رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی
دورهٔ ۸، شمارهٔ ۳۱، زمستان ۱۳۹۹
ص ص : ۱۳۷– ۱۲۵

# تحلیل نقش آموزش کارآفرینی در اشتغال فارغ‌التحصیلان رشتهٔ علوم ورزشی

**مسعود نادریان جهرمی [۱*]– فاطمه پژوهان [۲]**

*۱. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکدهٔ علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران ۲. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکدهٔ علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران*

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

## چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی تحلیل نقش آموزش کارآفرینی برای اشتغال فارغ‌التحصیلان رشتهٔ علوم ورزشی بود. روش تحقیق توصیفی است و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش دلفی و بهره‌گیری از نظرهای متخصصان استفاده شد. جامعهٔ آماری ۳۴ نفر (اعضای هیأت علمی رشتهٔ علوم ورزشی در گرایش‌های مختلف ۱۴ نفر، مدیران عامل باشگاه‌های ورزشی ۴ نفر، تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی ۶ نفر، مربیان ورزشی در لیگ‌های برتر ۷ نفر و داور بین‌المللی ۳ نفر) از صاحب‌نظران در حوزهٔ کارآفرینی ورزشی بودند. داده‌ها با استفاده از آزمون‌های مجذور کای و همبستگی کندال تحلیل شد. نتایج نشان داد که به‌ترتیب مؤلفه‌های فناوری، فرهنگی، سیاست‌های اجرایی و آموزشی و پژوهشی و عوامل فردی بر توسعهٔ کارآفرینی مؤثر است. همچنین آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینانه، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی، ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزهٔ ورزش، برگزاری کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی دیجیتال، کسب‌وکارهای الکترونیکی و استارتاپ‌های ورزشی، سیاست‌گذاری‌ها و قوانین حمایتی از کارآفرینان و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ارزش‌های کارآفرینی، همکاری علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه‌یافته، تطبیق رشته‌های دانشگاهی با مشاغل مرتبط با ورزش، توسعهٔ عوامل فردی در جهت مهارت‌های کارآفرینی می‌تواند راهکارهای ارزشمندی در ایجاد تفکر کارآفرینی، ایجاد مشاغل جدید و متنوع و اشتغال فارغ‌التحصیلان ورزشی باشد.

## واژه‌های کلیدی

اشتغال، علوم ورزشی، فارغ‌التحصیلان، کارآفرینی، مشاغل خصوصی.

[*] نویسنده مسئول : تلفن : ۰۹۱۳۱۱۴۳۹۱۶

Email: m.naderian@spr.ui.ac.ir

**مقدمه**

کارآفرینی مفهومی است که همواره همراه بشر بوده و به‌عنوان پدیده‌ای نوین نقش مؤثری در توسعهٔ اجتماعی و پیشرفت اقتصادی کشورها داشته است؛ به‌طوری‌که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار نقش کلیدی دارد. در شرایط تجاری جامعهٔ کارآفرینی موتور رشد و توسعهٔ اجتماعی و اقتصادی محسوب می‌شود و بسیاری از جوامع اعم از در حال توسعه و توسعه‌یافته 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 همهٔ ابعاد و زمینه‌ها به‌سرعت انجام می‌گیرد و دربردارندهٔ پیام‌های مهمی چون فراگیری فناوری‌های نوظهور و تغییر و تحولات شتابناک در عرصهٔ مبادلات بشری و رقابت شدید و بی‌رحمانه در عالم کسب‌وکار است. در چنین فضایی کارآفرینی به‌مثابهٔ 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 گستردهٔ آن در به چالش کشیدن انسان‌های عصر پست‌مدرن دلالت دارد (۱۵). در هزارهٔ جدید با پدیدهٔ جهانی شدن مواجهیم. جهانی شدن فرایند آگاهی انسان از خویشتن 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 فزایندهٔ 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 دههٔ گذشته رشتهٔ علوم ورزشی از ابعاد مختلف به‌ویژه از نظر کمی پیشرفت چشمگیری داشته و آثار آن در جامعه کاملاً آشکار است (۱۱). همهٔ دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی علوم ورزشی اغلب آموزش را در حوزهٔ رسالت خویش بدون برنامه‌ای مؤثر و تمهیدات لازم به‌منظور تزریق اندیشهٔ کارآفرینی و ارزش‌آفرینی دانشجویان در دستور کار خود قرار می‌دهند و شاید فقط رسالت خویش را منحصراً آموزش بدانند و کمتر برنامه‌هایی با درون‌مایهٔ کارآفرینی داشته باشند و متعاقباً شاهد فراغت هزاران دانش‌آموخته‌ای می‌شویم که نشانه‌ای از نوآوری و اندیشهٔ 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 رشتهٔ تحصیلی ایشان باشد.

