر داشت؛ به صورتی که در تحقیق حاضر این فرایند در چهار دور انجام شد و در پایان دور چهارم، تیم بر گویه‌های تحقیق اتفاق نظر داشت. در نهایت این گویه‌ها به مثابه داده‌های بخش کیفی، به عنوان پرسش‌نامه محقق ساخته در بخش کمی استفاده شد. این پرسش‌نامه به دو بخش کلی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سؤال‌های آن که با توجه روش دیمتال طراحی شده بود، تقسیم شد. روایی پرسش‌نامه با توجه به بررسی نظرهای خبرگان تأیید شد. میزان پایایی کلی پرسش‌نامه نیز پس از محاسبه آلفای کرونباخ، ۰/۸۳ به دست آمد. در قسمت تجزیه و تحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتال استفاده شد. از آنجاکه روش دیمتال روابط میان عوامل را بررسی کرده و مشخص می‌کند که تأثیر بر یک عامل سبب تأثیرگذاری بر سایر عوامل می‌شود، از روش مذکور برای مطالعه و تحلیل روابط میان عوامل مؤثر بر توسعه تک‌ریم ارباب‌رجوع در وزارت ورزش و جوانان استفاده شد. همه فرایندها تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در نرم‌افزار اکسل انجام شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری تحقیق حاضر در جدول ۱ آمده است.

عوامل اجتماعی می‌توانند بر مسیر توسعه کارآفرینی تأثیر بگذارند. راتن (۲۰۱۹) نیز بیان کرد که همچنان در محیط‌های مختلف از بهبود کارآفرینی غفلت شده و برنامه‌ریزی‌های مدونی در این خصوص انجام نشده است.

با توجه به تحقیقات این حوزه مشخص شد که فرایندی بودن کارآفرینی به صورت جدی در این پژوهش‌ها مدنظر قرار نگرفته است؛ به صورتی که امروزه برای انجام کارآفرینی نیاز است فرایندی از خلق یک ایده تا اجرای آن ایده صورت گیرد که بسترهای ایجاد این فرایند به واسطه ظرفیت‌های ورزش به صورت جدی دنبال نشده است. از طرفی در این مسیر به طور حتم عواملی می‌توانند حضور داشته باشند و بر فرایند کارآفرینی تأثیر بگذارند. بی‌توجهی به روابط میان این عوامل باعث شده است تا امروزه ابهام‌های اساسی درباره اهمیت و ضرورت هر یک از عوامل مشخص نشود و اولویت‌های این عوامل دارای ابهام باشد. به طور حتم، ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش به یکدیگر وابسته است و بی‌توجهی به این وابستگی‌ها مسیر برنامه‌ریزی در این خصوص را خدشه‌دار می‌کند و باعث هدررفت انرژی و زمان می‌شود. از طرفی دانشگاه فنی و حرفه‌ای در حوزه‌های مختلف موفق بوده است، اما به نظر می‌رسد این دانشگاه در مسیر توسعه کارآفرینی ورزشی و پیشبرد آن مشکلات عمیقی داشته باشد. نبود عملکرد مطلوب و نامشخص بودن خروجی و دستاورد این دانشگاه در حوزه کارآفرینی در ورزش، نشان می‌دهد که رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزش مانند دیگر رشته‌های این دانشگاه، از لحاظ نوآوری و کارآفرینی وضعیت مطلوبی ندارد. این مسئله در کنار نبود تحقیقات جامع در خصوص روند توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور و همچنین نبود راهکارهای عملیاتی سبب شده است تا نیاز به انجام تحقیقات جامع در این باره ضروری باشد؛ بر این اساس، تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل تعاملی ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور، در پاسخ به این سؤال سعی دارد که مدل تعاملی ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور به چه صورت است؟

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از جمله پژوهش‌های آمیخته است که به صورت روش‌های کیفی و کمی انجام شد و با توجه به کاربرد آن در محیط‌های ورزشی و دانشگاهی از جمله تحقیقات کاربردی است. در بخش کیفی از روش دلفی فازی و در بخش کمی از روش دیمتال

