

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی
دوره ۷، شماره ۲۷، زمستان ۱۳۹۸
ص ص: ۱۳۰-۱۱۷

شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی (مطالعه موردی دانشکده‌های علوم ورزشی)

میرحسین سیدعامری^۱ - رضا محمدکاظمی^۲ - فریده حسین زاده^{۳*}

۱. استاد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران ۲. دانشیار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه

تهران، تهران، ایران ۳. دانشجوی دکتری، مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۱۲، تاریخ تصویب: ۱۳۹۸/۰۷/۲۰)

چکیده

تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر و تحول در رسالت دانشگاه‌ها شده است. کارآفرینی دانشگاهی از رسالت‌های جدید دانشگاه‌ها پس از رسالت‌های آموزش و پژوهش است. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی در دانشکده‌های علوم ورزشی بود. جامعه پژوهش شامل خبرگان کارآفرینی دانشگاهی در دانشکده‌های علوم ورزشی بود که ۱۲ نفر از آنها از طریق نمونه‌گیری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند و با آنها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. آنگاه متن مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی مستلزم توجه به سه مقوله اصلی و یازده زیرمقوله شامل مقوله‌های اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی (۵ زیرمقوله)، مقوله‌های فرهنگی و اجتماعی (۴ زیرمقوله) و مقوله‌های قانونی، سیاسی و اقتصاد کشور (۲ زیرمقوله) است. این یافته‌ها می‌تواند دیدگاه‌های جدیدی برای محققان و متخصصین مانند سیاستگذاران، مربیان کارآفرینی و رهبران آموزشی ایجاد کند.

واژه‌های کلیدی

کارآفرینی دانشگاهی، کارآفرینی ورزشی، قصد کارآفرینی.

مقدمه

تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر و تحول در رسالت دانشگاه‌ها شده است. بدین صورت که رسالت اولیه آنها که آموزش است، به سمت پژوهش رفته و با تحول‌های بعدی باز به سمت کارآفرینی^۱ تغییر جهت داده است. بنابراین، کارآفرینی دانشگاهی^۲ از رسالت‌های جدید دانشگاه‌ها پس از رسالت‌های آموزش و پژوهش است (۶). از همین رو، از کارآفرینی دانشگاهی در کنار علم دانشگاهی، بسان موتور دوگانه رشد در اقتصاد دانش‌بنیان یاد کرده‌اند. کارآفرینی دانشگاهی افزون بر فرصت‌سازی برای مشارکت دانشگاهیان و دانشگاه در توسعه اقتصادی دانش‌بنیان و پاسخگویی به نیازهای جامعه، می‌تواند به تأمین نیازهای روزافزون مالی دانشگاه‌ها و سودرسانی مالی به دانشگاهیان در نتیجه کسب درآمد از محل فعالیت‌های تجاری و پیشبرد روند توسعه حرفه‌ای آنان در نتیجه سهم شدن در فرایند کارآفرینی و تعامل حرفه‌ای بسان فرصتی برای یادگیری تجربی کمک کند (۷). بنابراین، دانشگاه‌ها باید کارآفرینانه عمل کرده و نتایج فعالیت‌های پژوهشی را تجاری‌سازی کنند و در نهایت ابتکار جدیدی از جمله ایجاد شرکت‌های مبتنی بر دانش را ایجاد کنند. به طور کلی، دانشگاه‌ها باید بتوانند ارتباط مناسبی بین دانشگاه، کارآفرینان و صنعت ایجاد کنند (۲۹).

انواع کارآفرینی شامل کارآفرینی فردی و گروهی است، کارآفرینی فردی شامل ۱. کارآفرینی مستقل و ۲. کارآفرینی سازمانی است و کارآفرینی گروهی شامل ۱. کارآفرینی شرکتی و ۲. کارآفرینی اجتماعی است (۱۱، ۳). در واقع کارآفرینی دانشگاهی برآیند تلاقی دو جریان یادشده، یعنی کارآفرینی سازمانی و نظام نوین آموزش عالی و پژوهشی جدید بوده و چند سالی است مورد توجه تمام

کشورهای پیشرفته در دنیا است (۶). بنابراین کارآفرینی دانشگاهی شکلی از سرمایه‌داری دانشگاهی است. شناسه‌های کارآفرینی در چهار زمینه متمرکزند: ۱. ویژگی‌های فردی، ۲. شناسه‌های سازمانی، ۳. شناسه‌های نهادی و ۴. شناسه‌های بیرونی. تحقیقات انجام‌گرفته در زمینه ویژگی‌های فردی، نشان می‌دهند از آنجا که کارآفرینی دانشگاهی انعکاسی از فعالیت‌های فردی است، بنابراین کارآفرینی دانشگاه به شخصیت‌ها، خصوصیات و توانایی هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی افراد مربوط می‌شود. پژوهش‌های مربوط به شناسه‌های سازمانی بیشتر بر تحلیل در سطح سازمان و اثر نیروهای محیطی بر کارآفرینی دانشگاهی متمرکز شده‌اند. در این بخش، فعالیت کارآفرینی دانشگاهی برابر با وجود منابع دانشگاهی است.

این منابع شامل هزینه‌های تحقیق و توسعه، وجود محققان پیشرو، دفاتر انتقال فناوری و مراکز رشد دانشگاهی است.

شناسه‌های نهادی نشان می‌دهند، فعالیت کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌هایی که دارای محیطی هستند که فعالیت کارآفرینانه را می‌پذیرند، بیشتر است. محیط نهادی شامل مواردی مانند فرهنگ دانشگاه، هنجارهای اجتماعی، نگرش‌ها و رفتارهای اعضای هیأت علمی، نظام‌های پاداشی که در ازای تجاری‌سازی تحقیقات پرداخت می‌شود و روش‌ها و سیاست‌های انتقال فناوری است. شناسه‌های بیرونی، فعالیت کارآفرینی دانشگاهی را تحت تأثیر عوامل پیرامونی دانشگاه مانند تصویب قانون بای-دول، دسترسی به منابع سرمایه‌ای برای ایجاد کسب‌وکار و ... می‌دانند. بنابراین، کارآفرینی دانشگاهی هم درون‌زاد و هم برون‌زاد است. درون‌زادی و برون‌زادی ممکن است از نظر آنچه در

1. Entrepreneurship

2. Academic entrepreneurship

درون یک حوزه سازمانی اتفاق افتاده یا از خارج به آن وارد شده است، تعریف شود (۲).