راه‌اندازی بیش از ۲۷ گرایش تحصیلی در رشتهٔ 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 رشتهٔ علوم ورزشی به‌سرعت در حال افزایش است، شرایط کنونی به‌گونه‌ای 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 حوزهٔ ورزش‌های قهرمانی (مانند مربیگری و داوری) و سایر مشاغل وابسته به ورزش (مانند ماساژدرمانی،

آب‌درمانی) پیدا نمی‌کنند، چراکه مجوز ورود به عرصه‌های مربیگری و داوری در همهٔ رشته‌های ورزشی و در سطوح مختلف صرفاً در انحصار فدراسیون‌های ورزشی مربوطه است و مدارک دانشگاهی در سایر مشاغل خصوصی حوزهٔ ورزشی هیچ‌گونه کاربردی ندارند و فارغ‌التحصیلان رشتهٔ علوم ورزشی منتظر اعلان سازمان‌های دولتی برای استخدام هستند که این روند مناسبی برای آیندهٔ رشتهٔ علوم ورزشی نیست (۸). این در حالی است که اشتغال در حوزهٔ ورزش به‌سرعت به سمت خصوصی شدن در حال تغییر مسیر است و نیروهای انسانی کیفی که توان خلاقیت و نوآوری و مهارت لازم همراه با به‌کارگیری فکر و اندیشه را دارد، اهمیت پیدا کرده است. در چنین فضایی که تفکر و اندیشهٔ 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 حوزهٔ ورزش را که اغلب خصوصی‌اند، مورد توجه جدی قرار دهند.

یکی از مؤلفه‌های مهم در قضاوت دربارهٔ 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 عقیدهٔ بلاک و استامپ[1] (۲۰۰۳) کارآفرینی می‌تواند در حوزهٔ اجتماعی، اداری، تولیدی، اقتصادی و تجاری انجام گیرد ( ۱۸). از طرفی، به‌دنبال ورود به هزارهٔ جدید و تجاری شدن ورزش در همهٔ 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 بااهمیت می‌نماید؛ بنابراین، نوعی توافق چندمنظوره بین دانشگاه و جامعه باید صورت گیرد، در غیر این صورت نقش دانشگاه در روند توسعهٔ اجتماعی- اقتصادی کمرنگ می‌شود (۲۱).

امروزه دانشگاه‌ها باید باور داشته باشند که یک مجموعهٔ اجتماعی در درون یک جامعه هستند. بی‌شک، هر سیستم زمانی‌که رابطهٔ بهینهٔ 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 به‌موقع دانشگاه با محیط پیرامون سبب اختلال و تنش در ایفای کارکردهای دانشگاه خواهد شد؛ ازاین‌رو یکی از الگوهای جدید رویکرد سیستمی به نظام آموزش عالی از جمله حوزهٔ علوم ورزشی است که در این رویکرد دو مؤلفهٔ 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 دربارهٔ کارآفرینی می‌توان آن را یاد گرفت. دقیقاً به همین دلیل است که برخی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی امکان تحصیل در رشتهٔ کارآفرینی را فراهم آورده‌اند ( ۲۹).

کلارک[2](۲۰۰۴) معتقد است که دانشگاه‌های پویا در هزارهٔ 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 ارائه‌شده اغلب با هدف ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرینی طراحی می‌شوند که معمولاً این برنامه‌ها به دانشجویان در

1. Block & Stump

2. Clarck

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، کارامد، 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 حوزهٔ ورزش به‌طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود (۱۳).