جدول ۱. یافته‌های توصیفی تحقیق

Table 1. Descriptive Findings of the Research

درصد	فراوانی	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	
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	کارشناسی‌ارشد	تحصیلات
۸۰	۲۴	دکتری	
۴۰	۱۲	۱۰ تا ۲۰ سال	سابقه کاری
۶۰	۱۸	بیشتر از ۲۰ سال	
۱۰۰	۳۰	کل	

و در راند چهارم به دلیل اینکه مقدار تمامی شاخص‌ها بیشتر از ۰/۷ بود، تحلیل دلفی فازی متوقف شد. نتایج حاصل از راندهای دلفی در جدول ۲ ارائه شده است.

براساس ادبیات پژوهش و نظرهای تخصصی خبرگان، در مجموع ۶۲ عامل شناسایی شد. برای غربال شاخص‌ها رویکرد دلفی فازی به کار رفت. طی مراحل که در چهار راند صورت گرفت، ۵۵ شاخص در راند اول، ۵۱ شاخص در راند دوم و ۴۶ شاخص در راند سوم پذیرفته شد.

جدول ۲. مراحل دلفی فازی

Table 2. Steps of Fuzzy Delphi

شاخص	راند اول	راند دوم	راند سوم	راند چهارم	نتیجه
آداب و رسوم اقوام و ملل	۷/۹۷	۷/۹۷	۷/۹۷	۷/۹۷	پذیرش
مسائل فرهنگی و تاریخیچه ورزش‌ها	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	پذیرش
بازی‌های بومی و محلی	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	پذیرش
قوانین ملی و بین‌المللی	۷/۳۲	۷/۳۲	۷/۳۲	۷/۳۲	پذیرش
مالیات	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	پذیرش
کیفیت درک‌شده	۷/۰۳	۶/۸۵	---	---	حذف در راند دوم
صادرات و واردات	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	پذیرش
شناخت و تحلیل روندها	۷/۶۷	۷/۶۷	۷/۶۷	۷/۶۷	پذیرش
ادراک سیاسی در ورزش	۷/۰۰	۷/۰۰	۷/۰۰	۷/۰۰	پذیرش
مسئولیت‌پذیری	۶/۶۹	---	---	---	حذف در راند اول
برنامه آموزشی مداوم	۷/۸۵	۶/۸۰	---	---	حذف در راند دوم
تحولات سیاسی در ورزش	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	پذیرش
تبلیغات	۶/۸۱	---	---	---	حذف در راند اول
شناخت و تحلیل پدیده‌ها و مسائل اجتماعی	۷/۳۰	۷/۳۰	۷/۳۰	۷/۳۰	پذیرش
مهاجرت در ورزش	۷/۰۸	۷/۰۸	۷/۰۸	۷/۰۸	پذیرش
آثار اعتیاد و جنگ	۷/۹۲	۷/۹۲	۷/۹۲	۷/۹۲	پذیرش
شناخت بازارهای بالقوه و بالفعل	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	پذیرش
آگاهی از نام و نشان تجاری	۶/۸۹	---	---	---	حذف در راند اول
شناخت فرصت‌های تجاری در حوزه ورزش ملی و بین‌المللی	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	پذیرش
قابل‌رؤیت	۷/۸۰	۷/۸۰	۶/۶۳	---	حذف در راند سوم
قابل‌درک	۷/۶۷	۷/۶۷	۶/۵۰	---	حذف در راند سوم
شناخت و اجرای امور بازاریابی در ورزش	۷/۵۰	۷/۵۰	۷/۵۰	۷/۵۰	پذیرش
تسلط در امور حسابداری، حسابرسی و امور مالی	۷/۴۹	۷/۴۹	۷/۴۹	۷/۴۹	پذیرش
مدیریت ریسک	۶/۸۷	---	---	---	حذف در راند اول
توانایی و تسلط در فرایندها و فنون تولید محصولات ورزشی	۷/۸۸	۷/۸۸	۷/۸۸	۷/۸۸	پذیرش
شناخت منحنی‌های عرضه و تقاضا	۷/۵۳	۷/۵۳	۷/۵۳	۷/۵۳	پذیرش

