

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۸، شماره ۳۱، زمستان ۱۳۹۹

ص ص: ۱۳۷-۱۲۵

تحلیل نقش آموزش کارآفرینی در اشتغال فارغ التحصیلان رشته علوم ورزشی

مسعود نادریان جهرمی^{۱*} - فاطمه پژوهان^۲

۱. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران^۲. دانشجوی دکتری، گروه

مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۱۲، تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۰۶/۳۰)

چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی تحلیل نقش آموزش کارآفرینی برای اشتغال فارغ التحصیلان رشته علوم ورزشی بود. روش تحقیق توصیفی است و برای جمع آوری اطلاعات از روش دلفی و بهره گیری از نظرهای متخصصان استفاده شد. جامعه آماری ۳۴ نفر (اعضای هیأت علمی رشته علوم ورزشی در گرایش های مختلف ۱۴ نفر، مدیران عامل باشگاه های ورزشی ۴ نفر، تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی ۶ نفر، مربیان ورزشی در لیگ های برتر ۷ نفر و داور بین المللی ۳ نفر) از صاحب نظران در حوزه کارآفرینی ورزشی بودند. داده ها با استفاده از آزمون های مجذور کای و همبستگی کندال تحلیل شد. نتایج نشان داد که به ترتیب مؤلفه های فناوری، فرهنگی، سیاست های اجرایی و آموزشی و پژوهشی و عوامل فردی بر توسعه کارآفرینی مؤثر است. همچنین آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، ایجاد و توسعه شرکت های دانش بنیان در حوزه ورزش، برگزاری کارگاه های آموزشی کارآفرینی دیجیتال، کسب و کارهای الکترونیکی و استارت آپ های ورزشی، سیاست گذاری ها و قوانین حمایتی از کارآفرینان و برنامه ریزی های آموزشی و پژوهشی دانشگاه ها با ارزش های کارآفرینی، همکاری علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه یافته، تطبیق رشته های دانشگاهی با مشاغل مرتبط با ورزش، توسعه عوامل فردی در جهت مهارت های کارآفرینی می تواند راهکارهای ارزشمندی در ایجاد تفکر کارآفرینی، ایجاد مشاغل جدید و متنوع و اشتغال فارغ التحصیلان ورزشی باشد.

واژه های کلیدی

اشتغال، علوم ورزشی، فارغ التحصیلان، کارآفرینی، مشاغل خصوصی.

مقدمه

کارآفرینی مفهومی است که همواره همراه بشر بوده و به عنوان پدیده‌ای نوین نقش مؤثری در توسعه اجتماعی و پیشرفت اقتصادی کشورها داشته است؛ به طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار نقش کلیدی دارد. در شرایط تجاری جامعه کارآفرینی موتور رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی محسوب می‌شود و بسیاری از جوامع اعم از در حال توسعه و توسعه یافته افزایش کارآفرینی را در سیاست‌های کلان خود پیگیری می‌کنند (۲۹). کارآفرینی فرایندی است که شامل شناخت، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای معرفی خدمات و محصولات جدید، دسترسی به بازارهای جدید یا مواد اولیه با سازمان‌دهی تلاش‌های است که قبلاً وجود نداشته است (۳۱).

کارآفرینی را باید از ضروریات شرایط فعلی جامعه تلقی کرد، زیرا فرایند تجاری شدن در همه ابعاد و زمینه‌ها به سرعت انجام می‌گیرد و دربردارنده پیام‌های مهمی چون فراگیری فناوری‌های نوظهور و تغییر و تحولات شتابناک در عرصه مبادلات بشری و رقابت شدید و بی‌رحمانه در عالم کسب و کار است. در چنین فضایی کارآفرینی به مثابه عامل رشد و توسعه و نیز یکی از شاخص‌های تأثیرگذار در رصد کردن چشم‌انداز مطلوب هر جامعه‌ای یاد می‌شود که این خود بر تأثیرات عمیق و گسترده آن در به چالش کشیدن انسان‌های عصر پست مدرن دلالت دارد (۱۵). در هزاره جدید با پدیده جهانی شدن مواجهیم. جهانی شدن فرایند آگاهی انسان از خویش و محیط اجتماعی خود همگام با روند رشد و تکامل خویش است که همیشه وجود داشته و با رشد تجارت جهانی، افزایش تحرک و مبادلات سرمایه در سطح بین‌المللی، مهاجرت نیروهای کار و همچنین با توجه به دگردیسی‌های گسترده از جمله سرعت فزاینده تولید دانش و فناوری، شتاب زیادی گرفته است. در این خصوص نقش دانشگاه‌ها در تربیت نیروهایی با خصیصه‌های

ارزش‌آفرینی و تفکرات کارآفرینی بیش از پیش آشکار می‌شود. در دو دهه گذشته رشته علوم ورزشی از ابعاد مختلف به‌ویژه از نظر کمی پیشرفت چشمگیری داشته و آثار آن در جامعه کاملاً آشکار است (۱۱). همه دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی علوم ورزشی اغلب آموزش را در حوزه رسالت خویش بدون برنامه‌ای مؤثر و تمهیدات لازم به منظور تزریق اندیشه کارآفرینی و ارزش‌آفرینی دانشجویان در دستور کار خود قرار می‌دهند و شاید فقط رسالت خویش را منحصراً آموزش بدانند و کمتر برنامه‌هایی با درون‌مایه کارآفرینی داشته باشند و متعاقباً شاهد فراغت هزاران دانش‌آموخته‌ای می‌شویم که نشانه‌ای از نوآوری و اندیشه آفرینی در آنان نیست. این فارغ‌التحصیلان صرفاً به مشاغل دولتی فکر می‌کنند و در مراحل بعد همواره در جست‌وجوی کار و اشتغال در هر زمینه‌ای، ولو بی‌ارتباط با نوع تخصص و رشته تحصیلی ایشان باشد.