کارآفرینی ورزشی^۱ نیز به عنوان رویکرد نوین و مشارکت‌کننده در جهت توسعه پایدار جوامع در نظر گرفته شده است، چراکه کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای داشته باشد. علاوه بر این کارآفرینی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند (۱۶). از طرفی کارآفرینی در ورزش می‌تواند با در نظر گرفتن محیط رقابتی در برنامه‌های ورزشی، توسعه باشگاه‌ها، ساخت اماکن ورزشی و تجهیزات ورزشی در جهت کمک به سلامت جامعه و پایداری و استمرار کسب‌وکارهای ورزشی نقش مهمی داشته باشد. مشخصه اصلی کارآفرینی ورزشی، نوآوری، خطرپذیری و بیش‌فعالی است که کارآفرینان ورزشی، همانند مالکان کسب‌وکارهای ورزشی، بازیکنان و ستارگان دنیای ورزش و حتی دولت‌ها در این فرایندها درگیرند. بنابراین کارآفرینی در حیطه ورزش، سطوح مختلفی از افراد، سازمان و گروه‌ها را در برمی‌گیرد. در مقایسه با زمینه‌های دیگر، علوم ورزشی به لحاظ پوشش، نقش اقتصادی و اجتماعی و ویژگی‌هایی که در افراد توسعه می‌دهد، منحصربه‌فرد است. بیشتر دانشجویان و استادان علوم ورزشی با ورزش به روش‌های مختلف، به‌طور مستقیم (از طریق ورزش) یا غیرمستقیم (از طریق مدیریت ورزش)، و دارای تعدادی از مشخصات مرتبط با کارآفرینی، مانند عزت، انگیزه و مقاومت در ارتباط هستند، که می‌تواند از طریق آموزش و تبدیل به اقدامات کارآفرینی حداکثر شود (۲۳).

حسینی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خود با عنوان «ارائه الگوی کارآفرینی دانشجویان برای دانشگاه فنی و

حرفه‌ای» نشان دادند که کارآفرینی دانشجویان دانشگاهی در بعد ساختاری شامل مؤلفه چشم‌انداز کارآفرینانه (۸ شاخص)، ساختار حمایتی (۵ شاخص) و نظام پژوهشی (۷ شاخص)؛ بعد فرایندی شامل دو مؤلفه رهبری کارآفرینانه (۸ شاخص) و فرایند تجاری‌سازی (۶ شاخص)؛ بعد رفتاری شامل دو مؤلفه قابلیت ارتباطی و شبکه‌سازی (۵ شاخص) و فرهنگ نوآوری (۱۰ شاخص) و بعد توسعه‌ای شامل سه مؤلفه شایستگی‌های کارآفرینانه (۵ شاخص)، برنامه‌ریزی درسی (۸ شاخص) و فرایند یاددهی-یادگیری (۸ شاخص) است (۴).

محمدزاده و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق خود نشان دادند که سطح تجربه، سرمایه فیزیکی، حمایت‌های مالی و غیرمالی دولت، نگرش به کارآفرینی، ارزش‌های ذهنی و باور به خودکارآمدی تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت کارآفرینان داشته است. همچنین متغیر سطح تحصیلات نیز دارای تأثیر منفی و معنادار بر سطح موفقیت کارآفرینان بوده است (۱۲). ربیعی و دلباز (۱۳۹۱) در پژوهش خود نشان دادند که شاخص‌های محتوای درسی و فضای دانشگاهی بر کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان مؤثرند. اما شاخص فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی بر کارآفرینی در دانشجویان این دانشگاه تأثیری ندارد (۵). بابا امانامه^۲ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی، در تحلیل نتایج رگرسیون چندگانه استاندارد نشان دادند که ۶ مورد از ۲۳ عامل بررسی‌شده در این تحقیق به‌طور قابل توجهی روی قصد دانشجویی کارآفرینی تأثیر گذاشته است.

تجزیه و تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که قرار گرفتن در معرض دیگر کارآفرینان و شبکه‌های باتجربه، مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده اهداف کارآفرینی دانشجویان است (۱۵).

را تعدیل کرد. این مطالعه به این نتیجه رسیده است که توسعه نگرش‌های کارآفرینی جامع در میان جامعه دانشگاهی فرایندی تدریجی است که درون سازمان نیاز به مشارکت فعال مدیران دانشگاه، کارکنان دانشگاهی و دانشجویان و ارتباطات صنعت دانشگاهی و دولتی دارد (۲۷). شعیب فاروق^۵ و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی اثر مهارت‌های کارآفرینی و ایجاد اشتیاق خانواده روی قصد کارآفرینی پرداختند. یافته‌های این تحقیق مطالعات قبلی را تأیید می‌کند، زیرا مهارت‌های کارآفرینی نقش مهمی در قصد کارآفرینی ایفا می‌کنند (۲۸). بایلاند و مک کافری^۶ (۲۰۱۵) می‌نویسند عواملی از قبیل ریسک سیاسی که برآمده از نهادهای سیاسی جامعه است، از مهم‌ترین عوامل سیاسی است که بر فعالیت کارآفرینی اثر می‌گذارد (۱۷). جهانگیری فارسی^۷ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان دادند که عوامل سازمانی رسمی مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی عبارت‌اند از: ۱. قوانین، ساختار و حکومت دانشگاه، ۲. برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و تجاری، ۳. روابط دانشگاه و صنعت، ۴. سیاست‌ها و مقررات، ۵. قوانین مالکیت معنوی و ۶. ساختار آموزشی و تحقیق دانشگاه، درحالی‌که عوامل سازمانی غیررسمی عبارت‌اند از: ۱. روش قواعد اجباری، ۲. ملاحظات سیاسی، ۳. الگوهای نقش و سیستم پاداش دانشگاهی و ۴. نگرش دانشگاه نسبت به کارآفرینی (۱۸). پیکسوتو نیا^۸ (۲۰۱۳)، در تحلیل نیات کارآفرینانه نشان داد که ارزش منفی و معناداری از هنجارهای ذهنی وجود دارد، نگرش‌ها و کنترل رفتاری درک شده متغیرهایی هستند که نفوذ بیشتری دارند. سپس، نقش برنامه درسی کارشناسی در مسیرهای کارآفرینی دانشجویان سابق تجزیه و تحلیل شد. سه نیمرخ متمایز ظاهر