پذیرش	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	شناخت تورم و رکود
پذیرش	۷/۷۲	۷/۷۲	۷/۷۲	۷/۷۲	رقابت و قیمت‌گذاری
پذیرش	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	توانایی و تسلط در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی
پذیرش	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	توانایی و تسلط بر زبان‌های بین‌المللی
پذیرش	۷/۴۸	۷/۴۸	۷/۴۸	۷/۴۸	توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با سازمان‌های ملی و بین‌المللی
پذیرش	۷/۵۲	۷/۵۲	۷/۵۲	۷/۵۲	توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با حداقل یک رشته ورزشی
پذیرش	۷/۳۹	۷/۳۹	۷/۳۹	۷/۳۹	توانایی، تجربه و تخصص تئوری و عملی مدیریت ورزشی
پذیرش	۷/۰۹	۷/۰۹	۷/۰۹	۷/۰۹	حفاظت از فعالیت‌های آموزشی
پذیرش	۷/۶۲	۷/۶۲	۷/۶۲	۷/۶۲	توسعه رویدادهای ورزشی
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۵۶	آگاهی از کالاها و خدمات
حذف در راند سوم	--	۶/۷۴	۷/۳۱	۷/۳۱	عوامل اخلاقی و ارزشی
حذف در راند دوم	--	--	۶/۸۷	۷/۵۱	قابلیت‌های موجود
پذیرش	۷/۹۹	۷/۹۹	۷/۹۹	۷/۹۹	مسئولیت
پذیرش	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	تعهد حرفه‌ای
حذف در راند سوم	--	۶/۸۹	۷/۰۵	۷/۰۵	یادگیری مستقل
پذیرش	۷/۸۹	۷/۸۹	۷/۸۹	۷/۸۹	مدیریت استعداد
پذیرش	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	قدرت و توانمندی ذهنی
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۷۹	مهارت‌های حرفه‌ای فروشنده
پذیرش	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با برگزاری رویدادهای ورزشی
پذیرش	۷/۸۱	۷/۸۱	۷/۸۱	۷/۸۱	توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با فعالیت‌های داوطلبی
حذف در راند اول	--	--	--	۶/۸۵	رهبر بودن در بازار
پذیرش	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	میزان مهارت در آموزش‌های ثانویه
پذیرش	۸/۱۷	۸/۱۷	۸/۱۷	۸/۱۷	توانایی، تجربه و تخصص در ارتباط با سازمان‌های ورزشی
پذیرش	۷/۰۳	۷/۰۳	۷/۰۳	۷/۰۳	ثبات
پذیرش	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	میزان مهارت و تخصص‌های فردی
پذیرش	۷/۹۱	۷/۹۱	۷/۹۱	۷/۹۱	فعالیت‌های تحقیقاتی و پژوهشی
حذف در راند دوم	--	--	۶/۶۰	۷/۷۸	استقرار سازمان یادگیرنده
حذف در راند سوم	--	۶/۵۱	۷/۶۷	۷/۶۷	تغییرات سریع در اجرا
پذیرش	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	میزان مهارت در هدف‌گذاری برنامه‌ریزی کسب‌وکار ورزشی
پذیرش	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	میزان مهارت در کارکردها با افراد در زمینه کسب‌وکار ورزشی
پذیرش	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	میزان خلاقیت و نوآوری
پذیرش	۷/۷۸	۷/۷۸	۷/۷۸	۷/۷۸	توانایی و تجربه و تخصیص منابع کسب‌وکار ورزشی
پذیرش	۸/۰۴	۸/۰۴	۸/۰۴	۸/۰۴	میزان سازگاری و ارتباط با فرهنگ‌های گوناگون
پذیرش	۷/۳۳	۷/۳۳	۷/۳۳	۷/۳۳	توانایی و تجربه در ارتباط با حل‌وفصل تعارض‌ها در کسب‌وکارهای ورزشی
پذیرش	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	توانایی و تجربه در ارتباط با نظارت و کنترل امور در کسب‌وکارهای ورزشی
پذیرش	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	نظارت و ارزیابی در برگزاری جلسات، مذاکره و چانه‌زنی

ارزیابی و نظارت استفاده شد. روش دیمتال برای شناسایی روابط بین عوامل شناسایی‌شده به کار رفت. در مرحله اول باید روابط میان عوامل شناسایی‌شده مشخص شود. بنابراین از ماتریس ارتباطات کل استفاده شد. جدول ۳ ماتریس ارتباطات کل را نشان می‌دهد.

پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقی‌مانده در چهار بعد، دوازده مؤلفه و ۴۶ زیرمؤلفه دسته‌بندی شدند؛ به‌صورتی که چهار بعد شامل عامل محیطی (آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست و مسائل اجتماعی)، عامل تجاری (بازارها و محصولات ورزشی)، عامل تخصصی (فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی و آموزش) و عامل مدیریتی (برنامه‌ریزی و ارزیابی و نظارت) بود. در ادامه تحقیق برای انجام روش دیمتال از دوازده مؤلفه شامل آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست، مسائل اجتماعی، بازارها، محصولات ورزشی، فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی، آموزش، برنامه‌ریزی و

جدول ۳. ماتریس ارتباطات کل
Table 3. Total Communication Matrix

مسائل اجتماعی	تجربه	آموزش	مسائل سیاست	رویدادهای ورزشی	محصولات ورزشی	آداب و رسوم	فناوری	ارزیابی و نظارت	بازارها	برنامه ریزی	قوانین و مقررات
مسائل اجتماعی	۰/۹۸۸	۱/۰۴۲	۱/۰۶۸	۱/۱۱۸	۱/۱۰۷	۱/۰۹۶	۱/۱۰۷	۱/۰۸۱	۱/۰۹۵	۱/۱۱۱	۱/۱۰۹
تجربه	۱/۰۴۲	۱/۰۸۴	۱/۱۱۲	۱/۱۶۰	۱/۱۶۴	۱/۱۴۱	۱/۱۵۲	۱/۱۳۹	۱/۱۵۲	۱/۱۸۲	۱/۱۸۰
آموزش	۱/۱۷۹	۲/۳۶	۱/۲۶۹	۱/۳۱۶	۱/۲۹۸	۱/۲۶۸	۱/۲۹۵	۱/۲۷۱	۱/۲۸۸	۱/۳۱۶	۱/۳۳۳
مسائل سیاست	۱/۱۲۳	۱/۱۵۷	۱/۱۸۰	۱/۲۳۸	۱/۲۳۰	۱/۲۱۷	۱/۲۳۱	۱/۲۲۶	۱/۲۳۷	۱/۲۶۰	۱/۲۶۷
رویدادهای ورزشی	۱/۰۳۴	۱/۰۷۰	۱/۰۷۷	۱/۱۴۶	۱/۱۳۷	۱/۱۱۱	۱/۱۳۰	۱/۱۰۳	۱/۱۱۵	۱/۱۳۹	۱/۱۴۳
محصولات ورزشی	۱/۱۱۴	۱/۱۷۳	۱/۱۸۱	۱/۲۵۳	۱/۲۴۸	۱/۲۲۶	۱/۲۳۴	۱/۲۱۲	۱/۲۲۶	۱/۲۳۲	۱/۲۴۲
آداب و رسوم	۱/۱۰۳	۱/۱۷۰	۱/۱۸۳	۱/۲۵۰	۱/۲۴۴	۱/۲۲۷	۱/۲۴۴	۱/۲۱۵	۱/۲۳۶	۱/۲۴۳	۱/۲۶۶
فناوری	۱/۰۴۱	۱/۰۸	۱/۱۱۸	۱/۱۶۸	۱/۱۴۷	۱/۱۵۱	۱/۱۶۳	۱/۱۴۵	۱/۱۵۱	۱/۱۷۰	۱/۱۸۲
ارزیابی و نظارت	۱/۱۴۴	۲/۰۳	۱/۲۱۸	۱/۲۹۲	۱/۲۷۷	۱/۲۶۴	۱/۲۷۶	۱/۲۶۱	۱/۲۷۵	۱/۲۸۲	۱/۲۹۳
بازارها	۱/۰۶۸	۱/۰۷	۱/۱۳۳	۱/۱۹۷	۱/۱۸۱	۱/۱۷۳	۱/۱۸۲	۱/۱۵۷	۱/۱۶۸	۱/۱۹۷	۱/۲۱۳
برنامه ریزی	۱/۱۷۷	۲/۱۸	۱/۲۳۹	۱/۳۱۵	۱/۲۱۹	۱/۲۶۶	۱/۲۷۴	۱/۲۵۹	۱/۲۷۱	۱/۲۹۹	۱/۳۱۵
قوانین و مقررات	۱/۱۴۷	۲/۱۴	۱/۲۵۸	۱/۳۱۴	۱/۲۸۸	۱/۲۷۸	۱/۲۸۷	۱/۲۶۵	۱/۲۹۳	۱/۳۰۵	۱/۳۱۶

