Sport. Manage. Stud, 2024, 16(84): 33-62, Doi: 10.22089/smrj.2022.13035.3697

Sport Management Studies

Journal hompage: https://smrj.ssrc.ac.ir

Original Article

Strategies and Consequences of the Connection between Sports Science Faculties and Incubators/Science and Technology Parks

Samaneh Almasi[1], Hossein Eydi[2], Homayoun Abbasi[3], Behzad Foroughi[4], Jerónimo García - Fernández[5]

1. PhD Student in Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran
2. Associate Professor in Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran
3. Assistant Professor in Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran
4.Assistant Professor in International Business Management, Aishu University, Cushing, Taiwan
5. Assistant Professor in Physical Education and Sports Science, University of Seville, Seville, Spain

Received: 22/06/2022, Revised: 19/07/2022, Accepted: 20/07/2022

* Corresponding Author: Hossein Eydi, E-mail: h.eydi@razi.ac.ir

How to Cite: Almasi, S; Eydi, H; Abbasi, H; Foroughi, B; Fernández, J . G. (2024). Strategies and Consequences of the Connection between Sports Science Faculties and Incubators/Science and Technology Parks. *Sport Management Studies*, 16(83), 33-62. In Persian.

Extended Abstract

Background and Purpose

Incubator centers (ICs) and Science and Technology Parks (STPs) serve as intermediaries between the government, academia, and industry, connecting the knowledge of scientists and researchers with industrial applications (Salvador et al., 2019, p.168). These centers have two primary objectives: fostering economic development by reducing unemployment and stimulating the creation of technology-based startups. In contrast, the sports industry is increasingly viewed as a global phenomenon and a key aspect of capitalism, posing challenges for universities to meet the growing demands of consumers in society (Popp, Simmons & McEvoy, 2017,p.99). Graduates in the field of sports science have access to numerous job opportunities, but concerns about securing future employment remain a significant issue for them (Vaghefi Nazari, Farahani & Khodadadi, 2015, p.175). To address this challenge and promote job creation, it is essential to establish connections between sports science faculties and incubators or science and technology parks. Therefore, the current study aims to explore strategies for fostering these connections and examine the potential consequences of such collaboration.

Materials and Methods

The present study is exploratory qualitative research in nature, with an applied purpose. An emerging approach (Glaser) was employed, consisting of three coding steps: open, axial, and selective coding. Data collection was carried out through three methods: (1) semi-structured one-on-one interviews, (2) written and electronic documents, which included referring to the theoretical literature of the research as well as written and electronic materials, and (3) direct observation. Three researchers participated in three innovation events from 2020 to 2021, including the establishment of an incubator center office in the Faculty of Sports Sciences at Razi

Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

University (Iran). The collected data were then analyzed.NVivo8 software was used for coding the data. The first data source was semi-structured interviews conducted with 14 experts in the field of sports entrepreneurship in Iran in 2021. The statistical population of the study included: professors and heads of sports faculties, vice chancellors of research at universities with a Faculty of Sports Sciences, heads of incubators and entrepreneurship centers at universities with a Faculty of Sports Sciences, heads of Science and Technology Parks (STPs), owners of sports startups, heads of accelerator companies for sports entrepreneurs, working teams involved in sports-related projects in incubators and STPs or who have received services from these centers, and the head of the Center for Innovation and Sports Technologies at the Institute of Sports Sciences in Iran.In this study, purposeful sampling method with snowball approach was used and a total of 14 interviews were conducted and recorded. Each interview lasted between 25 to 60 minutes. Ultimately, 205 open codes were obtained and divided into two main categories: strategies and consequences. The strategies were further categorized into 5 main categories and 15 sub-categories. The reliability between two coders, calculated using the following formula, was 81.48%, which is higher than the acceptable threshold of 60%, confirming the reliability of the coding process.

$$\text{Reliability percentage} = \frac{\text{Number of agreements} \times 2}{\text{Total number of codes}} \times 100$$

Findings

The extracted codes were finally divided into two categories of strategies and consequences. The strategies were categorized into five main categories and fifteen subcategories.