گونزالز سرنانو^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود نشان دادند، که بین دانشجویان علوم ورزشی اسپانیا و لیتوانی اختلاف قابل توجهی وجود دارد. دانش‌آموزان لیتوانی در متغیرهای قصد کارآفرینی، کنترل رفتار ادراک شده و جذابیت حرفه‌ای، تأثیر معنادار بیشتری دارند. علاوه بر این، متغیرهایی که قصد کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کنند و ضرایب مسیر معینی متغیرها نیز به‌طور شایان توجهی متفاوت‌اند. بنابراین مقررات علوم ورزشی در لیتوانی و اسپانیا باید از سیاست‌های آموزشی مختلفی با هدف افزایش قصد کارآفرینی و افزایش تعداد کارآفرینان پیروی کنند و ایجاد سیاست‌های آموزشی کافی برای تقویت کارآفرینی در ورزش در سراسر کشور می‌تواند تعداد کارآفرینان در بخش‌های ورزشی را بهبود بخشد؛ در نتیجه، نرخ بیکاری جوانان کاهش خواهد یافت (۱۹). نیا^۲ و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که هر دو نگرش درک شده و کنترل رفتاری درک شده تأثیرات مثبتی بر روی اهداف کارآفرینی دارند، درحالی‌که تأثیر هنجارهای ذهنی منفی است (۲۳). عبدالسلام طه^۳ و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی نشان دادند که نوآوری، آموزش و آموزش کارآفرینی، زمینه خانواده، برنامه حمایت دولت، کارآفرینی اجتماعی، مشارکت زنان، ویژگی‌های فردی کارآفرینی، مشارکت شرکت‌های کوچک، متوسط، توانمندسازی جوانان، همکاری صنعت دولتی، ابزار اصلی توسعه کارآفرینی است (۱۳). سنلوا^۴ (۲۰۱۷) در رساله خود نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه، شبکه شخصی و حرفه‌ای، همکاری با صنعت، به‌طور چشمگیری بر ایجاد شرکت‌های اسپین-اف^۵ دانشگاه تأثیر می‌گذارد. شناسایی و شناخت فرصت‌ها و عوامل مرتبط با آن، اهداف کارآفرینی آکادمیک و ایجاد شرکت‌های اسپین-اف دانشگاه

5. Shoaib Farooq

6. Bylund & McCaffery

7. Farsi Jahangir

8. Peixoto Naia

1. Gonzalez Serrano

2. Naia

2. Abdul Salam Taha

3. Senelwa

4. Spin-off

دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک این مطلب است که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ای نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی است که پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر بگذارد و در حل مسائل عملی آن محدوده تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل کند (۸).

قصد کارآفرینی^۳، کلید درک فرایند کارآفرینی است و می‌تواند به عنوان اولین قدم در روند طولانی و پیچیده کارآفرینی در نظر گرفته شود (۲۲). کارآفرینی فرایندی ارادی و از روی قصد است که تعداد زیادی از آن نیات حداقل یک سال قبل از ایجاد سرمایه‌گذاری جدید تشکیل شده‌اند. این تعریف بر وجود رابطه بین کارآفرینی و قصد اذعان دارد (۱۰). متأسفانه بیشتر تحقیقات کارآفرینی توجه خود را معطوف فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار (مرحله بعد از تصمیم‌گیری) کرده و مرحله تصمیم‌گیری را مورد غفلت قرار داده‌اند. این در حالی است که به‌طور واضح قبل از مرحله راه‌اندازی مرحله تصمیم‌گیری قرار دارد. با این حال، مطالعات اندکی از لحاظ تجربی یک ساختار کارآفرینی ورزشی را توسعه داده و آزمایش کرده‌اند و پژوهش‌های مفهومی یا تجربی کمی برای درک شرایطی که کارآفرینی ورزشی را تولید می‌کنند، اختصاص داده شده است (۲۶). درحالی‌که ورزش‌ها، به شکل فزاینده‌ای در جامعه معاصر، محرک توسعه مهم اقتصادی و اجتماعی در سراسر جهان هستند (۲۵). هاردی^۴ (۱۹۹۷) اهمیت تحلیل ورزش از دیدگاه کارآفرینی را برجسته می‌کند و معتقد است تحقیقات باید این گرایش را دنبال کند (۲۱). با توجه به آنچه گفته شد و با توجه به بالا بودن میزان بیکاری در کشور و اینکه دانشجویان نیز به‌خوبی این موضوع را درک کرده‌اند که در بیرون از دانشگاه شغل آماده‌ای منتظر آنان

شد: ۱. رواج آموزش دوره‌های کارشناسی، ۲. رواج آموزش مداوم و ۳. نفوذ خانواده و ارتباط با زمینه حرفه‌ای (۲۴). علی^۱ و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهش خود به این موضوع اشاره کردند که رسانه‌ها با انعکاس داستان موفقیت کارآفرینان و... می‌توانند نقش مولد را در ترویج کارآفرینی بازی کنند (۱۴). در مطالعه گوتنر^۲ و همکاران (۲۰۱۲) عوامل اقتصادی به‌عنوان عوامل پیش‌زمینه

و عوامل نگرش به کارآفرینی، ارزش‌های ذهنی و باور به خودکارآمدی به‌عنوان عوامل نهایی مؤثر بر قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه بررسی شده است (۲۲).

با توجه به اینکه میزان رشد بیکاری در ایران ۱۵/۵ درصد است و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ۱۸ درصد از جمعیت جویای کار را تشکیل می‌دهند، بنابراین برای دستیابی به رشد اقتصادی و کاهش میزان بیکاری، تشویق افراد به کارآفرینی و آموزش نسل جدید کارآفرینان ضروری است (۱۰). یکی از چالش‌های پیشروی جوامع مختلف، دانش‌آموختگانی هستند که توانایی فردی و مهارت لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار را ندارند. این امر، آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‌سازد. آنچه مسلم است، این آماده‌سازی نباید بعد از فارغ‌التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر، لازم است طی فرایند و حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم شده و موانع و محدودیت‌ها برطرف شوند. یکی از مهم‌ترین این اقدامات تحت تأثیر قرار دادن نگرش و نیات کارآفرینانه دانشجویان است (۱). در این زمینه، مراکز آموزش عالی به‌عنوان متولیان اصلی آموزش کشور باید با برخورداری از شناختی جامع از فرایند کارآفرینی زمینه پرورش خلاقیت‌های کارآفرینانه را در میان دانشجویان مساعد کنند (۹). شاید تغییر رویکرد

3. entrepreneurial intention
4. Hardy

1. Ali
2. Goethner

که با روش تحقیق کیفی و تجزیه و تحلیل داده‌ها آشنایی کافی داشت، نیز استفاده شد تا کلیه مراحل و فرایند تحلیل داده‌ها را بررسی و تأیید کند که در نهایت قابلیت اطمینان پژوهش نیز حاصل شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

از میان کل شرکت‌کنندگان در مطالعه، سه نفر زن و مابقی مرد بودند. هفت نفر از مصاحبه‌شوندگان عضو هیأت علمی دانشکده علوم ورزشی و پنج نفر رئیس دانشکده علوم ورزشی بودند.

براساس نتایج پژوهش، از نگاه مصاحبه‌شوندگان عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی شامل یک سری مقوله‌های اصلی و زیر مقوله‌ها و زیرمقوله‌های فرعی است که در زیر به آنها اشاره می‌شود.