نمی‌شود. در ادامه تحلیل دیمتل باید مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T مشخص شود. مجموع سطرها (D) و ستون‌ها (R) با توجه به فرمول‌های زیر به دست می‌آورد می‌شود.

$$D = \sum_{j=1}^n T_{ij}$$

$$R = \sum_{i=1}^n T_{ij}$$

سپس با توجه به D و R ، مقادیر $D+R$ و $D-R$ به دست می‌آورد می‌شود که به ترتیب نشان‌دهنده میزان تعامل و قدرت تأثیرگذاری عوامل هستند. در جدول ۴، خروجی نهایی روش دیمتل آمده است.

برای محاسبه ماتریس روابط داخلی باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف‌نظر کرد و شبکه روابط قابل‌اعتنا یا همان نقشه شبکه روابط را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آن‌ها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگ‌تر باشد، در نقشه شبکه روابط نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از آستانه باشد، صفر می‌شود؛ یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته

جدول ۴. نتایج روش دیمتل

Table 4. Dimtel Method Results

عوامل	میزان اثرگذاری	میزان اثرپذیری	وضعیت کلی	اثر شبکه	نوع عامل
آموزش	۱۵/۲۸۵	۱۳/۳۷۸	۲۸/۶۶۳	۱/۹۰۷	علی
قوانین و مقررات	۱۵/۱۴۹	۱۴/۸۶۳	۳۰/۰۱۲	-۰/۲۸۵	علی
برنامه‌ریزی	۱۵/۱۰۳	۱۴/۷۴۱	۲۹/۸۴۴	-۰/۳۶۲	علی
ارزیابی و نظارت	۱۴/۹۵۷	۱۴/۳۳۸	۲۹/۲۹۵	-۰/۶۱۸	علی
آداب و رسوم	۱۴/۵۱۹	۱۴/۴۲۱	۲۸/۹۴۱	-۰/۰۹۷	علی
مسائل سیاست	۱۴/۵۰۵	۱۴/۰۱۴	۲۸/۵۴۶	-۰/۴۶۳	علی

معلولی	-۰/۱۴۰	۲۹/۰۹۵	۱۴/۶۱۷	۱۴/۴۷۷	محصولات ورزشی
معلولی	-۰/۶۵۰	۲۸/۳۷۵	۱۴/۵۱۳	۱۳/۸۶۲	بازارها
معلولی	-۰/۹۶۵	۲۸/۱۹۴	۱۴/۵۷۹	۱۳/۶۱۴	فناوری
معلولی	-۰/۲۲۰	۳۷/۳۵۵	۱۳/۷۸۷	۱۳/۵۶۷	تجربه
معلولی	-۱/۵۴۵	۲۸/۰۰۳	۱۴/۷۷۴	۱۳/۲۲۹	رویدادهای ورزشی
معلولی	-۰/۲۱۴	۲۶/۱۰۰	۱۳/۱۵۷	۱۲/۴۳	مسائل اجتماعی