The five main strategy categoriesincluded the following:

1. Tendency to specialize (which was further divided into two subcategories: employing expert managers; employing expert human resources).
2. Support and support of sports ideas (which was further divided into three subcategories: Financial support; Organizational support; Spiritual support).
3. Creating and strengthening the spirit of entrepreneurship, innovation and ideation (which was further divided into four subcategories: Strengthening the culture of innovation in sports; Strengthening entrepreneurship education; Strengthening the entrepreneurial atmosphere in the faculty; Motivation).
4. Promoting interaction between the faculty, growth centers and the community (which was further divided into three subcategories: The relationship between the faculty and the community; Improving the quality of teamwork; Building trust between the centers the faculty).
5. Creating an entrepreneurship cafe in the college (which was further divided into three subcategories: Activating the innovation expertise center; Developing and implementing a sports business canvas; Utilizing potential capacities).

1. The consequences were divided into four main categories and nine subcategories. The four main categories of consequences included the following:Creation and development of sports job opportunities (which was further divided into three subcategories: Creating a positive vision for the faculty; Empowering the faculty; Improving the labor market).
2. Having the support of incubators and science and technology parks (which was further divided into two subcategories: Innovation and improving product quality ; Reducing investment risk).
3. Secure income generation (which was further divided into two subcategories: Reducing investment risk; Economic development).
4. Improving the quality of life in society (which was further divided into two subcategories: Meeting the needs of society; Improving the quality of life of the community).

Conclusion

The lack of connection between incubator centers (ICs), science and technology parks (STPs), and faculties of sports sciences can be attributed to the insufficient education and training of innovative and entrepreneurial individuals within the faculty. Despite efforts made in recent years, the majority of students are still unfamiliar with topics such as idea generation, innovation, and startups. Sports science faculties can educate students on innovation and entrepreneurship through involvement with incubator centers (ICs) and science and technology parks (STPs). The lack of attention to sports from an early age has resulted in both students and society not fully recognizing sports as a science. As a result of such policies, the managers of the ICs and STPs are not familiar with the scientific achievements of the faculties of sports sciences and believe that the students of these faculties are not capable of innovating or creating products. The Ministry of Science's Curriculum Review Committee must revise the educational content of sports science faculties, shifting the focus towards entrepreneurship and ideation. Students can also be encouraged to generate ideas and innovations by sponsoring innovative theses. Additionally, the connection and support of the Sports Science Research Institute in Iran with the faculties of sports sciences can help further develop these ideas and guide them toward the ICs and STPs for implementation and growth.

Keywords: Sports Science, Incubators, Science and Technology parks, Business, Self-Employment

مطالعات مدیریت ورزشی، خرداد و تیر ۱۴۰۳، دوره ۱۶، شماره ۸۴، صص. ۶۲-۳۳. Doi: 10.22089/smrj.2022.13035.3697

Sport Management Studies
Journal hompage: https://smrj.ssrc.ac.ir

مقالۀ پژوهشی

راهبردها و پیامدهای ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری

سمانه الماسی[۱]، حسین عیدی[۲]، همایون عباسی[۳]، بهزاد فروغی[۴]، جرونیمو گارسیا فرناندز[۵]

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
۲. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
۳. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
۴. استادیار مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه آی‌شو، کوشینگ، تایوان
۵. استادیار تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه سویلا، سویلا، اسپانیا

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۱ ، تاریخ اصلاح: ۱۴۰۱/۰۴/۲۸ ، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۲۹

* Corresponding Author: Hossein Eydi, E-mail: h.eydi@razi.ac.ir

How to Cite: Almasi, S; Eydi, H; Abbasi, H; Foroughi, B; Fernández, J . G. (2024). Strategies and Consequences of the Connection between Sports Science Faculties and Incubators/Science and Technology Parks. *Sport Management Studies*, 16(83), 33-62. In Persian.