مقوله اصلی ۱ (اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی): گزاره‌های مفهومی مرتبط با کارآفرینی دانشگاهی در پنج زیرمقوله کدگذاری و دسته‌بندی شدند که در جدول ۱ ارائه و در زیر فهرست شده‌اند. بعضی از روایت‌های شرکت‌کنندگان در مصاحبه، در انتهای توضیح‌های مربوطه به هر مقوله آمده است.

توانمندسازی و ویژگی‌های شخصیتی دانشجو: از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان توانمندسازی و ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان شامل زیرمقوله‌های فرعی (ویژگی‌های شخصیتی، دغدغه‌مند و مطالبه‌گر ساختن، علاقه‌مند و مصمم ساختن، آگاهی دادن نسبت به کسب‌وکارهای مختلف، امید دادن و تقویت اعتمادبه‌نفس، آماده ساختن برای ورود به دنیای کسب‌وکار) است که این را یکی از مقوله‌های مهم در تصمیم یک دانشجو برای شروع کسب‌وکار می‌دانستند. "درون این افراد یک چیزی وجود دارد، یعنی خودش خواستار این کار بوده و به سمت

نیست و خود باید به فکر ایجاد کسب‌وکار باشند، شناسایی اینکه چه عوامل و عناصری سبب می‌شود تا یک فارغ‌التحصیل علوم ورزشی تصمیم بگیرد که از میان گزینه‌های شغلی مختلف راه‌اندازی یک کسب‌وکار را انتخاب کند، ضرورت می‌یابد.

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع مطالعات کیفی و با ماهیت اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل خبرگان کارآفرینی دانشگاهی در دانشکده‌های علوم ورزشی است. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. پس از انتخاب افراد، داده‌ها از طریق ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شد. در مجموع مصاحبه با ۱۲ نفر از مصاحبه‌شوندگان به حد اشباع رسید و دیگر داده‌های جدیدی تولید نشد. گوبا و لینکلن^۱ (۱۹۹۴) نیز بیان داشتند که در یک مطالعه که با دقت هدایت شده و در آن انتخاب نمونه به صورت تکاملی و تعاقبی بوده است، با حدود ۱۲ شرکت‌کننده به نقطه اشباع نظری رسید و احتمالاً این تعداد بیشتر از ۲۰ نفر نخواهد شد (۲۰). برای تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه از روش تحلیل محتوا (استخراج مفاهیم و مقوله‌ها از گزاره‌های کلامی) و سلسله‌مراتب کدگذاری باز، کدگذاری محوری و انتخابی، استفاده شد. برای روایی صوری و محتوایی سؤال‌های مصاحبه قبل از شروع کار با چند نفر از استادان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران مشورت صورت گرفت. همچنین برای میزان پایایی سؤال‌های مصاحبه از تکنیک پایایی همزمان که بر مقایسه و هم‌افزایی مشاهدات همزمان تأکید دارد، استفاده شد. به منظور تعیین اعتبار داده‌ها از راهبردهایی همچون بازبینی مصاحبه‌شوندگان و بازبینی پژوهشگران همکار استفاده شد. برای قابلیت اطمینان در پژوهش حاضر از یک ناظر خارجی

کارآفرینی آمده و ما کمکش کردیم که با سرعت بیشتری به اون چیزی که می‌خواهد برسد."

حمایت و همراهی صف و ستاد دانشگاه:

شرکت‌کنندگان در مصاحبه حمایت و همراهی صف و ستاد دانشگاه را یکی از موارد مهم در تصمیم یک فرد برای شروع کسب‌وکار در نظر گرفتند که این زیرمقوله از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان دارای زیر مقوله‌های فرعی (اطلاعات و دانش کارآفرینی مدیران، استادان و کارمندان، فلسفه فکری و نگرش مدیران و استادان و کارمندان دانشگاه نسبت به کارآفرینی، مهارت استادان در تجاری‌سازی دانش، حمایت دانشگاه از دانشجویان صاحب ایده، فرهنگ تجربه‌محوری استادان) است. "استادها هم باید در ارتباط با کارآفرینی دانش و اطلاعات لازم را داشته باشند، یعنی هر استادی هر چی درس می‌دهد فیزیک، شیمی،... جلسه آخر باید تجاری‌سازی آن را درس بدهد هر استادی باید خودش این رو بلد باشد."

سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دانشگاه: توجه به مبحث

سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دانشگاه که شامل زیرمقوله‌های فرعی (انتخاب مدیران عالی دانشگاه از کارآفرینان یا متخصصان کارآفرینی، آیین‌نامه‌های ابلاغی جهت آموزش تجربه‌محور به دانشگاه‌ها، سرفصل مطالب درسی، بودجه اختصاصی، برنامه‌های ارتباط با صنعت متخصص بودن مسئولان نهادهای کارآفرینی دانشگاه، معرفی تیم‌های موفق دانشگاهی، دادن امتیاز به عملیاتی کردن موضوعات موجود در صنعت در مقطع تحصیلات تکمیلی) است، از نظر مصاحبه‌شوندگان یکی از بخش‌های اصلی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی محسوب می‌شود. "به نظر من رسیدن به دانشگاه کارآفرین شکل پیچیده‌ای دارد. این موضوع در سطح فرد نیست که مثلاً من چیکار می‌توانم بکنم یا شما چیکار می‌توانید بکنید، به نظر من باید ساختار کل دانشگاه‌ها بازنگری شود."

ساختار: تدارک زیرساخت‌های و تجهیزات شامل زیرمقوله فرعی (وجود زیرساخت‌ها و عوامل فیزیکی، وجود نهادهای و مراکز کارآفرینی (مرکز کارآفرینی، مرکز رشد و- شتاب‌دهنده) است، که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کردند. "اگر دانشجویی قصد حرکت به سمت کارآفرینی را داشته باشد، باید یک سری از نهادهای حامی کارآفرینی داخل دانشگاه موجود باشد که بتواند به این کمک کند که بالغ شود و ان داستان کارآفرینی را به پیش ببرد."

انتقال دانش کارآفرینی: اکثر مصاحبه‌شوندگان به

ایجاد محیط پویا و تعاملی بین کارآفرینان و دانشجویان و استادان و اشتراک دانش بین آنها به‌عنوان یکی از مقوله‌های مهم در تصمیم یک فرد برای شروع کسب‌وکار اشاره کردند که از دیدگاه شرکت‌کنندگان انتقال دانش کارآفرینی شامل زیرمقوله‌های فرعی (جلسات هم‌اندیشی، نشست بین کارآفرینان-استاد و دانشجو، برگزاری نمایشگاه کار، برگزاری کارگاه آموزشی، نزدیک شدن به فضای کسب‌وکار تیم‌های کارآفرین، نشر کتاب‌هایی از زندگینامه کارآفرینان دانشگاهی، برگزاری جلساتی با خانواده‌های دانشجویان صاحب ایده) است. "ما بیاییم دانشجویان را در فضای کم‌ریسکی به تیم‌های کارآفرین موفق نزدیک بکنیم مثلاً تپسی دارد کار می‌کند ما این امکان را ایجاد بکنیم که اینها در کارآموزی‌های تپسی باشند یعنی بروند کار را نگاه بکنند و ببینند چیکار می‌کنند."