امروزه دوره‌های آموزشی کارآفرینی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات نه‌تنها 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 توسعهٔ مهارت‌های کارآفرینی در آنان افزایش یابد که دانشجویان آگاه به فرصت‌ها تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل و متنوع در حوزهٔ ورزش که بسیار زیادند، از خود نشان دهند. به‌رغم نفوذ فناوری‌های اطلاعات در زندگی روزمرهٔ مردم که بعضاً گامی برای اشتغال‌زایی است، اما در حوزهٔ 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 حوزهٔ ورزش علاوه‌بر مشاغل جدید، مشاغل مبتنی بر جذب نیروهای انسانی کارآفرین همچنان در حال افزایش است. براساس آمارها در انگلستان حدود ۴۷۵ هزار فرصت شغلی در حوزهٔ ورزش در یک سال ایجاد می‌شود که حجم شایان توجهی در حوزهٔ 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 حوزهٔ خدمات و تولیدات ورزشی محسوب می‌شود (۲۱).

در شرایط کنونی، ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران فارغ‌التحصیل در حوزهٔ ورزش باید در اولویت برنامه‌ریزی در جامعه قرار گیرد و به‌عنوان یک چالش جدی مطرح است؛ چراکه افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان کارآفرین برای موفقیت آیندهٔ کشور در فرایند خصوصی‌سازی مشاغل تولیدی و خدماتی در حوزهٔ 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 کارآفرینانهٔ آنان براساس نیازها و شرایط جامعه جنبهٔ 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، توسعهٔ مهارت‌های مدیریتی و موارد مشابه است و تقریباً همهٔ الزامات کارآفرینی نقش بسیار مهم و تأثیرگذاری در توسعهٔ اقتصادی کشور دارند. ازاین‌رو 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 رشتهٔ علوم ورزشی مهم محسوب می‌شود. مسئلهٔ اساسی این پژوهش پاسخگویی به این پرسش است که ارائهٔ تعریفی کاربردی و متناسب با نیازهای

جامعه از مقولهٔ کار و اشتغال و گذر از کارجویی و کاریابی به کارآفرینی در حوزهٔ خدمات و تولیدات ورزشی ضروری است. همچنین اشاعهٔ فرهنگ کارآفرینی از طریق آموزش هدفمند مبتنی بر مفاهیم نوین در شرایط تجاری امروز می‌تواند تحولات ساختاری در زمینهٔ فرصت‌آفرینی و ایجاد تفکر کارآفرینی در رشتهٔ علوم ورزشی ایجاد کند؟ که این موضوع در این مقاله از دیدگاه متخصصان ورزشی و کارآفرینی ارزیابی شده است.

## روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش توصیفی بود و اطلاعات مورد نیاز به‌صورت پیمایشی جمع‌آوری شد. اطلاعات از طریق روش دلفی توسط متخصصان و صاحب‌نظران در چند مرحله جمع‌آوری شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها در مرحلهٔ اول، رتبه‌های به‌دست‌آمده دربارهٔ مسائل مشخص و در مرحلهٔ بعد پرسشنامه‌ای تنظیم شد که حاوی رتبه‌بندی حاصل از نظرخواهی در مرحلهٔ اول بود. از پاسخ‌دهندگان در مرحلهٔ دوم خواسته شد درصورتی‌که نظرشان با رتبه‌بندی به‌دست‌آمده مطابقت ندارد، در خصوص توجیه تفاوت نظر خود با نتایج مرحلهٔ اول یا تعدیل آن اقدام کنند. بدین‌ترتیب می‌توان به توافقی از نظر تشخیص مسائل یادشده دست یافت. نتیجهٔ فرایند دلفی چیزی جز به‌دست آوردن ایدهٔ متخصصان نیست. نتایج این فرایند ایده‌های افرادی را که در آن پانل (گروه صاحب‌نظر موافق و مخالف یک موضوع خاص مورد ارزیابی) شرکت داشته‌اند، نشان می‌دهد. دیدگاه اعضای پانل برحسب حداکثر آرا و به‌طور آماری خلاصه می‌شود. داده‌های به‌دست‌آمده از روش دلفی می‌تواند به چندین طریق نشان داده شوند. ایدهٔ گروه باید به‌جای استفاده از میانه براساس میانگین باشد، زیرا یک پاسخ بی‌ربط می‌تواند میانه را به‌طور غیرواقعی تغییر دهد.