راه‌اندازی بیش از ۲۷ گرایش تحصیلی در رشته علوم ورزشی در چند سال گذشته اگرچه شایان توجه است، در آینده‌ای بسیار نزدیک شاهد موج وسیعی از بیکاران و کارجویان بامهارت یا کم‌مهارتی هستیم که محصول ماشین آموزشی دانشگاه‌ها هستند که صرفاً دارای یک خط تولید، آن هم خط تولید نظری است. امروزه شمار بیکاران فارغ‌التحصیل در رشته علوم ورزشی به سرعت در حال افزایش است، شرایط کنونی به گونه‌ای است که سالانه حدود ۴۵۰۰ فارغ‌التحصیل در مقطع کارشناسی، ۱۲۰۰ فارغ‌التحصیل در مقطع کارشناسی ارشد در ۸ گرایش و بیش از ۷۰ نفر دکتری تربیت بدنی و علوم ورزشی در گرایش‌های مختلف وارد بازار کار می‌شوند که بازار ایران توان کافی برای پاسخگویی به این حجم از متقاضیان کار ندارد، زیرا این فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هرگز مجوز کار در حوزه ورزش‌های قهرمانی (مانند مربیگری و داوری) و سایر مشاغل وابسته به ورزش (مانند ماساژدرمانی،

نقش دانشگاه در روند توسعه اجتماعی - اقتصادی کمرنگ می‌شود (۲۱).

امروزه دانشگاه‌ها باید باور داشته باشند که یک مجموعه اجتماعی در درون یک جامعه هستند. بی‌شک، هر سیستم زمانی که رابطه بهینه خود را با جامعه از دست بدهد و صرفاً به دادوستد اطلاعاتی با محیط بپردازد، یا این روند حالت ایستا به خود بگیرد، هویت مستقل و جامعیت خود را از دست خواهد داد. عدم تطابق و سازگاری به موقع دانشگاه با محیط پیرامون سبب اختلال و تنش در ایفای کارکردهای دانشگاه خواهد شد؛ از این رو یکی از الگوهای جدید رویکرد سیستمی به نظام آموزش عالی از جمله حوزه علوم ورزشی است که در این رویکرد دو مؤلفه مشتری‌مداری و نتیجه‌گرایی از نوع عملکردی نقش کلیدی و اساسی در کیفیت خروجی سیستم دارند. اینکه کارآفرینی ذاتی است و کارآفرینان کارآفرین به دنیا آمده‌اند، تصور کاملاً نادرستی است، زیرا کارآفرینی حوزه‌ای است که مدل‌ها، فرایندها و معادلات خاص خودش را دارد. بنابراین، با مطالعه درباره کارآفرینی می‌توان آن را یاد گرفت. دقیقاً به همین دلیل است که برخی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی امکان تحصیل در رشته کارآفرینی را فراهم آورده‌اند (۲۹).

کلارک^۲ (۲۰۰۴) معتقد است که دانشگاه‌های پویا در هزاره جدید، دانشگاه‌هایی هستند که کارآفرین باشند و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند. در شرایط تجاری امروز که خصوصی‌سازی محور بسیاری از برنامه‌ها از جمله ورزش قرار گرفته است، آموزش معطوف به کارآفرینی در دانشگاه‌ها و گروه‌های آموزشی علوم ورزشی باید مورد توجه جدی برنامه‌ریزان قرار گیرد. برنامه‌های علمی و دروس ارائه شده اغلب با هدف ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرینی طراحی می‌شوند که معمولاً این برنامه‌ها به دانشجویان در

آب‌درمانی) پیدا نمی‌کنند، چراکه مجوز ورود به عرصه‌های مربیگری و داوری در همه رشته‌های ورزشی و در سطوح مختلف صرفاً در انحصار فدراسیون‌های ورزشی مربوطه است و مدارک دانشگاهی در سایر مشاغل خصوصی حوزه ورزشی هیچ‌گونه کاربردی ندارند و فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی منتظر اعلان سازمان‌های دولتی برای استخدام هستند که این روند مناسبی برای آینده رشته علوم ورزشی نیست (۸). این در حالی است که اشتغال در حوزه ورزش به سرعت به سمت خصوصی شدن در حال تغییر مسیر است و نیروهای انسانی کیفی که توان خلاقیت و نوآوری و مهارت لازم همراه با به کارگیری فکر و اندیشه را دارد، اهمیت پیدا کرده است. در چنین فضایی که تفکر و اندیشه خلاقانه ارزش است، جوامعی می‌توانند توسعه یابند که از یک سو از منابع انسانی که منشأ فکر و اراده و حیاتی‌ترین عنصر ارزش‌آفرینی است حداکثر بهره‌وری را داشته باشند (۷) و از سوی دیگر، تحولات جهانی و مشاغل جهانی در حوزه ورزش را که اغلب خصوصی‌اند، مورد توجه جدی قرار دهند. یکی از مؤلفه‌های مهم در قضاوت درباره کارایی داخلی و خارجی دانشگاه‌ها و از جمله دانشکده‌ها و گروه‌های علوم ورزشی، کیفیت آموزش نیروی انسانی در هماهنگی با نیازها و تغییرات بازار کار است (۱۲). به عقیده بلاک و استامپ^۱ (۲۰۰۳) کارآفرینی می‌تواند در حوزه اجتماعی، اداری، تولیدی، اقتصادی و تجاری انجام گیرد (۱۸). از طرفی، به دنبال ورود به هزاره جدید و تجاری شدن ورزش در همه ابعاد و زمینه‌ها ظهور مسائل اقتصادی و فرهنگی جدید و در نتیجه تغییر الگوی زندگی و تغییر انتظارات قشرهای مختلف اجتماعی به سمت تنوع و کیفیت، نقش دانشگاه‌ها در پاسخگویی به نیازهای رو به افزایش مردم بیشتر از هر زمانی با اهمیت می‌نماید؛ بنابراین، نوعی توافق چندمنظوره بین دانشگاه و جامعه باید صورت گیرد، در غیر این صورت

تولید ایده‌های نو و برنامه‌ریزی به‌منظور علمی ساختن این ایده‌ها کمک می‌کنند در این برنامه‌ها از روش‌های مختلف آموزشی به‌منظور ارتقای مهارت‌های دانشجویان برای ورود به بازار کار و تأسیس شرکت‌های تجاری استفاده می‌شود (۱۲). این نکته را نیز همواره باید در نظر داشت، دانشگاهی که قصد دارد کارآفرین تربیت کند، باید خود سازمانی انعطاف‌پذیر، کارآمد، خلاق، نوآور و کارآفرین باشد تا بتواند در برابر تغییرات و تحولات انعطاف لازم را داشته باشد (۹). با نگاهی دقیق و موشکافانه به روند رشد و توسعه در ورزش جهانی درمی‌یابیم که با افزایش و گسترش فناوری‌های بسیار پیچیده و پیشرفته و تجاری شدن آن نقش و جایگاه کارآفرینان در حوزه ورزش به‌طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود (۱۳). امروزه دوره‌های آموزشی کارآفرینی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات نه تنها مبانی خود را در ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای باز کرده، بلکه در ورزش‌های تفریحی و توریسم ورزشی و ورزش‌های درمانی در بسیاری از جوامع نیز مورد توجه جدی قرار گرفته است (۱۶).