مقوله اصلی ۲ (عوامل فرهنگی و اجتماعی): گزاره‌های

مرتبط با عوامل فرهنگی و اجتماعی در چهار زیرمقوله تقسیم‌بندی شد، که در جدول ۱ ارائه و در زیر فهرست شده‌اند.

خانواده: مصاحبه‌شوندگان نقش خانواده را به‌عنوان یکی

از مهم‌ترین عوامل در ارتباط با تعیین عوامل مؤثر بر قصد و نیت یک فرد برای شروع یک کسب‌وکار بیان کردند. گفته‌ها حاکی از آن است که نگرش صحیح دایره نزدیک

کارآفرینان در ارتقای جایگاه خود، نگرش کارآفرینی در جامعه، برند کردن افراد کارآفرین است. "باید تو جامعه جایگاه یک کارآفرین و ارزش این جایگاه مشخص شود ببینید در کشورهای توسعه یافته یک بیزینس من از یک کسی که در یک جای دولتی مدیر است با ارزش تر محسوب می شود".

مقوله اصلی ۳ (عوامل قانونی و سیاسی و اقتصادی): گزاره های مرتبط با عوامل قانونی و سیاسی و اقتصادی در دو زیرمقوله تقسیم بندی شد، که در جدول ۱ ارائه و در زیر فهرست شده اند.

حمایت قانونی و سیاسی: برخی مصاحبه شوندهگان ادعا داشتند که در خصوص توسعه کارآفرینی دانشگاهی باید حمایت قانونی و سیاسی لازم هم تدارک دیده شود. از دید شرکت کنندگان حمایت قانونی و سیاسی شامل زیرمقوله های فرعی: انتخاب مدیران و مسئولان کلیدی از کارآفرینان و متخصصان کارآفرینی، تدوین قوانین جامع کارآفرینی، مشورت گرفتن از کارآفرینان و متخصصان این امر در تصمیمات بزرگ کشوری، کارآفرین بودن و نگرش کارآفرینی سیاستمداران است. "تو سطح کلان باید کارآفرینان و متخصصان این امر بیشتر تو مسئولیت های کلیدی دیده شوند و تو تصمیمات حتی بزرگ کشوری بیشتر دخالت داده شوند".

حمایت های اقتصادی: تعدادی از مصاحبه کنندگان عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی را منوط به بالا بودن میزان بیکاری جوانان، انعطاف در سیستم های مالیاتی و بیمه ای، اختصاص وام و تسهیلات بلندمدت و بودجه اختصاصی به زیرساخت های کارآفرینی کشور می دانستند. "اگر یک نفر در نظر دارد کارآفرینی بکند به این فرد تسهیلات بدهیم کمکش کنیم بستر را برایش فراهم کنیم نه اینکه جلوی پایش سنگ بیندازیم".

نسبت به کارآفرینی، حمایت خانواده و اطرافیان، تربیت فرزندان خلاق، فرصت آزمون و خطا دادن خانواده به فرزندان می تواند در آینده روی تصمیم فرزند برای کارآفرین شدن تأثیر داشته باشد. "ذهنیت تو بچگی ایجاد می شود به نظر من از بچگی باید کار بشود حتی می گویند شما موقعی که دارید برای بچه خودت قصه تعریف می کنید، مثلاً به جای اینکه قصه ی شنگول منگول رو تعریف کنید قصه کارآفرین موفق رو تعریف کن تا در ذهنش الگوهای موفقیت یک کارآفرین باشد".

مدرسه: مصاحبه شوندهگان (دانش و اطلاعات کارآفرینی معلمان و مدیران، سرفصل مطالب درسی، نگرش معلمان و مدیران به کارآفرینی، برنامه ریزی در سطح آموزش و پرورش برای کارآفرینی) را به عنوان زیرمقوله های فرعی مدرسه در کارآفرینی دانشگاهی اشاره کردند. "مثلاً افرادی که به دانشگاه می آیند قبل از این در مدرسه اصلاً درباره کارآفرینی چه چیزهایی شنیدند".

رسانه: توجه به نقش رسانه که شامل زیرمقوله های فرعی: تمرکز رسانه روی کارآفرینان موفق (سریال تلویزیونی، اخبار، کارتون...)، طراحی سایت کارآفرینان، کانال های مجازی کارآفرینی، کتاب های منتشر شده از زندگینامه کارآفرینان است که از نظر مصاحبه شوندهگان رسانه یکی از موارد دیگر است که باید مورد توجه قرار گیرد. "یک بخشی هم مربوط به کار رسانه است ما چند تا برنامه خوب تو حوزه های مربوط به کارآفرینی داریم ما چند تا سریال درباره زندگی یک کارآفرین داریم چند تا فیلم سینمایی درباره زندگی یک کارآفرین ساختیم".

فرهنگ: بیشتر مصاحبه شوندهگان معتقد بودند که ارزش ها و هنجارهای جامعه از مهم ترین عواملی است که می تواند باعث توسعه کارآفرینی دانشگاهی شود. از دید مصاحبه شوندهگان فرهنگ شامل زیرمقوله های فرعی: ارزش دادن به کارآفرین و کارآفرینی در فرهنگ جامعه، اهتمام

جدول ۱. مقوله‌های اصلی و فرعی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوبی	کدگذاری باز
		ویژگی‌های شخصیتی دغدغه‌مند و مطالبه‌گر ساختن علاقه‌مند و مصمم ساختن آگاهی دادن نسبت به کسب‌وکارهای مختلف امید دادن و تقویت اعتمادبه‌نفس آماده ساختن برای ورود به دنیای کسب‌وکار
	توانمندسازی و ویژگی‌های شخصیتی	اطلاعات و دانش کارآفرینی مدیران، استادان و کارمندان فلسفه فکری و نگرش مدیران و استادان و کارمندان دانشگاه نسبت به کارآفرینی مهارت استادان در تجاری‌سازی دانش حمایت دانشگاه از دانشجویان صاحب ایده فرهنگ تجربه‌محوری استادان
	حمایت و همراهی صف و ستاد دانشگاه	انتخاب مدیران عالی دانشگاه از کارآفرینان یا متخصصان کارآفرینی آیین‌نامه‌های ابلاغی جهت آموزش تجربه‌محور به دانشگاه‌ها سرفصل مطالب درسی بودجه اختصاصی برنامه‌های ارتباط با صنعت متخصص بودن مسئولان نهادهای کارآفرینی دانشگاه معرفی تیم‌های موفق دانشگاهی دادن امتیاز به عملیاتی کردن موضوعات موجود در صنعت در مقطع تحصیلات تکمیلی
اکوسیستم دانشگاهی کارآفرینی	سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دانشگاه	وجود زیرساخت‌ها و عوامل فیزیکی در دانشگاه وجود نهادها و مراکز کارآفرینی (مرکز کارآفرینی - مرکز رشد - شتاب‌دهنده)
	ساختار	جلسات هم‌اندیشی نشست بین کارآفرینان، استاد و دانشجو برگزاری نمایشگاه کار برگزاری کارگاه آموزشی نزدیک شدن به فضای کسب‌وکار تیم‌های کارآفرین نشر کتاب‌هایی از زندگینامه کارآفرینان دانشگاهی برگزاری جلساتی با خانواده‌های دانشجویان صاحب ایده
	انتقال دانش کارآفرینی	نگرش صحیح دایره نزدیک نسبت به کارآفرینی حمایت خانواده و اطرافیان تربیت فرزندان خلاق فرصت آزمون و خطا دادن خانواده به فرزندان
	خانواده	
عوامل فرهنگی - اجتماعی		