به‌علاوه، لازم است که تحلیل‌گر، گسترهٔ ایده‌ها را با استفاده از چارک‌ها نشان دهد. در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل از ضریب هماهنگی کندال[1] استفاده شد. ضریب هماهنگی کندال مقیاسی برای تعیین درجهٔ هماهنگی و موافقت میان چندین دسته رتبهٔ مربوط به N شیء یا فرد است. در حقیقت، با کاربرد این مقیاس می‌توان همبستگی رتبه‌ای میان K مجموعهٔ رتبه را یافت. چنین مقیاسی به‌ویژه در مطالعات مربوط به پایایی میان داوران مفید است. ضریب هماهنگی کندال نشان می‌دهد افرادی که چند مقوله را براساس اهمیت آنها مرتب کرده‌اند، اساساً معیارهای مشابهی را برای قضاوت دربارهٔ اهمیت هریک از مقوله‌ها به‌کار برده‌اند و از این نظر با یکدیگر اتفاق نظر دارند. ضریب هماهنگی کندال شاخصی است که میزان انحراف هماهنگی مشاهده‌شده در یافته‌های پژوهش را از نظر هماهنگی کامل نشان می‌دهد. این ضریب بین ۰ (عدم توافق) و ۱ (توافق کامل) متغیر است. ضریب هماهنگی کندال (W) با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

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

که در آن

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

S = حاصل جمع مربعات انحراف‌های Rj ها از میانگین Rj ها

RJ = مجموع رتبه‌های مربوط به یک عامل

K= تعداد مجموعه‌های رتبه‌ها (تعداد داوران)

N= تعداد عوامل رتبه‌بندی‌شده

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

1. Kendall’s Coefficient of Concordance (W)

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

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

**جدول ۱. تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندال**

| 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).

در خصوص جامعه و نمونهٔ آماری تحقیق باید گفت که کارآفرینی در حوزهٔ برنامه‌ها و فعالیت‌های ورزشی موضوع نسبتاً جدید در ایران بوده و تعداد متخصص صاحب‌نظر در حوزهٔ کارآفرینی در حوزهٔ ورزش بسیار کم است و ازاین رو امکان نمونه‌گیری میسر نبود. بنابراین، تلاش شد تا از بین افراد متخصص از طریق مصاحبه، بررسی مقالات و کارهای اجرایی در زمینهٔ کارآفرینی شناسایی شده و به‌عنوان جامعهٔ آماری انتخاب شدند که تعداد ۳۴ نفر از (استادان رشتهٔ 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 جامعهٔ آماری بسنده شد. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامهٔ محقق‌ساخته‌ای بود که دارای ۲۵ گویهٔ پنج‌ارزشی در مقیاس لیکرت با محتوا و دورنمای کارآفرینی است. برای ساخت و تهیهٔ پرسشنامه علاوه‌بر مراجعه به سوابق تحقیق از استادان و صاحب‌نظران حوزهٔ تجارت، بازاریابی و ورزش حرفه‌ای در قالب مصاحبه فرایندها و مؤلفه‌های کارآفرینی نظرخواهی شد و نظریه‌های آنان در قالب‌های پرسشنامه، با استفاده از روش دلفی در بین جامعهٔ 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

نظرهای 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 حوزهٔ تجهیزات ورزشی دارای اولویت اول، از میان گویه های عوامل فرهنگی، آموزش فرهنگ کارآفرینانه دارای اولویت اول، از میان گویه‌های عوامل سیاستی و اجرایی، گویهٔ ایجاد، حمایت و گسترش مراکز تحقیق و توسعهٔ مراکز صنعتی در حوزهٔ ورزش دارای اولویت اول و از میان گویه‌های عوامل آموزشی و پژوهشی، گویهٔ تطبیق رشته‌های دانشگاهی با مشاغل ورزشی و گویهٔ داشتن اراده و پشتکار برای غلبه بر موانع در میان عوامل فردی دارای اولویت اول بودند.