با توجه به رویکرد مشاغل ورزشی به سمت تجاری شدن در شرایط فعلی باید در بیشتر درس‌های دانشگاهی در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و حتی دکتری، آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک ضرورت در اولویت قرار گیرد و آگاهی دانشجویان بالا رود و توسعه مهارت‌های کارآفرینی در آنان افزایش یابد که دانشجویان آگاه به فرصت‌ها تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل و متنوع در حوزه ورزش که بسیار زیادند، از خود نشان دهند. به‌رغم نفوذ فناوری‌های اطلاعات در زندگی روزمره مردم که بعضاً گامی برای اشتغال‌زایی است، اما در حوزه ورزش مشاغل و خدمات متنوع و جذاب همچنان وجود دارند. این واقعیت است که در اثر ماشینی شدن فعالیت‌ها و کارهای روزانه تقاضای برخی صنایع و خدمات برای نیروی کار کاهش می‌یابد، ولی در حوزه ورزش علاوه بر مشاغل جدید، مشاغل

مبتنی بر جذب نیروهای انسانی کارآفرین همچنان در حال افزایش است. براساس آمارها در انگلستان حدود ۴۷۵ هزار فرصت شغلی در حوزه ورزش در یک سال ایجاد می‌شود که حجم شایان توجهی در حوزه کسب‌وکار است (۱۷). در آمریکا در بین ۴۰۰ صنعت بزرگ این کشور، صنعت ورزش در سال ۲۰۰۳ مقام بیست‌ودوم را کسب کرده است که گواه بر رونق کسب‌وکار و پویایی تجارت در حوزه خدمات و تولیدات ورزشی محسوب می‌شود (۲۱).

در شرایط کنونی، ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران فارغ‌التحصیل در حوزه ورزش باید در اولویت برنامه‌ریزی در جامعه قرار گیرد و به‌عنوان یک چالش جدی مطرح است؛ چراکه افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان کارآفرین برای موفقیت آینده کشور در فرایند خصوصی‌سازی مشاغل تولیدی و خدماتی در حوزه ورزش لازم است. بنابراین، دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزشی باید با شیوه‌های مناسب، دانشجویان را در محیط‌هایی قرار دهند که موجب رشد و پرورش ذهنیت کارآفرینانه در آنها شود و مهارت‌های کارآفرینانه آنان براساس نیازها و شرایط جامعه جنبه عملیاتی به خود بگیرد، زیرا کارایی برنامه‌های کارآفرینی، عامل اساسی در پرورش هرچه بیشتر کارآفرینان جوان برای آینده است (۲۵). کارآفرینی مستلزم تولید و استفاده از ایده‌های خلاقانه، به حداکثر رساندن بازده حاصل از مصرف منابع، توسعه مهارت‌های مدیریتی و موارد مشابه است و تقریباً همه الزامات کارآفرینی نقش بسیار مهم و تأثیرگذاری در توسعه اقتصادی کشور دارند. از این‌رو هدف از پژوهش حاضر مشخص ساختن این مطلب است که آموزش کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در کارآفرین شدن یا گرایش به سمت کارآفرین شدن تعداد بسیار زیاد بیکاران فارغ‌التحصیل در رشته علوم ورزشی مهم محسوب می‌شود. مسئله اساسی این پژوهش پاسخگویی به این پرسش است که ارائه تعریفی کاربردی و متناسب با نیازهای

جامعه از مقوله کار و اشتغال و گذر از کارجویی و کارایی به کارآفرینی در حوزه خدمات و تولیدات ورزشی ضروری است. همچنین اشاعه فرهنگ کارآفرینی از طریق آموزش هدفمند مبتنی بر مفاهیم نوین در شرایط تجاری امروز می تواند تحولات ساختاری در زمینه فرصت آفرینی و ایجاد تفکر کارآفرینی در رشته علوم ورزشی ایجاد کند؟ که این موضوع در این مقاله از دیدگاه متخصصان ورزشی و کارآفرینی ارزیابی شده است.

روش شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش توصیفی بود و اطلاعات مورد نیاز به صورت پیمایشی جمع آوری شد. اطلاعات از طریق روش دلفی توسط متخصصان و صاحب نظران در چند مرحله جمع آوری شد. پس از جمع آوری داده ها در مرحله اول، رتبه های به دست آمده درباره مسائل مشخص و در مرحله بعد پرسشنامه ای تنظیم شد که حاوی رتبه بندی حاصل از نظرخواهی در مرحله اول بود. از پاسخ دهندگان در مرحله دوم خواسته شد در صورتی که نظرشان با رتبه بندی به دست آمده مطابقت ندارد، در خصوص توجیه تفاوت نظر خود با نتایج مرحله اول یا تعدیل آن اقدام کنند. بدین ترتیب می توان به توافقی از نظر تشخیص مسائل یاد شده دست یافت. نتیجه فرایند دلفی چیزی جز به دست آوردن ایده متخصصان نیست. نتایج این فرایند ایده های افرادی را که در آن پانل (گروه صاحب نظر موافق و مخالف یک موضوع خاص مورد ارزیابی) شرکت داشته اند، نشان می دهد. دیدگاه اعضای پانل برحسب حداکثر آرا و به طور آماری خلاصه می شود. داده های به دست آمده از روش دلفی می تواند به چندین طریق نشان داده شوند. ایده گروه باید به جای استفاده از میانه براساس میانگین باشد، زیرا یک پاسخ بی ربط می تواند میانه را به طور غیرواقعی تغییر دهد.