ادامه جدول ۱. مقوله‌های اصلی و فرعی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوبی	کدگذاری باز
	مدرسه	دانش و اطلاعات کارآفرینی معلمان و مدیران سرفصل مطالب درسی نگرش معلمان و مدیران به کارآفرینی برنامه‌ریزی در سطح آموزش و پرورش برای کارآفرینی
عوامل فرهنگی - اجتماعی	رسانه	تمرکز رسانه روی کارآفرینان موفق (سریال تلویزیونی، اخبار، کارتون...) طراحی سایت کارآفرینان کانال‌های مجازی کارآفرینی کتاب‌های منتشرشده از زندگینامه کارآفرینان
	فرهنگ	ارزش دادن به کارآفرین و کارآفرینی در فرهنگ جامعه اهتمام کارآفرینان در ارتقای جایگاه خود نگرش کارآفرینی در جامعه برند کردن افراد کارآفرین
عوامل قانونی - سیاسی - اقتصاد کشور	حمایت قانونی - سیاسی	انتخاب مدیران و مسئولان کلیدی از کارآفرینان و متخصصان کارآفرینی تدوین قوانین جامع کارآفرینی مشورت گرفتن از کارآفرینان و متخصصان این امر در تصمیمات بزرگ کشوری
	حمایت‌های اقتصادی	کارآفرین بودن و نگرش کارآفرینی سیاستمداران بالا بودن میزان بیکاری جوانان انعطاف در سیستم‌های مالیاتی و بیمه‌ای اختصاص وام و تسهیلات بلندمدت بودجه اختصاصی به زیرساخت‌های کارآفرینی کشور

بحث و نتیجه‌گیری

عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی در حوزه علوم ورزشی بود. مصاحبه‌های صورت‌گرفته با مشارکت‌کنندگان یافته‌های این پژوهش در خصوص سؤال اصلی این تحقیق نشان داد که عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان از دیدگاه خبرگان کارآفرینی توجه به سه مقوله اساسی از جمله اکوسیستم کارآفرینی دانشجویان، عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل قانونی - سیاسی - اقتصادی کشور است که هر یک از این مقوله‌ها دارای زیرمقوله‌های خاص خود هستند.

تصمیم‌گیری برای شروع فعالیت کارآفرینانه اهمیت بسزایی دارد. از آنجا که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی امری ارادی و آگاهانه است، می‌توان گفت که افراد با آگاهی ذهنی و قصد قبلی به شروع کسب‌وکار جدید مبادرت می‌ورزند. بنابراین قصد کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه قلمداد کرد. در این خصوص شناخت عوامل و عناصری که فرد را به راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل ترغیب کند، ضروری است. از این‌رو، هدف پژوهش با توجه به اهمیت و ضرورت کارآفرینی دانشجویان، مطالعه کیفی

سازمان یافته و دقیق برای گسترش رفتار کارآفرینی و فائق آمدن بر موانع و مشکلات موجود نیازمندند. از این رو دست‌اندرکاران و مسئولان مربوط باید با تأکید بر این جنبه مهم، سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم را تدارک ببینند، تا همین عامل به افزایش انگیزه دانشجویان تربیت بدنی در امر کارآفرینی منجر شود.

یافته دیگر این پژوهش در خصوص مقوله فرهنگی و اجتماعی که بیانگر چهار زیرمقوله از جمله خانواده، مدرسه، رسانه و فرهنگ بود. در خصوص این نتایج حسنی و همکاران (۱۳۹۷)، نیا و همکاران (۲۰۱۷)، عبدالسلام طه و همکاران (۲۰۱۶)، شعیب فاروق و همکاران (۲۰۱۶)، پیکسوتو نیا (۲۰۱۳)، علی و همکاران (۲۰۱۲) نیز نتایج مشابهی را گزارش کرده‌اند. درباره مقوله فرهنگی و اجتماعی قصد کارآفرینی دانشجویان می‌توان گفت که نوع نگرش والدین و ارزش‌هایی که براساس آنها فکر و عمل می‌کنند، در شکل‌گیری روحیه کارآفرینی فرزندان مؤثر است. والدینی که برای خلاقیت، نوآوری، تلاش و پشتکار ارزش قائل‌اند و کوشش اخلاق‌مدارانه برای به دست آوردن ثروت را مفید می‌دانند و در همین راستا نیز عمل می‌کنند، توانایی بیشتری برای پرورش فرزندان خواهند داشت که در آینده با قدرت خلاقیت، نوآوری و پشتکار و خطرپذیری بیشتر خود، دست به کارهای بزرگ می‌زنند. از طرف دیگر، ورود رسانه ملی به ایجاد فضای کسب‌وکار در پرتو آموزش‌های کاربردی، ایجاد انگیزش، فرهنگ‌سازی و بزرگداشت و تشویق شخصیت‌های کارآفرین، امری مهم است که در استقلال، خودکفایی، کارآفرینی و رونق تولید ملی اثرگذار است.