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

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

**اولویت‌بندی مؤلفه‌ها (آزمون فریدمن)**

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

**جدول۳. اولویت‌بندی میزان ابعاد کارآفرینی از دیدگاه متخصصان**

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

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که از دیدگاه متخصصان، عوامل آموزشی و پژوهشی دارای رتبهٔ اول و عوامل فردی دارای رتبهٔ پنجم است.

با توجه به جدول ۴، ضریب همبستگی کندال ۵۰۷/. به‌دست آمد. بنابراین، می‌توان گفت که توافق نظر متوسطی بین اعضای پانل متخصصان وجود دارد.

**جدول۴. ضریب همبستگی کندال**

| حجم جامعه | ۳۴ |
|---|---|
| ضریب کندال | ۰/۵۰۷ |
| کای اسکوئر | ۲۸۲/۱۵۳ |
| درجهٔ آزادی | ۲۲ |
| درجهٔ معناداری | ۰/۰۰۳ |

**بحث و نتیجه‌گیری**

در جامعهٔ تجاری امروز کارآفرینی در مفهوم جدید و با توجه به توسعهٔ مشاغل خصوصی، با اقبال گستردهٔ 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، جامهٔ عمل بپوشاند. گرایش دانشگاه‌ها به آموزش کارآفرینی دستاورد علمی و پژوهشی بسیار زیادی به‌همراه 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 توسعهٔ کارآفرینی و متعاقب آن به‌کارگیری و اشتغال تعداد بسیار زیاد فارغ‌التحصیلان رشتهٔ علوم ورزشی در همهٔ مقاطع تحصیلی از کاردانی تا دکتری

در گرایش‌های مختلف باشد. از جملهٔ این عوامل که بیشترین سهم تأثیرگذاری را داشته‌اند، مؤلفهٔ 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 رشتهٔ علوم ورزشی در کارآفرینی مؤثر است که با مطالعات فراهانی و گودرزی (۱۳۸۹) همخوانی دارد (۵). در حوزهٔ 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)، مجتبوی 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 حوزهٔ 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 حوزهٔ 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 فاصلهٔ رشتهٔ علوم ورزشی با بازار کار و ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی سازمان‌دهی شود. ازاین‌رو 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 باانگیزه 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، سرمایهٔ 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 ازاین‌رو مدارس و دانشگاه‌ها نقش محوری در اکوسیستم کارآفرینی دارند (۵). برای داشتن یک اکوسیستم کارآفرینی مطلوب نیازمند یادگیری عملی در مدارس و دانشگاه‌ها هستیم، به‌عبارتی 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 گیج‌کننده تغییرات محیطی سازش بهتری پیدا کند (۱۰)؛ بنابراین، لازم است دانشگاه‌ها دوره‌های آموزشی کارآفرینی را در دروس دانشگاهی و رشته‌های مختلف به‌صورت مدون برگزار کنند (۳۲).

در سال‌های اخیر به‌دلیل بحران فزایندهٔ اشتغال نیروهای جویای کار، به‌خصوص دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، موضوع کارآفرینی به‌عنوان عامل توسعهٔ اقتصادی اهمیت زیادی یافته است. با اینکه اقداماتی در حوزهٔ کارآفرینی ورزشی انجام گرفته است، ولی ناکافی است که از آن جمله می‌توان اجباری شدن دو واحد درس کارآفرینی ورزشی را در سرفصل برنامهٔ درسی سال ۱۳۹۶ دورهٔ 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 توسعهٔ دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به‌شمار می‌آورند، زیرا در عصر توسعهٔ 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 گستردهٔ کنونی مانند تورم و بیکاری مقابله کرد. در واقع، کارآفرینی دانشگاهی برایند تلاقی دو جریان کارآفرینی سازمانی و نظام نوین آموزش عالی و پژوهشی جدید است که مورد توجه تمام کشورهای پیشرفتهٔ دنیا قرار گرفته است (۳). نتایج نشان داد که مؤلفهٔ فناوری و دانش مربوط به آن جزئی از کارآفرینی است و پیشرفت و توسعهٔ ورزش در همهٔ ابعاد قهرمانی، تفریحی و حرفه‌ای در خدمت تولید کالاها و ارائهٔ خدمات کارآفرینی در ابعاد مختلف ورزش است. امروزه با توجه به نقش مهم استارتاپ‌ها یا کسب‌وکارهای نوپا در توسعه و پیشرفت اقتصاد کشورها، کارآفرینی جایگاه ویژه و متمایزی در دنیای مدرن پیدا کرده است. در واقع، توسعهٔ 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 به‌کارگیری عوامل محیطی، اقتصادی، فرهنگی و استقبال از فناوری‌های نوین که مشخصهٔ بارز جهانی شدن است، ظهور کارآفرینی را آسان‌تر و زمینهٔ مناسبی را برای اشتغال دانش‌آموختگان فراهم سازد؛ بنابراین، برای توسعهٔ کارآفرینی دانشگاهی، نیازمند آموزش مهارت‌هایی فارغ از دانش تئوری کلاس درس، مهارت‌های نسبی، ظرفیت‌های سازمانی، حل مسئله و کار تیمی هستیم