به علاوه، لازم است که تحلیل گر، گستره ایده ها را با استفاده از چارک ها نشان دهد. در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل از ضریب همابستگی کندال^۱ استفاده شد. ضریب همابستگی کندال مقیاسی برای تعیین درجه همابستگی و موافقت میان چندین دسته رتبه مربوط به N شیء یا فرد است. در حقیقت، با کاربرد این مقیاس می توان همبستگی رتبه ای میان K مجموعه رتبه را یافت. چنین مقیاسی به ویژه در مطالعات مربوط به پایایی میان داوران مفید است. ضریب همابستگی کندال نشان می دهد افرادی که چند مقوله را براساس اهمیت آنها مرتب کرده اند، اساساً معیارهای مشابهی را برای قضاوت درباره اهمیت هریک از مقوله ها به کار برده اند و از این نظر با یکدیگر اتفاق نظر دارند. ضریب همابستگی کندال شاخصی است که میزان انحراف همابستگی مشاهده شده در یافته های پژوهش را از نظر همابستگی کامل نشان می دهد. این ضریب بین ۰ (عدم توافق) و ۱ (توافق کامل) متغیر است. ضریب همابستگی کندال (W) با استفاده از فرمول زیر محاسبه می شود:

$$W = \frac{s}{\frac{1}{12} k^2 (N^3 - N)}$$

که در آن

$$s = \sum \left[R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right]^2$$

S = حاصل جمع مربعات انحراف های Rj ها از میانگین Rj ها

RJ = مجموع رتبه های مربوط به یک عامل

K = تعداد مجموعه های رتبه ها (تعداد داوران)

N = تعداد عوامل رتبه بندی شده

$$\frac{1}{12} K^2 (N^3 - N)$$

حداکثر حاصل جمع مربعات انحرافها از میانگین R_j هاست؛ یعنی حاصل جمع S است که در صورت وجود موافقت کامل بین رتبه‌بندی مشاهده می‌شود.

در جدول ۱، تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندانال آمده است.

جدول ۱. تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندانال

مقدار W	تفسیر	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰/۱	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰/۳	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰/۵	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰/۷	اتفاق نظر قوی	زیاد
۰/۹	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

شایان ذکر است که معناداری آماری ضریب W برای متوقف کردن فرایند دلفی کفایت نمی‌کند. برای پانل‌های با تعداد بیش از ۱۰ عضو حتی مقادیر بسیار کوچک W نیز معنادار است (۹).

قالب‌های پرسشنامه، با استفاده از روش دلفی در بین جامعه آماری مذکور توزیع شد. گویه‌های پرسشنامه در چهار مؤلفه (آموزش و پژوهشی، عوامل سیاسی و اجرایی، عوامل فنی-راهبردی و عوامل فرهنگی) گنجانده شد.

یافته‌های تحقیق

نظریات متخصصان در مورد گویه‌های کارآفرینی در جدول ۲، آورده شده است.

نتایج جدول ۲ نشان داد که از میان گویه‌های عوامل فناوری، ارتقای زیرساخت‌های فناوری کشور در حوزه تجهیزات ورزشی دارای اولویت اول، از میان گویه‌های عوامل فرهنگی، آموزش فرهنگ کارآفرینانه دارای اولویت اول، از میان گویه‌های عوامل سیاستی و اجرایی، گویۀ ایجاد، حمایت و گسترش مراکز تحقیق و توسعه مراکز صنعتی در حوزه ورزش دارای اولویت اول و از میان گویه‌های عوامل آموزشی و پژوهشی، گویۀ تطبیق رشته‌های دانشگاهی با مشاغل ورزشی و گویۀ داشتن اراده و پشتکار برای غلبه بر موانع در میان عوامل فردی دارای اولویت اول بودند.

در خصوص جامعه و نمونه آماری تحقیق باید گفت که کارآفرینی در حوزه برنامه‌ها و فعالیت‌های ورزشی موضوع نسبتاً جدید در ایران بوده و تعداد متخصص صاحب‌نظر در حوزه کارآفرینی در حوزه ورزش بسیار کم است و از این رو امکان نمونه‌گیری میسر نبود. بنابراین، تلاش شد تا از بین افراد متخصص از طریق مصاحبه، بررسی مقالات و کارهای اجرایی در زمینه کارآفرینی شناسایی شده و به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند که تعداد ۳۴ نفر از (استادان رشته علوم ورزشی در گرایش‌های مختلف ۱۴ نفر، مدیران عامل باشگاه‌های ورزشی ۴ نفر، تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی ۶ نفر، مربیان ورزشی ۷ نفر و داور بین‌المللی ۳ نفر) به‌عنوان جامعه آماری بسنده شد. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که دارای ۲۵ گویۀ پنج‌ارزشی در مقیاس لیکرت با محتوا و دورنمای کارآفرینی است. برای ساخت و تهیه پرسشنامه علاوه بر مراجعه به سوابق تحقیق از استادان و صاحب‌نظران حوزه تجارت، بازاریابی و ورزش حرفه‌ای در قالب مصاحبه فرایندها و مؤلفه‌های کارآفرینی نظرخواهی شد و نظریه‌های آنان در