از این رو به نظر می‌رسد که توسعه فرهنگ کارآفرینی، ترویج و زمینه‌سازی برای آن، ضرورت جدید اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای هر کشور است و کارآفرینی چیزی نیست که یکباره و ناگهان در ذهن کسی ایجاد

یافته‌های به دست آمده از اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی در عوامل مؤثر بر تصمیم یک فرد برای شروع کسب‌وکار شامل پنج زیرمجموعه توانمندسازی و ویژگی‌های شخصیتی دانشجو، حمایت و همراهی صف و ستاد دانشگاه، سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دانشگاه، ساختار دانشگاه و اشتراک دانش بود. ربیعی و دل‌باز (۱۳۹۱)، پیکسوتو نیا (۲۰۱۳)، جهانگیری فارسی و همکاران (۲۰۱۴)، عبدالسلام طه و همکاران (۲۰۱۷)، سنلوا (۲۰۱۷)، گونزالز سرانو و همکاران (۲۰۱۸)، بابا امانامه و همکاران (۲۰۱۸) نیز به نتایجی اشاره کرده‌اند، که با این یافته همخوانی دارد. در خصوص مقوله اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی می‌توان گفت که عوامل دخیل در برنامه درسی از جمله استاد و دیگر افراد باید یک سری ویژگی‌ها داشته باشند تا یادگیری اثربخش شود، اول اینکه، استادان باید دانش و آگاهی لازم را در خصوص چگونگی تجاری‌سازی دانش و همچنین تسهیل یادگیری دانشجویان داشته باشند، آنها در بهره‌گیری از این روش آموزشی باید نقش سنتی خود را رها کنند و به عنوان یک برانگیزاننده و هدایت‌کننده ظاهر شوند، و دانشجویان را برای کشف ایده‌های جدید به شکل غیرمستقیم هدایت نمایند. محتوا و سرفصل دروس نیز باید متناسب با اهداف کارآفرینی تنظیم شوند و با برنامه‌ریزی صحیح سرفصل مطالب درسی، اتمسفر و جو دانشگاه را به سمت وسوی کارآفرینی هدایت کنند. بنابراین می‌توان گفت که هر کدام از عوامل اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی، اگر تقویت شوند، می‌توانند انگیزه‌ای برای ورود به فعالیت‌های دانشگاهی ایجاد کنند. همچنین می‌توانند به عنوان عاملی توانمند و حمایت‌کننده برای ترویج و تسهیل روند تصمیم‌گیری یک فرد برای شروع کسب‌وکار باشند. در چنین شرایطی، تولید و کارایی فعالیت‌های دانشگاهی نیز مناسب خواهد بود. به طور کلی دانشجویان تربیت بدنی به برنامه‌ای

دارند، لذا استفاده از نظرها و دیدگاه‌های آنها در ایجاد محیط پویا و همچنین در صورت امکان تفویض بعضی اختیارات و مسئولیت‌ها به آنها می‌تواند، اثربخش باشد.

به‌طور کلی می‌توان گفت، از آنجا که نسل امروزی یا سوم دانشگاه‌ها، به نام دانشگاه‌های کارآفرین با هدف تربیت نیروهای انسانی کارآفرین و ارتباط با صنعت در جامعه نقش‌آفرینی می‌کند، از این‌رو توجه به فراهم کردن بستر مناسب و روش‌های آموزشی کارآمد در پرورش شایستگی‌های کارآفرینی دانشجویان نقش بی‌بدیلی را در تسهیل استقرار این دانشگاه‌ها ایفا می‌کند. آنچه مسلم است هنوز فعالیت منسجم و سازمان‌یافته‌ای برای گسترش و شناساندن فرهنگ کارآفرینی، دست‌کم در حوزه تربیت بدنی جامعه مورد بررسی انجام نگرفته است. ایجاد مراکز رشد تخصصی تربیت بدنی و علوم ورزشی، حمایت از کسب‌وکارهای ایجادشده در حیطه تربیت بدنی، راه‌اندازی و پشتیبانی هسته‌های کارآفرینی در دانشکده‌های تربیت بدنی، برگزاری منظم دوره‌ها و کارگاه‌های ترویجی و توجیهی برای استادان و دانشجویان، معرفی چهره‌های موفق کارآفرینی در رشته تربیت بدنی، بازبینی سرفصل دوره‌های آموزشی براساس زمینه‌های شغلی و نیازهای روز، فراهم کردن شرایط برای برقراری ارتباط هرچه بیشتر با صنعت و بخش خصوصی، از مواردی هستند که می‌توانند ساختار فکری دانشکده‌ها و در نهایت دانشگاه‌ها را در جهت مثبت تغییر دهند. بنابراین به‌نظر می‌رسد که فعالیت‌های مختلف جهت تعلیم دانش و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان می‌بایست سرلوحه کار واحدهای آموزش عالی در سراسر کشور قرار گیرد. و این امر یکی از نیازهای اساسی جامعه ما محسوب می‌شود.

گردد؛ بلکه نتیجه فرایندی است که باید از ابتدای کودکی آغاز شده و به‌تدریج در دوره‌های بالاتر تکمیل شود. با توجه به اهمیت این امر واضح است که برای اتخاذ یک استراتژی کارآمد در امر آموزش کارآفرینی به کودکان و دانش‌آموزان، باید به طراحی الگوها و برنامه‌های آموزشی و درسی پرداخت.

در خصوص مقوله قانونی-سیاسی و اقتصادی کشور یافته‌ها بیانگر دو زیرمقوله فرعی مانند حمایت‌های قانونی-سیاسی و حمایت‌های اقتصادی بود. در خصوص این نتایج محمدزاده و همکاران (۱۳۹۶)، حسنی و همکاران (۱۳۹۷)، گوتمر و همکاران (۲۰۱۲)، بایلاند و مک کافری (۲۰۱۵) نیز نتایج مشابهی را گزارش کرده‌اند. در خصوص این مقوله می‌توان استدلال کرد کارآفرینی دانشگاهی نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت خارج از دانشگاه نیز است، از جمله اینکه مسئولان باید ضمن تخصیص بودجه و حمایت‌های مالی لازم برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی، باید با چشم‌انداز بلندمدت، نیروی انسانی متخصص و کارآمد کارآفرین را در تدوین سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های کشوری به‌کار بگیرند. از آنجا که کارآفرینی ورزشی نیز به‌عنوان رویکرد نوین و مشارکت‌کننده در جهت توسعه پایدار جوامع در نظر گرفته شده است، چراکه کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب‌وکار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای داشته باشد، علاوه بر این کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند. بدیهی است که کارآفرینان و متخصصان ورزش نسبت به بقیه عوامل دست‌اندرکار از نزدیک با چگونگی فرایند کارآفرینی سروکار