که موجب تقویت شخصیت دانشجویان می‌شود (۲۰) در چنین شرایطی تدوین برنامهٔ 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 در حوزهٔ 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.

## 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»، فصلنامهٔ مدیریت و توسعهٔ ورزش، ش ۳، ص۱۷-۳۹.

۲. پرتونیا، سهیلا. (۱۳۹۲). اهمیت و جایگاه کارآفرینی در سازمان‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکدهٔ علوم اداری و اقتصاد.

۳. حسن‌زاده ،حسن؛ میرسپاسی، ناصر؛ فقیهی، ابوالحسن؛ نجف بیگی، رضا؛ افشارکاظمی، محمدعلی. (۱۳۹۹). «ارائهٔ مدل نظام جذب، تأمین و تعدیل منابع انسانی کارآفرین محور در سازمان های دولتی ایران»، نشریهٔ مدیریت بهره‌وری فراسوی مدیریت، دورهٔ ۱۴، ش ۵۲ ،ص ۹۶-۷۵.

۴. شریف‌زاده، فتاح؛ رضوی، سید مصطفی؛ زاهدی، شمس‌السادات؛ نجاری، رضا. (۱۳۸۸). «طراحی و تبیین الگوی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعهٔ موردی: دانشگاه پیام نور)»، نشریهٔ توسعهٔ 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»، فصلنامهٔ علمی پژوهشی مدیریت ورزشی، ش۶، ص ۱۱۹- ۱۰۱.

۶. فرهمند مهر، عباس؛ شریفی فر، فریده؛ نیک‌بخش، رضا. (۱۳۹۸). «طراحی و تبیین چارچوب اکوسیستم کارآفرینی در ورزش»، فصلنامهٔ مدیریت و توسعهٔ ورزش، ش ۱، ص ۸۳-۶۴.

۷. قادری، اسماعیل. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مهارت‌های کارآفرینانه مدیران و اثربخشی سازمانی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استان قم، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه پردیس قم.

۸. گودرزی، مهدی؛ خالویی، فرزانه. (۱۳۹۸). «راهکارهای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزهٔ علوم انسانی و اجتماعی براساس یک مطالعهٔ چند موردی»، نشریهٔ رشد فناوری، دورهٔ 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»، فصلنامهٔ 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 (مطالعهٔ موردی: دانشگاه ارومیه)»، نشریهٔ نخبگان علوم و مهندسی، دورهٔ ۴، ش ۴، ص ۹۴-۹۰.

۱۱. مجیدی دیزج، حسن؛ خسروی، کیانوش. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر عوامل شخصیتی و تسهیل‌گرهای محیطی بر انگیزه‌های کارآفرینی»، نشریهٔ مدیریت بازاریابی، دوره ۱۴، ش ۴۲، ص ۱۱۶-۱۰۱.

۱۲. ملکی، بهاره. (۱۳۸۸). «کارآفرینی در دانشگاه‌ها»، ماهنامهٔ تدبیر، سال هجدهم، ش۱۸۲، ص ۴۲-۳۶.

۱۳. مندعلی‌زاده، زینب؛ هنری، حبیب. (۱۳۸۹). «بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش به عنوان حوزه‌ای میان‌رشته‌ای»، فصلنامهٔ 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 $\chi 2$-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