جدول ۲. میانگین و انحراف معیار نظرهای متخصصان در مورد ابعاد کارآفرینی

اولویت شاخص‌ها	انحراف معیار	میانگین	شرح عامل
عوامل فناوری در جهت کارآفرینی			
۱	۰/۹۶۵	۳/۹۴	ارتقای زیرساخت‌های فناوری کشور در حوزه تجهیزات ورزشی
۲	۰/۹۵۱	۳/۹۲	حمایت اقتصادی دولت از کسب و کارها در حوزه ورزش
۳	۱/۰۳۴	۳/۹۰	راه‌اندازی منطقه صنعتی مخصوص تولیدات وسایل و تجهیزات ورزشی
۴	۱/۰۵	۳/۸۷	ایجاد زمینه شناخت و آموزش کسب و کارهای در حوزه ورزش و مشاغل مرتبط
عوامل فردی			
۴	۰/۹۸۷	۳/۸۹	داشتن ابتکار عمل بدون نیاز به دستور
۳	۱/۱۲	۳/۹۱	انگیزه فعالیت و شناسایی فرصت‌ها
۱	۱/۳۵	۴/۰۸	اراده و پشتکار برای غلبه بر موانع و کارشکنی‌ها
۶	۰/۹۸۹	۳/۷۶	مهارت تشخیص و حل مسئله برای کنترل حوادث پیش‌بینی نشده
۷	۱/۱۱	۳/۵۹	خودانقاده‌گری و پذیرش اشتباهات
۵	۰/۸۳۵	۳/۸۷	ریسک‌پذیری و مخاطرات را به جان خریدن
۲	۰/۷۱۲	۴/۰۱	مهارت مدیریت زمان و استفاده از زمان و شکارچی لحظه‌ها
مؤلفه فرهنگی			
۱	۰/۹۱۲	۴/۰۷	آموزش و نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینانه
۲	۱/۱۲۰	۴/۰۵	تأکید بر سواد اطلاعاتی در راستای محورهای کارآفرینی
۳	۰/۹۳۳	۳/۸۶	تکریم عملی و نظام‌دار افراد و دانشجویان کارآفرین
۴	۰/۹۱۲	۳/۸۰	بومی‌سازی و تأکید بر نوآوری‌های درون‌زاد در کارآفرینی
مؤلفه سیاستی و اجرایی			
۱	۰/۷۰۲	۴/۱۸	ایجاد، حمایت و گسترش مراکز تحقیق و توسعه مراکز صنعتی در حوزه ورزش و شرکت‌های دانش‌بنیان
۲	۰/۸۱۲	۳/۹۲	ارتباط و همکاری علمی و تحقیقاتی با مراکز کشورهای پیشرفته و شرکت‌های بزرگ چندملیتی مانند آدیداس
۳	۱/۰۳	۳/۸۱	تدوین راهبردهایی واقعی برای ارتباط مؤثر صنعت، خدمات و دانشگاه در حوزه ورزش
۴	۰/۹۵	۳/۷۷	برگزاری کارگاه‌های مداوم و اثربخش با موضوعات کارآفرینی
مؤلفه آموزشی و پژوهشی			
۱	۱/۰۴	۴/۱۷	تطبیق رشته‌های دانشگاهی با مشاغل متنوع ورزشی
۲	۰/۸۶۲	۳/۶۱	جهت دادن به پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشجویی به موضوعات کارآفرینی و فناوری اطلاعات در ورزش
۴	۰/۹۰۷	۳/۵۱	آموزش مبانی کارآفرینی، تجارت الکترونیکی و فراوری تجارت در حوزه ورزش و استارت‌آپ‌های ورزشی
۳	۰/۹۲۲	۳/۵۳	ایجاد، دانش، توانش و نگرش مثبت به کارآفرینی

اولویت‌بندی مؤلفه‌ها (آزمون فریدمن)

پس از جمع‌آوری داده‌های دور سوم پرسشنامه، شاخص‌های هر دسته از عوامل اولویت‌بندی و در انتها برای ادامه یا خاتمه دوره‌های دلفی ضریب کندال محاسبه شد. شایان ذکر است که برنامه عمومی آموزش کارآفرینی در

حوزه ورزش با مشخص شدن میانگین رتبه برای هریک از محتواها با توجه به دسته‌بندی عوامل قابل ارائه است (۹). جدول ۳، اولویت‌بندی ابعاد کارآفرینی را از دیدگاه متخصصان نشان می‌دهد.

جدول ۳. اولویت‌بندی میزان ابعاد کارآفرینی از دیدگاه متخصصان

اولویت	میانگین رتبه	ابعاد
۲	۴/۶۱	مؤلفه فناوری
۴	۳/۹۷	مؤلفه فرهنگی
۳	۴/۰۶	مؤلفه سیاست‌های اجرایی و قوانین حمایتی
۱	۴/۷۳	مؤلفه آموزشی و پژوهشی
۵		عوامل فردی

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که از دیدگاه متخصصان، عوامل آموزشی و پژوهشی دارای رتبه اول و عوامل فردی دارای رتبه پنجم است. با توجه به جدول ۴، ضریب همبستگی کندال ۰/۵۰۷ به دست آمد. بنابراین، می‌توان گفت که توافق نظر متوسطی بین اعضای پانل متخصصان وجود دارد.

جدول ۴. ضریب همبستگی کندال

حجم جامعه	۳۴
ضریب کندال	۰/۵۰۷
کای اسکوتر	۲۸۲/۱۵۳
درجه آزادی	۲۲
درجه معناداری	۰/۰۰۳

بحث و نتیجه‌گیری

در جامعه تجاری امروز کارآفرینی در مفهوم جدید و با توجه به توسعه مشاغل خصوصی، با اقبال گسترده مجامع علمی و دانشگاهی همراه بوده است و می‌رود تا با حمایت‌های سایر بخش‌های جامعه مانند بخش صنعت، کسب‌وکار، تجارت، خدمات و بازار به یکی از آرزوهای دیرینه که همانا همکاری و هماهنگی دانشگاه و صنعت است، جامعه عمل بپوشاند. گرایش دانشگاه‌ها به آموزش

کارآفرینی دستاورد علمی و پژوهشی بسیار زیادی به همراه دارد.

نتایج پژوهش نشان داد هریک از مؤلفه‌های کارآفرینی (آموزشی، پژوهشی، سیاست‌های اجرایی و قوانین حمایتی، فرهنگی و فناوری و عوامل فردی) می‌تواند از عوامل تأثیرگذار در فرایند توسعه کارآفرینی و متعاقب آن به‌کارگیری و اشتغال تعداد بسیار زیاد فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی در همه مقاطع تحصیلی از کاردانی تا دکتری