چکیده

هدف از این تحقیق، ارائه راهبردهایی جهت ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و پیامدهای حاصل از آن است. روش تحقیق کیفی بوده و گردآوری داده‌ها با مصاحبه و بررسی ادبیات انجام شد. جامعه تحقیق شامل روسا و اعضای هیئت‌علمی علوم ورزشی کشور، مراکز رشد و کارآفرینی، پارک‌های علم و فناوری و دیگر مسئولان مرتبط بودند. نمونه‌گیری تحقیق به‌صورت هدفمند و با رویکرد گلوله برفی بوده است. پس از انجام ۱۴ مصاحبه، راهبردهای ارتباط بین دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری شناسایی گردید. تحلیل داده‌ها با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گردید. طبق نتایج، ۲۰۵ کد باز به‌دست آمده در این تحقیق به دو بخش راهبردها و پیامدها تقسیم شد. راهبردها شامل ۵ مقوله اصلی و ۱۵ مقوله فرعی بود. ۵ مقوله اصلی راهبردها شامل تخصص‌گرایی، حمایت و پشتیبانی از ایده‌های ورزشی، ایجاد و تقویت روحیه کارآفرینی، نوآوری و ایده‌پردازی، ارتقاء تعامل بین دانشکده، مراکز رشد و جامعه و ایجاد کافه کارآفرینی در دانشکده بود. پیامدها شامل ۴ مقوله اصلی و ۹ مقوله فرعی بود. مقوله اصلی پیامدها شامل خلق و توسعه فرصت‌های شغلی ورزشی، برخورداری از حمایت‌های مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، درآمدزایی ایمن، بهبود کیفیت زندگی در جامعه بود. لذا می‌توان پیشنهاد کرد به‌منظور برقراری ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با این مراکز، باید به آموزش نوآوری، حمایت از ایده‌ها و ایجاد جو کارآفرینانه در دانشکده پرداخت. همچنین شناسایی نیازهای ورزشی صنعت و جامعه می‌تواند منجر به تعریف پروژه‌های نوآورانه و تحریک دانشجویان به ایده‌پردازی شود.

واژگان کلیدی: علوم ورزشی، مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری، کسب‌وکار، خوداشتغالی.

Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

مقدمه

در سراسر جهان، نقش‌های ابتدایی و سنتی دانشگاه‌ها به عنوان تأمین‌کنندگان آموزش و خلق‌کنندگان دانش علمی، به دانشگاه‌های کارآفرین در حال تغییر هستند (سان[1] و همکاران، ۲۰۱۹، ۱۰۶). به عبارتی، در سال‌های اخیر، موج سوم انتقال دانش آکادمیک در اقتصادهای نوظهور اروپای شرقی، آسیا و جنوب امریکا به راه افتاده است. طی این موج، کارآفرینی دانشگاهی و ایجاد دانشگاه‌های کارآفرین در دستور کار سیاسی قرار گرفته‌اند که نتیجه آن توسعه اجتماعی و اقتصادی می‌باشد (دلاماکو[2] و همکاران، ۲۰۱۸، ۱۰۲). بدین منظور، در دهه ۱۹۸۰ و به ویژه در دهه ۱۹۹۰، ابتدا مراکز رشد[3] در دانشگاه‌های دولتی و سپس در بخش خصوصی تاسیس شد (کلوستوفن[4] و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۵۱). مراکز رشد[5] و پارک‌های علم و فناوری[6] یکی از حلقه‌های واسطه بین سه نهاد دولت، دانشگاه و صنعت بوده و دانش و تخصص دانشمندان و پژوهشگران را در خدمت صنعت قرار می‌دهند. مرکز رشد مکانی است که در آن از ایده‌های نوآورانه و تبدیل آن‌ها به شرکت‌های موفق حمایت می‌شود (سالوادور و همکاران[7]، ۲۰۱۹، ۱۶۸). دو هدف عمده این مراکز شامل افزایش توسعه اقتصادی و یا کاهش بیکاری در یک منطقه و محرکی برای استارتاپ‌های مبتنی بر فناوری جدید می‌باشد.

هدف اصلی مراکز رشد، حمایت از استارتاپ‌ها و انتقال دانش است. آن‌ها این کار را با پشتیبانی‌هایی شامل فضای مشترک اداری و خدمات تجاری عمومی (مانند رایانه، چاپگر و...)، مشاوره‌های مدیریت جهت کاهش خطا و بقای شرکت‌های نوظهور، مربیگری در زمینه تجارت، مشاوره در زمینه دانش فناوری و جنبه‌های قانونی آن‌ها، دسترسی به منابع مالی و فعالیت‌های شبکه داخلی و خارجی برای مستاجران انجام می‌دهند (وان رینسور[8]، ۲۰۲۰، ۳). همچنین، مراکز رشد به استارتاپ‌ها کمک می‌کنند تا به سرمایه‌داران[9] متصل شوند (الونز[10] و همکاران،۲۰۱۷، ۶۷۸).