منابع و مآخذ

۱. امیری، علی‌نقی؛ مرادی، یزدان (۱۳۸۷). «نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن»، پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ش ۴۹، ص ۴۵-۶۷.
۲. پورشریعت، عیسی؛ محبوب، حسن؛ مصطفایی، مهرداد (۱۳۹۶). «بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه‌های ارتش (مطالعه موردی: دانشگاه هوانی شهید ستاری)»، فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۷، ص ۳۱-۴۳.
۳. جمشیدی کهساری، حمزه؛ قاسمی، میثم (۱۳۸۷). «کارآفرینی، مفاهیم، نقش‌ها و مهارت‌ها»، کارآفرینی در عرصه تئوری و عمل، ص ۵۵-۷۲.
۴. حسنی، زهره؛ ابوالقاسمی، محمود؛ مشبکی اصفهانی، اصغر (۱۳۹۷). «ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی برای دانشگاه فنی و حرفه‌ای»، پژوهش در نظام‌های آموزشی، ش ۱۲، ص ۱۲۳۴-۱۲۱۳.
۵. ربیعی، علی؛ دلباز، هانیه (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان»، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، ش ۱۴۹، ص ۳۴-۴۵.
۶. شریف‌زاده، فتاح؛ رضوی، سید مصطفی؛ زاهدی، شمس‌السادات؛ نجاری، رضا (۱۳۸۸). «طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام‌نور)»، توسعه کارآفرینی، ش ۲، (۶)، ص ۳۸-۱۱.
۷. شریف‌زاده، محمدشریف؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین (۱۳۹۵). «سازوکارها و معیارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه خبرگان کارآفرینی»، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ش ۳۸، ص ۱۷-۳.
۸. طالبی، کامبیز؛ زارع یکتا، محمدرضا (۱۳۸۷). «آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) دانش‌بنیان»، توسعه کارآفرینی، ش ۱(۱)، ص ۱۱۱-۱۳۱.
۹. عربیون، ابوالقاسم؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین؛ شریف‌زاده، ابوالقاسم. (۱۳۸۸). «تبیین عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان»، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ش ۱۷، ۱۸، ص ۱۵۷-۱۳۸.
۱۰. فرج‌الهی، زهرا (۱۳۹۶). بررسی تأثیر رابطه مهارت‌های تجربی و انگیزش با قصد کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل)، پایان‌نامه کارشناسی اشد، مؤسسه آموزش عالی امل-امل.
۱۱. گلستان‌هاشمی، سید مهدی (۱۳۸۴). مبانی علم کارآفرینی، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۲. محمدزاده، پرویز؛ عبدی، حسن؛ بهبودی، داود؛ بهشتی، محمدباقر (۱۳۹۶). «عوامل کلیدی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان با استفاده از مدل‌های گسسته لاجیت و پروبیت»، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، ش ۶(۲۴)، ص ۱۷۵-۱۵۳.
13. Abdul Salam Taha, KH. Nurshahrizien, R. Noor, I. (2017). "The Factors Affecting Entrepreneurial Intentions of University Students in Malaysia", International Journal of Business and Technopreneurship. 7, pp: 189-202.
14. Ali, S. Lu, W. Cheng, C. et all. (2012). "Media Inattention for Entrepreneurship in Pakistan". European Journal of Business and Management. 4, pp: 96-100.
15. Baaba Amanamah, R. Acheampong, A. Kofi Ow, E. (2018). "An Exploratory Study Of Entrepreneurial Intention Among University Students In Ghana". International Journal Of Scientific & Technology Research. 7(1), pp: 140-148.

16. Ball, S. (2005). "The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism", *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1, pp: 1-14.
17. Bylund, P. McCaffrey, M. (2015). "An Institutional Approach to Political Uncertainty in Entrepreneurial Decision Making", *Academy of Management Journal*, doi:10.5465/AMB:12682.
18. Farsi Jahangir, Y. Moddaresi, M. Motavaseli, M. et all. (2014). "Institutional Factors Affecting Academic Entrepreneurship: The Case of University of Tehran", *Original Scientific Paper. Economic Analysis*, 47, pp: 139-159.
19. Gonzalez Serrano, M.H, Valantine, I. Crespo Hervas, J. et all. (2018). "Sports University education and entrepreneurial intentions: a comparison between Spain and Lithuania", *Education + Training*. DOI 10.1108/ET-12-2017-0205.
20. Guba, E. G. Lincoln, Y. S. (1994). "Competing paradigms in qualitative research". *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), pp: 105.
21. Hardy, SH. (1997). "Entrepreneurs, organizations, and the sports marketplace", In S. W. Pope (Ed.). *The New American Sport History: Recent Approaches and Perspectives*. Chicago: University of Illinois Press, pp: 341-365.
22. Miranda, J F. 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, pp: 113-122.
23. Naia, A. Biscaia, R. Janeiro, C. et all. (2017). "Entrepreneurial intentions of Sport Sciences students And Theory of Planned Behavior". *Motriz, Rio Claro*, 23, pp: 14-21.
24. Peixoto Naia, AM. (2013). "Entrepreneurship Education in Sport Sciences: Implications for Curriculum Development". *Tese elaborada para a obtenção do grau de doutor no ramo de Ciências da Educação, na especialidade de Teoria Curricular e Avaliação*.
25. Ratten, V. (2011). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management", *IEMJ*, 7(1), pp: 57-69.
26. Ratten, V. (2012). "Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research", *IJEV*, 4(1), pp: 65-76.
27. Senelwa, W. (2017). "Influence of Academic Entrepreneurial Intentions on the Creation of University Spin-Off Firms in Kenya", A thesis for the Degree of Doctor, Jomo Kenyatta University Of Agriculture And Technology.
28. Shoaib Farooq, M. Jaafar, N. Salam, M. et all. (2016). "Impact Entrepreneurial Skills and Family Occupation on Entrepreneurial Intentions", *Sci.Int.(Lahore)*, 28, pp: 3145-3148.
29. Wach, K. Wojciechowski, L. (2016). "Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour". *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4, pp: 83-94.

An Identification of Factors Affecting the Intention of Academic Entrepreneurship from the Viewpoints of the Entrepreneurial Experts (Case Study of Faculties of Sport Sciences)

Mir Hasan Seyyed Ameri¹ - Reza Mohammad Kazemi² - Farideh Hosseinzadeh^{*3}

1. Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Urmia University, Urmia, Iran 2. Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran 3. PhD Student of Sport Management, Urmia University, Urmia, Iran
(Received: 2019/05/02; Accepted: 2019/10/12)

Abstract

The change and transformation of the conditions and needs of the society has led to changes in the mission of universities. Academic entrepreneurship is one of the new missions of universities after their educational and research missions. The aim of the present study was to identify those factors affecting the intention of academic entrepreneurship from the viewpoints of the entrepreneurial experts in the faculties of sport sciences. The population consisted of academic entrepreneurial experts in faculties of sport sciences; 12 subjects were selected by purposive sampling method until theoretical saturation and they had semi-structured interviews. Then, the texts of the interviews were analyzed by qualitative content analysis method. The findings indicated that those factors affecting the intention of academic entrepreneurship from the viewpoints of the entrepreneurial experts required attention to 3 main categories and 11 subcategories including the categories of academic entrepreneurial ecosystems (5 subcategories), cultural and social categories (4 subcategories) and legal-political-economic categories of the country (2 subcategories). These findings can create new perspectives for researchers and professionals such as policymakers, entrepreneurship educators and educational leaders.

Keywords

Academic entrepreneurship, entrepreneurial intention, sport entrepreneurship.

* Corresponding Author: Email: hosseinzadehf90@gmail.com; Tel: +989360349613