(۲۰۱۸) و گورسی و همکاران (۲۰۱۰) همسوست. به نظر می‌رسد، با توجه به اینکه در راستای توسعه کارآفرینی نیازمند برخورداری از توانایی‌ها، مهارت‌ها و دانشی جهت خلق ایده تا رسیدن به مرحله ایجاد محصول یا خدمات هستیم، نیاز است تا ابعاد مختلفی در این فرایند وجود داشته باشد؛ از این رو فرایندی بودن کارآفرینی باعث شده است تا در تحقیقات مختلفی از جمله مطالعات هایدوک و والکر (۲۰۱۸) و گورسی و همکاران (۲۰۱۰) نیز مشخص گردد که به ابعاد متنوعی برای توسعه و بهبود نیاز است. بدون شک، توجه به فرایندهای مربوط به کارآفرینی از طریق ورزش می‌تواند نیاز به برخورداری از ابعاد مختلف در جهت توسعه کارآفرینی را کاملاً تبیین کرده و کارکردهای هریک از ابعاد محیطی، تجاری، تخصصی و مدیریتی را معین کند.

با توجه به نتایج مشخص شد که آموزش، قوانین و مقررات، برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست به‌عنوان عوامل علی و عوامل محصولات ورزشی، بازارها، فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی و مسائل اجتماعی به‌عنوان عوامل معلولی مشخص شدند. مطابق با این روابط تعیین شد که نقش آموزش، قوانین و مقررات، برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در جهت توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور، مهم و مشخص است. در تحقیقات مختلف به این مسئله اشاره شده است. نتایج تحقیق حاضر در این باره با نتایج تحقیق یالونر و همکاران (۲۰۱۹) ناهم‌سوست. به نظر می‌رسد، تفاوت در محیط‌های مطالعه‌شده در ایران و محیط بررسی‌شده در تحقیق یالونر و همکاران (۲۰۱۹) علت این ناهم‌سویی است. همچنین با توجه به ضعف‌های ساختاری در کشور ایران درخصوص توسعه کارآفرینی از طریق ورزش، سبب شده است تا ناهم‌سویی میان تحقیق حاضر و تحقیق یالونر و همکاران (۲۰۱۹) شکل گیرد. از طرفی نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات راتن (۲۰۲۱)، لیونیدو و همکاران (۲۰۲۰)، آریفین و همکاران (۲۰۲۰) و امجد و همکاران (۲۰۲۰)، راتن (۲۰۱۹) و رادالی^۱ و همکاران (۲۰۱۸) همسوست. به نظر می‌رسد، کارکردهای مربوط به آموزش، قوانین و مقررات، برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست به‌عنوان جنبه‌های اولیه و زیرساختی می‌تواند شرایطی را برای بهبود و توسعه کارآفرینی از طریق ورزش

با توجه به نتایج جدول ۴ مشخص شد که آموزش، قوانین و مقررات، برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست به‌عنوان عوامل علی و عوامل محصولات ورزشی، بازارها، فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی و مسائل اجتماعی به‌عنوان عوامل معلولی مشخص شدند. مطابق با این روابط تعیین شد که نقش آموزش، قوانین و مقررات، برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در جهت توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور، مهم و مشخص است.

بحث و نتیجه‌گیری

اهمیت کارآفرینی در میان دانشجویان فنی و حرفه‌ای یکی از موضوعاتی مهمی است که سبب ایجاد دانشگاه فنی و حرفه‌ای شده است؛ به‌صورتی که این دانشگاه در این خصوص توفیق مناسبی داشته است، اما این مسئله در حوزه ورزش به‌صورت جدی دنبال نشده است؛ به‌طوری که امروزه توسعه کارآفرینی ورزشی به‌عنوان دغدغه کلیدی به‌صورت جدی مدنظر قرار گرفته است. نبود تحقیقات جامع درباره توسعه کارآفرینی در حوزه ورزش به‌خصوص در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای سبب شده است تا امروزه شواهد ارزشمندی در این خصوص در دسترس نباشد؛ بنابراین تحقیق حاضر با هدف تحلیلی بر روابط تعاملی ابعاد توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور طراحی و اجرا شد.

پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقی‌مانده در چهار بعد، دوازده مؤلفه و ۴۶ زیرمؤلفه دسته‌بندی شدند. چهار بعد شامل محیطی (آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست و مسائل اجتماعی)، عامل تجاری (بازارها و محصولات ورزشی)، عامل تخصصی (فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی و آموزش) و عامل مدیریتی (برنامه‌ریزی و ارزیابی و نظارت) بود. در ادامه تحقیق، برای انجام روش دیمتل از دوازده مؤلفه شامل آداب‌ورسوم، قوانین و مقررات، مسائل سیاست، مسائل اجتماعی، بازارها، محصولات ورزشی، فناوری، تجربه، رویدادهای ورزشی، آموزش، برنامه‌ریزی و ارزیابی و نظارت استفاده شد. نتایج تحقیق حاضر درباره وجود ابعاد مختلف در جهت توسعه کارآفرینی، با نتایج تحقیقات هایدوک و والکر

برنامه‌ریزی، ارزیابی و نظارت، آداب‌ورسوم و مسائل سیاست می‌تواند ضمن بسترسازی در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای، شرایطی را برای ارتقای جایگاه ورزش در مسیر توسعه کارآفرینی در این دانشگاه‌ها فراهم کند.

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 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؛ به عبارت دیگر، 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.

در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور فراهم کند؛ از این رو کارکردهای عوامل مذکور در جهت توسعه کارآفرینی از طریق ورزش و نقش تأثیرگذار آن در فضای ورزشی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران، باعث شده است تا عوامل مذکور به‌عنوان عوامل کلیدی در مسیر توسعه کارآفرینی از طریق ورزش در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای کشور مشخص شوند.

بدون شک، دانشگاه فنی و حرفه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی از ظرفیت‌های مهارتی مناسب‌تری در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها برخوردار است. علت این امر به‌واسطه ماهیت این دانشگاه و اهداف اولیه تأسیس است که مهارت‌محوری به‌عنوان هدف کلیدی مشخص شده است. با توجه به جذابیت‌های ورزش و نقش ورزش در ایجاد اجتماع‌های گروهی، این قابلیت‌ها وجود دارد که ورزش بتواند به‌واسطه ایجاد شبکه‌های گروهی و ارتقای تعامل میان فردی، بستری را در راستای توسعه کارآفرینی فراهم کند. همچنین این موضوع مهم می‌تواند به‌واسطه کارکردهای اجتماعی و شبکه‌سازی‌های انجام‌شده در محیط ورزش روی دهد. راتن (۲۰۱۹) ذکر کرده است که محیط پویای اجتماعی می‌تواند بستر مطلوبی برای توسعه کارآفرینی شکل دهد؛ از این رو محیط ورزش به‌واسطه ارتقای پویایی‌های اجتماعی، شرایطی را برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای فراهم می‌کند. بدون شک، در این مسیر موانعی بر سر راه دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای خواهد بود. توجه به عوامل آموزش، قوانین و مقررات،

References

- Agwu, M. E., & Onwuegbuzie, H. N. (2018). Effects of international marketing environments on entrepreneurship development. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 1-14. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/194835/1/1042419965.pdf>
- Amjad, T., Rani, S. H. B. A., & Sa'atar, S. B. (2020). Entrepreneurship development and pedagogical gaps in entrepreneurial marketing education. *The International Journal of Management Education*, 18(2), 100379. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100379>
- Ariffin, A. S., Baqutayan, S. M. S., & Mahdzir, A. M. (2020). Enhancing women entrepreneurship development framework: Policy & institution gap and challenges in the case of Malaysia. *Journal of Science, Technology and Innovation Policy*, 6(2), 22-33. <https://doi.org/10.11113/jostip.v6n2.58>
- Bogachov, S., Kwilinski, A., Miethlich, B., Bartosova, V., & Gurnak, A. (2020). Artificial intelligence components and fuzzy regulators in entrepreneurship development. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 487. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(29\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(29))
- Hammerschmidt, J., Kraus, S., & Jones, P. (2022). Sport entrepreneurship: Definition and conceptualization. *Journal of Small Business Strategy*, 32(2), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00711-3>
- Gerrevall, P., Bjärsholm, D., & Linnér, S. (2018). Social entrepreneurship, sport and democracy development. In T. Peterson, & K. Schenker (Eds.), *Sport and social entrepreneurship in Sweden* (pp. 75-97). London, UK: Palgrave Macmillan.
- Gorse, S., Chadwick, S., & Burton, N. (2010). Entrepreneurship through sports marketing: A case analysis of Red Bull in sport. *Journal of Sponsorship*, 3(4), 348-357.
- Hawi, A., Al-Kuwari, F., & Garonne, C. (2022). Entrepreneurship development in Qatar. In *Entrepreneurial rise in the Middle East and North Africa: The influence of quadruple helix on technological innovation* (29-51). Bingley, UK: Emerald Publishing Limited.
- Hayduk, T., & Walker, M. (2018). Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship. *International Entrepreneurship*