همانند مراکز رشد، پارک علم و فناوری زیرساخت‌های فنی، تدارکاتی، اداری و مالی را برای پشتیبانی از شرکت‌های نوپا جهت ورود به بازار فراهم می‌کند. برای تعریف پارک علم و فناوری، انجمن بین‌المللی پارک‌های علمی و حوزه‌های نوآوری این تعریف را ارائه کرده‌اند: پارک علمی سازمانی است که توسط متخصصان تخصصی اداره می‌شود و هدف اصلی آن افزایش ثروت جامعه با ارتقاء فرهنگ نوآوری و رقابت در مشاغل مرتبط و دانش‌بنیان (لکای[11] و همکاران، ۲۰۱۹، ۵۶۲) و حمایت از مشاغل (البحری و همکاران، ۲۰۱۸، ۲۵۶) است.

هدف ابتدایی این مراکز، رشد شرکت‌های مبتنی بر فناوری جدید و انتقال دانش از دانشگاه‌ها به شرکت‌های زایشی و دوم، توسعه رشد اقتصادی منطقه و ایجاد شغل جهت رشد اقتصادی (وان رینسور، ۲۰۲۰، ۵) است. اغلب دو مفهوم مراکز رشد و پارک علم و فناوری به عنوان مترادف یکدیگر به کار می‌روند. تاثیری که این دو بر اشتغال‌آفرینی و خلق ثروت

1. Su
2. Dalmarco
3. Incubator
4. Klofsten
5. ICs
6. STPs
7.Toboso-Chavero
8. Van Rijnsoever
9. Venture capitalists
10. Eveleens
11. Lecluyse

(لوکایز[1] و همکاران، ۲۰۱۹، ۵۶۱) و نیز تبدیل ایده‌های دانشجویان به محصول (به عنوان یک پایگاه) دارند، سبب شباهت بیشتر این دو مکان شده است (استال[2] و همکاران، ۲۰۱۶، ۹۱).

در زمینه توسعه نوآوری و کارآفرینی در دانشگاه‌ها، تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور انجام شده است. غفاری و همکاران (۱۳۹۹) بیان نموده‌اند قابلیت فناوری اطلاعات تاثیر معنی‌داری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد. لذا شرکت‌ها جهت استقرار در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌بایست به نقش قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ابعاد آن در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی توجه کنند. حبیبی و همکاران (۱۳۹۷) نیز بیان داشته‌اند که عوامل مکانیزم‌های حمایتی دولت و دانشگاه، وجود تیم‌های مشاوره‌ای باتجربه، ساختار سازمانی شرکت‌های مستقر در مراکز رشد و زمینه فعالیت این شرکت‌ها بر توسعه و رشد شرکت‌های فناور دانشگاهی تاثیر گذارند. میرغفوری و همکاران (۱۳۹۲) کسب دانش و اطلاعات جدید، به‌کارگیری و تسهیم تخصص و دانش موجود بین کارکنان، دسترس به فناوری‌های جدید و پیشرفته، دانش، تخصص و تعهد کارکنان و ارائه برنامه آموزشی متنوع برای تجهیز کردن ذهن و مهارت‌های نوآورانه در کارکنان را به عنوان مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر ارتقای نوآوری در شرکت‌های مستقر در مراکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری یزد معرفی کردند. شاهدی (۱۳۹۴) در فرآیندهای مدیریت تکنولوژی در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در مراکز رشد، منابع انسانی، زیر ساخت‌های فناوری اطلاعات، تامین سرمایه، فرهنگ مشارکتی و قوانین را موثر می‌داند. وطن‌خواه و رضایی‌مقدم (۱۳۹۳) نیز بیان داشته‌اند که سه عامل ایجاد فرصت‌ها، کارآفرینانه بودن اعضای هیئت علمی و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده به ترتیب سه مولفه با اهمیت در ایجاد دانشکده کارآفرین می‌باشد. سیدرات و فریکا[3] (۲۰۱۸) هم بیان نمودند که کیفیت مدیریت و انواع دانشگاه بر توسعه کارآفرینی در دانشگاه تاثیر دارد.