در گرایش‌های مختلف باشد. از جمله این عوامل که بیشترین سهم تأثیرگذاری را داشته‌اند، مؤلفه آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینانه (که گذر از کارجویی به کارآفرینی است) از مدارس تا دانشگاه‌هاست که در تحقیقات حسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۹)، ملکی (۱۳۸۸)، بلاک و استامپ (۲۰۰۳) تأکید شده است (۱۸، ۱۲، ۳). نتایج نشان داد که در فرایند جهانی شدن ورزش و شغل‌های مربوط به آن و تدوین استانداردهای جهانی در بسیاری از مشاغل مانند مربیگری و تولید تجهیزات و وسایل ورزشی و بازی‌های رایانه‌ای ورزشی، آموزش جهانی کارآفرینی، تدوین راهبردهایی به‌منظور ارتباط هرچه بیشتر بازارهای کار و صنعت و شرکت‌های دانش‌بنیان با دانشگاه‌ها نقش اساسی دارند که این نتایج با نتایج تحقیقات پرتونیا (۱۳۹۲)، کارتر (۲۰۱۹) و میشل و همکاران (۲۰۰۶) همخوانی دارد (۲۸، ۲۰، ۲). عواملی مانند همسویی و پویایی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ادبیات کارآفرینی در فرایند جهانی شدن، ارتباط و همکاری فنی و علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه‌یافته و آموزش و ارتقای فرهنگ کارآفرین و تأکید بر سواد اطلاعاتی دانشجویان رشته علوم ورزشی در کارآفرینی مؤثر است که با مطالعات فراهانی و گودرزی (۱۳۸۹) همخوانی دارد (۵). در حوزه سیاست‌های اجرایی و قوانین حمایتی نیز بومی‌سازی و تأکید بر نوآوری‌های درون‌زاد کارآفرینی، آینده‌پژوهی در راستای محورهای کارآفرینی و جهانی شدن، تکریم و ارتقای سازمانی و نظام‌مند جایگاه دانشجویان کارآفرین، ایجاد مجموعه دانش‌های کاربردی در رشته‌های دانشگاهی، توانش و نگرش مثبت در بین دانشجویان به کارآفرینی، جهت دادن به پایان‌نامه و رساله‌های دانشجویی به موضوعات کارآفرینی و فناوری اطلاعات و راه‌اندازی و حمایت عملی از شرکت‌های دانش‌بنیان همه در جهت

کارآفرینی مؤثرند که در تحقیقات احمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مجتبی و همکاران (۱۳۹۸) و لندی (۲۰۱۹) تأکید شده است (۲۳، ۱۰، ۱). در تفسیر یافته‌های بالا باید گفت که دانشگاه‌ها از محرک‌های اصلی جریان کارآفرینی در اقتصاد نوین و محل پرورش کارآفرینان و ایده‌های کارآفرینانه هستند. در حوزه کارآفرینی در ورزش، دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی علوم ورزشی بخش مهم و تأثیرگذاری هستند که نقش تغذیه‌کننده را بر عهده دارند و حداقل توانایی‌شان وارد کردن مجموعه‌ای از افراد کارآفرین و خلاق و دارای مهارت به اکوسیستم کارآفرینی ورزشی هم در حوزه خدمات ورزشی و هم در حوزه تولیدات ورزشی است (۱۸). اما برای اینکه افرادی توانمند با پتانسیل ایجاد کارآفرینی و کسب‌وکار ساخته شوند، اقدامات زیرساختی بسیاری باید مانند راه‌اندازی آزمایشگاه‌های پیشرفته، رویکرد نظام ارتقای اساتید علوم ورزشی به سمت کارآفرینی و ارتباط نظام‌مند و مؤثر با صنعت و تجارت توسط دانشگاه کارآفرین انجام گیرد. این اقدامات باید در جهت کاهش فاصله رشته علوم ورزشی با بازار کار و ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی سازمان‌دهی شود. از این‌رو صنعت ورزش در حال حاضر بیش از هر زمان دیگری نیازمند وجود مربیانی است که توانایی هدایت سرمایه‌های انسانی در ورزش را در مسیر صحیح راه‌اندازی کسب‌وکارها در مقیاس کوچک و متوسط و بعد از آن کسب‌وکارهای بزرگ یا کارآفرینی داشته باشند. بدین‌منظور شبکه‌سازی از مهم‌ترین راه‌های ارتقای سرمایه‌های انسانی بانگیزه و دارای مهارت در عصر حاضر است. منظور از شبکه‌سازی در واقع ساختن روابطی است که شخص کارآفرین، به‌نوعی از آن برای جمع‌آوری اطلاعات مفید و مؤثر استفاده می‌کند. در سال‌های اخیر شاهد رویدادهایی هستیم که مستقیماً با هدف شبکه‌سازی شکل گرفته‌اند. وجود چنین رویدادهایی می‌تواند افراد با توانمندی‌های متفاوت را گرد هم آورد،

تیم‌سازی صورت پذیرد و در نهایت با کنار هم قرار گرفتن افراد، سرمایه انسانی اکوسیستم کارآفرینی در ورزش افزایش یابد. پرورش سرمایه‌های انسانی باید از سطوح پایه در نظام تعلیم و تربیت و آموزش عالی آغاز شود و از این‌رو مدارس و دانشگاه‌ها نقش محوری در اکوسیستم کارآفرینی دارند (۵). برای داشتن یک اکوسیستم کارآفرینی مطلوب نیازمند یادگیری عملی در مدارس و دانشگاه‌ها هستیم، به عبارتی برای داشتن سرمایه‌های انسانی مطلوب باید در روش‌های آموزش و پرورش بازنگری شود تا افراد برای مواجهه با دنیای آینده آماده شوند. امروز در کشور ما حجم بالایی از دانش‌آموختگان ورزشی وجود دارد که به بازار و صنعت راه نیافته‌اند. یکی از دلایل اصلی وجود این چالش بزرگ، بی‌توجهی به ظرفیت‌ها و ظرفیت‌سازی است. ظرفیت‌سازی ایجاد یک راه و روش نظام‌گرا و برنامه‌ریزی‌شده برای دگرگون کردن باورها، نگرش‌ها، ساختارها و برنامه‌های آموزشی تعریف می‌شود که به موجب آن فرد قادر می‌شود تا با آهنگ گنج‌کننده تغییرات محیطی سازش بهتری پیدا کند (۱۰)؛ بنابراین، لازم است دانشگاه‌ها دوره‌های آموزشی کارآفرینی را در دروس دانشگاهی و رشته‌های مختلف به صورت مدون برگزار کنند (۳۲).