- and Management Journal*, 14(3), 705-724.
<https://doi.org/10.1007/s11365-017-0482-3>
10. Jafarzadeh Zarandi, M., Rezaghi, M. E., & Mirzaakbari, A. (2018). The place of IT in the development of entrepreneurial opportunities in sports. *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*, 6(4), 15-28. (In Persian)
https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_5824.html
 11. Jones, P., Ratten, V., & Hayduk, T. (2020). Sport, fitness, and lifestyle entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 783-793.
<https://doi.org/10.1007/s11365-020-00666-x>
 12. Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2020). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*, 119(6), 245-258.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.054>
 13. Putri, R., & Moustakas, L. (2022). Sport entrepreneurship in Indonesia. In V. Ratten (Ed.), *Entrepreneurial innovation: Strategy and completion aspects* (pp. 89-96). Singapor: Spring.
<https://fis.dshs-koeln.de/en/publications/sport-entrepreneurship-in-indonesia>
 14. Radaelli, G., Dell'Era, C., Frattini, F., & Messeni Petruzzelli, A. (2018). Entrepreneurship and human capital in professional sport: A longitudinal analysis of the Italian soccer league. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1), 70-93.
<https://doi.org/10.1177/1042258717732957>
 15. Ratten, V. (2021). Introduction: Innovation and entrepreneurship in sport management. In *Innovation and entrepreneurship in sport management*. England: Edward Elgar Publishing.
 16. Ratten, V. (2019). Sport entrepreneurship and public policy: Future trends and research developments. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 207-216.
<https://doi.org/10.1108/JEPP-D-18-00099>
 17. Ratten, V., & Jones, P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 961-980.
<https://doi.org.10.1007/s11365-020-00664-z>
 18. Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: Synthesis and lessons: Introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2), 1-7.
<https://shura.shu.ac.uk/29989/8/Tajeddini-EditorialEntrepreneurshipSport%28AM%29.pdf>
 19. Schyvinck, C., Babiak, K., Constandt, B., & Willem, A. (2021). What does entrepreneurship add to the understanding of corporate social responsibility management in sport? *Journal of Sport Management*, 35(5), 452-464.
<https://doi.org/10.1123/jsm.2020-0356>
 20. Tohidyan Far, S., & Rezaei-Moghaddam, K. (2019). Multifunctional agriculture: An approach for entrepreneurship development of agricultural sector. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-23.
<https://doi.org.10.1186/s40497-019-0148-4>
 21. Yaluner, E. V., Chesnova, O. A., Ivanov, S. A., Mikheeva, D. G., & Kalugina, Y. A. (2019). Entrepreneurship development: Technology, structure, innovations. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2), 6020-6025. <https://doi.org.10.35940/ijrte.B3732.078219>
 22. Zardaostian, Sh., Abbasi, H., & Khanumradi, S. (2016). The effect of media literacy on entrepreneurial abilities with the mediating role of information literacy in sports science students. *Scientific Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*, 5(2), 41-54. (In Persian)
https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_4768.html?lang=en



COPYRIGHTS

© 2024 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)