در واقع، تاثیر مدیریت به واسطه تشویق دانشجویان به کارآفرینی، هدایت دانشجویان به انجام پروژه‌های تیمی در مراکز رشد دانشگاه، حضور فعال مدیر به عنوان عضو دارای تجربه در تیم‌های کاری و سخنگوی تیم بودن در محافل عمومی می‌باشد. گوسی و یوهن[4](۲۰۱۸) در تحقیق خود بیان داشتند که سه عامل اصلی در عدم توسعه مهارت کارآفرینی در دانشگاه‌ها، مهارکننده‌های ارتباطی، ساختاری و فرهنگی- شناختی می‌باشند.

دلاماکو[5] و همکاران (۲۰۱۸) نیز در تحقیق خود بیان می‌دارند که جهت داشتن یک دانشگاه کارآفرین، وجود ۵ آیتم ضروری است، شامل: ۱. ایجاد دیدگاه کارآفرینانه در دانشگاه از طریق سخنرانی در همه دانشکده‌ها جهت حضور در مراکز رشد؛ ۲. برقراری ارتباط دانشگاه با صنایع محلی؛ ۳. ارائه مکان و تجهیزات آزمایشگاهی به دانشجویان؛ ۴. مقدمات نوآوری و ۵. تحقیقات گروهی دانشجویان به همراه اساتید برجسته. وانسا[6] (۲۰۱۲) هم در بررسی کارآفرینی در ورزش بیان می‌کند که توسعه کارآفرینی در ورزش تحت تاثیر عواملی هم چون مسائل حاکمیتی، عوامل محیطی، تغییر شیوه‌های تحقیق و روی آوردن به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در ورزش، توجه به عرصه‌های بین‌المللی و نحوه کارآفرینی آنان، توجه به نیازهای ورزشی سازمان‌ها و نوآوری در راستای رفع آن، عوامل سازمانی و عوامل فردی می‌باشد.

در واقع، باید گفت اهمیت مراکز رشد و پارک علم و فناوری در داخل و خارج دانشگاه به قدری زیاد است که امروزه تولید دانش در کنار انتشار موفق و کاربرد مؤثر آن در تولید، به یک هدف جهانی تبدیل شده است (سان و همکاران، ۲۰۱۹،

1. Lecluyse
2. Stal
3. Sidrat & Frikha
4. Gümüsay & Bohné
5. Dalmarco
6.Vanessa

۱۰۸). دانشگاه‌های جهان به دنبال روش‌هایی برای کارآفرینی دانشگاهی و انتقال دانش و فناوری حاصل از تحقیقات دانشگاهی به صنعت و تجاری‌سازی آن هستند (سوتانتو و وان گیهوزین[1]، ۲۰۱۹، ۲۶۶).

در این میان، ورزش و علوم مرتبط با آن به عنوان یک رشته دانشگاهی، پا را از حیطه‌های عمومی و آماتوری فراتر گذاشته و در زمینه‌های خاصی رده‌های اول تکنولوژی، اقتصاد (هم[2] و همکاران، ۲۰۱۷، ۹۵) و حتی بازار جهانی را به خود اختصاص می‌دهد. ورزش به عنوان صنعتی بیان می‌شود که بخش بزرگی از اقتصاد جامعه را به خود اختصاص می‌دهد (مانزریته[3]، ۲۰۰۵). همچنین، تاثیرات قابل توجهی بر جنبه‌های اجتماعی- سیاسی و سلامت (لیندسی و داربی[4]، ۲۰۱۹،۷۹۶) در جامعه دارد. اما علی‌رغم زمینه‌های شغلی فراوانی که در صنعت ورزش وجود دارد، تحقیقات کمی در رابطه با ماهیت نوآوری در زمینه‌های مختلف ورزشی صورت گرفته است (سونسون و هابریگ[5]، ۲۰۱۹، ۵۴۹) و هنوز بسیاری از زمینه‌های شغلی ورزش، خصوصا در کشورهای در حال توسعه، شناخته نشده و بکر و دست‌نخورده باقی مانده‌اند. به نظر می‌رسد با وجود امکانات و مراکزی همانند مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، این ضعف از درون دانشکده‌های علوم ورزشی نشات می‌گیرد که تاکنون نتوانسته‌اند همانند دیگر علوم حضور فعال در این مراکز داشته باشند. به جز معدودی از دانشجویان که دارای ایده و ذهنی خلاق هستند و راه خود به این مراکز را پیدا کرده‌اند، بقیه دانشجویان علوم ورزشی یا با این مراکز آشنا نیستند و یا برای دانشکده‌های علوم ورزشی برنامه و راهبردی برای هدایت آنان به این مراکز ندارند. به همین دلیل، در ادامه به بررسی سه ضعف عمده دانشکده‌های علوم ورزشی در این باره می‌پردازیم.