در سال‌های اخیر به دلیل بحران فزاینده اشتغال نیروهای جویای کار، به خصوص دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، موضوع کارآفرینی به عنوان عامل توسعه اقتصادی اهمیت زیادی یافته است. با اینکه اقداماتی در حوزه کارآفرینی ورزشی انجام گرفته است، ولی ناکافی است که از آن جمله می‌توان اجباری شدن دو واحد درس کارآفرینی ورزشی را در سرفصل برنامه درسی سال ۱۳۹۶ دوره کارشناسی علوم ورزشی نام برد. در ضمن وزارت ورزش و جوانان اخیراً با تشکیل دفتر کارآفرینی و اشتغال و همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی برای تربیت مدرسان کارآفرینی، گام‌های مفیدی را برداشته است. همچنین اخیراً از سوی دفتر

برنامه‌ریزی و گسترش آموزش عالی مقرر شده است که سرفصل‌های واحدهای درسی دوره‌های کارشناسی با جهت‌گیری کارآفرینی بازبینی شود (۱). اما بیشتر صاحب‌نظران، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به‌شمار می‌آورند، زیرا در عصر توسعه فناوری‌های پیشرفته و صنایع دانش‌محور در اقتصاد جهانی، ملی، منطقه‌ای و حتی محلی، فقط از طریق تقویت و تعامل دانشگاه و تجارت و نیازهای جامعه است که می‌توان با بحران‌های گسترده کنونی مانند تورم و بیکاری مقابله کرد. در واقع، کارآفرینی دانشگاهی برابند تلاقی دو جریان کارآفرینی سازمانی و نظام نوین آموزش عالی و پژوهشی جدید است که مورد توجه تمام کشورهای پیشرفته دنیا قرار گرفته است (۳). نتایج نشان داد که مؤلفه فناوری و دانش مربوط به آن جزئی از کارآفرینی است و پیشرفت و توسعه ورزش در همه ابعاد قهرمانی، تفریحی و حرفه‌ای در خدمت تولید کالاها و ارائه خدمات کارآفرینی در ابعاد مختلف ورزش است. امروزه با توجه به نقش مهم استارت‌آپ‌ها یا کسب‌وکارهای نوپا در توسعه و پیشرفت اقتصاد کشورها، کارآفرینی جایگاه ویژه و متمایزی در دنیای مدرن پیدا کرده است. در واقع، توسعه صنعتی، رشد محلی، افزایش اشتغال، همه و همه به توسعه و رشد کارآفرینی وابسته است که در تحقیقات مجیدی و خسروی (۱۳۹۸) و میراندا و همکاران (۲۰۱۷) نیز تأکید شده است (۲۹، ۱۱). دانشکده‌های علوم ورزشی می‌توانند از طریق شناسایی و به کارگیری عوامل محیطی، اقتصادی، فرهنگی و استقبال از فناوری‌های نوین که مشخصه بارز جهانی شدن است، ظهور کارآفرینی را آسان‌تر و زمینه مناسبی را برای اشتغال دانش‌آموختگان فراهم سازد؛ بنابراین، برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی، نیازمند آموزش مهارت‌هایی فارغ از دانش تئوری کلاس درس، مهارت‌های نسبی، ظرفیت‌های سازمانی، حل مسئله و کار تیمی هستیم

در حوزه علوم ورزشی با مشاغل موجود در ورزش و همچنین حمایت تشکیلاتی و ایجاد تسهیلات قانونی از کارآفرینان و راهاندازی شرکت‌های دانش‌بنیان و حمایت سازمان‌یافته از آنها پیشنهاد می‌شود.

که موجب تقویت شخصیت دانشجویان می‌شود (۲۰) در چنین شرایطی تدوین برنامه راهبردی برای نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی قبل از فارغ‌التحصیلی ضروری است، در این زمینه سیاست‌گذاری وزارت ورزش و جوانان و سایر سازمان‌های ورزشی در ایجاد تشکیلات تخصصی به‌منظور ترویج مبانی کارآفرینی، تطبیق رشته‌های فعلی دانشگاهی

منابع و مآخذ

۱. احمدی، فاطمه؛ اسکندری پور، مجتبی؛ رشیدی نیا، مصطفی. (۱۳۹۸). «بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های استان گیلان»، فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ش ۳، ص ۱۷-۳۹.
۲. پرتونیا، سهیلا. (۱۳۹۲). اهمیت و جایگاه کارآفرینی در سازمان‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
۳. حسن‌زاده، حسن؛ میرسپاسی، ناصر؛ فقیهی، ابوالحسن؛ نجف بیگی، رضا؛ افشارکاظمی، محمدعلی. (۱۳۹۹). «ارائه مدل نظام جذب، تأمین و تعدیل منابع انسانی کارآفرین محور در سازمان های دولتی ایران»، نشریه مدیریت بهره‌وری فراسوی مدیریت، دوره ۱۴، ش ۵۲، ص ۷۵-۹۶.
۴. شریف‌زاده، فتاح؛ رضوی، سید مصطفی؛ زاهدی، شمس‌السادات؛ نجاری، رضا. (۱۳۸۸). «طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور)»، نشریه توسعه کارآفرینی، ش ۶، ص ۳۸-۱۱.
۵. فراهانی، ابوالفضل؛ گودرزی، محمود؛ نادری، ندا. (۱۳۸۹). «نقش آموزش‌های رسمی و برنامه‌های کمک‌درسی رشته تربیت بدنی در مقطع کارشناسی ارشد در تأمین مهارت کارآفرینی دانش‌آموختگان از نظر دانش‌آموختگان»، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت ورزشی، ش ۶، ص ۱۱۹-۱۰۱.
۶. فرهنگد مهر، عباس؛ شریفی فر، فریده؛ نیک‌بخش، رضا. (۱۳۹۸). «طراحی و تبیین چارچوب اکوسیستم کارآفرینی در ورزش»، فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ش ۱، ص ۸۳-۶۴.
۷. قادری، اسماعیل. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مهارت‌های کارآفرینانه مدیران و اثربخشی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط استان قم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پردیس قم.
۸. گودرزی، مهدی؛ خالویی، فرزانه. (۱۳۹۸). «راهکارهای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی و اجتماعی براساس یک مطالعه چند موردی»، نشریه رشد فناوری، دوره ۱۵، ش ۹، ص ۷۰-۶۳.
۹. لرگانی، سیده مریم؛ میر عرب رضی، رضا؛ رضایی، سعید. (۱۳۸۷). «آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ش ۴، ص ۱۳۷-۱۱۹.
۱۰. مجتبوی، سید ارشاد؛ حسین‌زاده، امید؛ حجاریان، مرضیه. (۱۳۹۸). «بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه ارومیه)»، نشریه نخبگان علوم و مهندسی، دوره ۴، ش ۴، ص ۹۴-۹۰.

۱۱. مجیدی دیزج، حسن؛ خسروی، کیانوش. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر عوامل شخصیتی و تسهیل گرهای محیطی بر انگیزه‌های کارآفرینی»، نشریه مدیریت بازاریابی، دوره ۱۴، ش ۴۲، ص ۱۱۶-۱۰۱.
۱۲. ملکی، بهاره. (۱۳۸۸). «کارآفرینی در دانشگاه‌ها»، ماهنامه تدبیر، سال هجدهم، ش ۱۸۲، ص ۴۲-۳۶.
۱۳. مندعلی‌زاده، زینب؛ هنری، حبیب. (۱۳۸۹). «بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش به عنوان حوزه‌ای میان‌رشته‌ای»، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ش ۲، ص ۱۳۶-۱۱۳.
۱۴. نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۹۵). مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های ورزشی، انتشارات دانشگاه جهرم.
۱۵. ----- (۱۳۹۲). اصول و روش‌های مربیگری در ورزش، انتشارات نگارخانه.
16. Aldrich, H., Jones, T. P. & Mcevoy, D. (2005). "Ethic Advantage and Minority Business Development". in Ward, R., Jenkins, R. (Eds), *Ethnic Business*, Cambridge University Press, Cambridge.
17. Bjärsholm, D. (2017). "Sport and social entrepreneurship: A review of a concept in progress". *Journal of Sport Management*, 31(2), 191-206.
18. Block, A., & Stump, F. (2003). "Entrepreneurship Education Research: Experience and Challenge in D L Kasarda". J D. (Eds), *The State of the Art of Entrepreneurship*, PWS-Kent Publishing Company, Boston.
19. Brackebusch, V. B. (2019). "Managing and Developing Community Sport". *International Journal of Sport Communication*, 12(2), 300-302.
20. Carter, J. R., & Williams, N. (2019). "A Healthy Administrative Triad: Hiring, Evaluating, and Retaining Kinesiology Faculty". *Kinesiology Review*, 8(4), 281-282.
21. Clark, B. R. (2004). "The Entrepreneurship University Demand and Response: Theory and Practice". *Tertiary Education Management*, 22.
22. Della Volpe, M. (2018). "Entrepreneurial university and business education: Towards a network model". *International Journal of Business and Management*, 13(3), 13-27.
23. Di Lu, L., & Heinze, K. L. (2019). "Sport Policy Institutionalization: Examining the Adoption of Concussion Legislation Across States". *Journal of Sport Management*, 33(6), 493-505.
24. Feld, B. (2012). "Startup communities; Building an entrepreneurial ecosystem in your city". (A. Kazemi, Trans), Isfahan: Nashryar. (In Persion).
25. Hj, B., Rahim, A., & Usman, M. (2016). "The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students". *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 224 (August 2015), pp: 117-123.
26. Hums, M. A. (2010). "The conscience and commerce of sport management: One teacher's perspective". *Journal of Sport Management*, 24(1), 1-9.
27. Kreider, R. B., & McCullagh, P. (2016). "Innovation and Entrepreneurship in a Time of Shrinking Budgets". *Kinesiology Review*, 5(4), 201-204.
28. Lomax, M. E. (2006). "Black baseball entrepreneurship in the Quaker City: The Philadelphia Giants and the rise and fall of the NACBC". *Sport History Review*, 37(2), 100-129.

29. Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). "Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention". *European research on management and business economics*, 23(2), 113-122.
30. Robertson, J., Storr, R., Bakos, A., & O'Brien, D. (2019). "My ideal is where it is just Jane the cricketer, rather than Jane the gay cricketer": An institutional perspective of lesbian inclusion in Australian cricket. *Journal of Sport Management*, 33(5), 393-405.
31. Simeone, L., Secundo, G., & Schiuma, G. (2018). "Arts and design as translational mechanisms for academic entrepreneurship: The metaLAB at Harvard case study". *Journal of Business Research*, 85, 434-443.
32. Smith, A. L., Erickson, K., & Malete, L. (2019). "Advancing Youth Sport Scholarship: Selected Directions and Considerations". *Kinesiology Review*, 8(3), 269-277.



An Analysis of the Role of Teaching Entrepreneurship in Employing Sport Sciences Graduates

Masoud Naderian Jahromi*^۱ - Fatemeh Pazhouhan^۲

1. Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran 2. PhD Student, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran

(Received: 2019/11/3; Accepted: 2020/09/20)

Abstract

The main aim of this study was to analyze the role of teaching entrepreneurship in employing graduates of sport sciences. The methodology of this study was descriptive and Delphi method and experts' viewpoints were used to collect data. The statistical population included 34 sport entrepreneurship professionals (14 faculty members in different disciplines of sport sciences, 4 managers of sport clubs, 6 sport equipment manufacturers, 7 sports coaches in premier leagues and 3 international referees). Data were analyzed using χ^2 -square and Kendall correlation. The results showed that the components of technology, culture, executive, educational and research policies and individual factors affected entrepreneurship development. Also, teaching entrepreneurial thinking style and culture, increasing research and development centers for entrepreneurship, establishing and developing knowledge-based companies in the field of sport, holding digital entrepreneurship training workshops, developing IT businesses and sport startups, policy making and regulations to support entrepreneurs and teaching and research planning at universities based on entrepreneurship values, scientific cooperation with educational and research centers in developed countries, adaptation of academic fields of study to sport-related jobs and developing individual factors for entrepreneurial skills can be valuable strategies to create entrepreneurship thinking and new and various jobs and to employ sport graduates.

Keywords

Employment, entrepreneurship, graduates, private jobs, sport sciences.

* Corresponding Author: Email: m.naderian@spr.ui.ac.ir; Tel: +989131143916