یکی از این ضعف‌ها سیستم آموزشی است. سیستم‌های آموزشی که باید مهارت‌های شغلی دانشجویان را بهبود دهند، در رشته علوم ورزشی مورد غفلت قرار گرفته است (پیرس[6]، ۲۰۱۹، ۲۰). محققان مدیریت ورزشی در درجه اول انواع نوآوری‌های موجود در ورزش جامعه را مورد بررسی قرار داده‌اند، اما تأکید کمتری بر روند نوآوری داشته‌اند (سونسون و همکاران، ۲۰۲۰، ۶۶۱).

به طور سنتی[7]، اساتید علوم ورزشی بر روی تولید محتوای مرتبط با توسعه بدنی متمرکز شده‌اند، اما به دلیل علاقه روزافزون به مشاغل مرتبط با ورزش، لازم است تغییراتی در سیستم آموزش رشته علوم ورزشی ایجاد شود تا تأکید بیشتری بر آموزش کارآفرینی داشته باشد. راتن و جونز [8] (۲۰۱۸) بیان کردند که هدف از آموزش کارآفرینی در ورزش، توسعه ویژگی‌های شخصی است که دانشجویان را برای بازار کار یا برای خوداشتغالی آماده می‌کند. با این حال، دانشگاه‌ها در زمینه پرداختن به آموزش کارآفرینی در برنامه مدیریت ورزشی خود کُند عمل کرده‌اند و بیشتر تمرکزشان بر تربیت متخصصان ورزشی است که می‌خواهند در شرکت‌های خدمات ورزشی کار کنند. در واقع، بین آموزش مدیریت ورزشی و نیاز مدیران شرکت‌های ورزشی نسبت به فارغ‌التحصیلان بخش ورزش یک شکاف وجود دارد (راتن و جونز، ۲۰۱۸، ۶). این امر نیز یکی دیگر از ضعف‌های دانشکده‌های علوم ورزشی در تربیت متخصصان ورزشی است که سبب شده است بسیاری از فارغ‌التحصیلان این رشته تحصیلی بیکار مانده و یا به مشاغلی غیر مرتبط با رشته تحصیلی خود روی آورده‌اند.

1. Soetanto & van Geenhuizen
2. Hemme
3. Manzenreiter
4. Lindsey & Darby
5. Svensson & Hambrick
6. Pierce
8. Traditionally
9. Ratten & Jones

این در حالی است که زمینه‌های متعددی در ورزش وجود دارد که می‌توان و باید امروز از دیدگاه کارآفرینی و اشتغال‌زایی به آن‌ها پرداخته شود (گونزالو[1] و همکاران، ۲۰۱۸، ۱۳).صنعت ورزش به عنوان یک پدیده جهانی سرمایه‌داری مورد بررسی قرار می‌گیرد و دانشگاه‌ها را به جهت تامین نیازهای مصرف‌کنندگان در جامعه، به چالش کشیده است (پاپ[2] و همکاران، ۲۰۱۷، ۹۹). فرصت‌های شغلی متعددی پیش روی فارغ‌التحصیلان این رشته تحصیلی قرار گرفته است (پیرس، ۲۶،۲۰۱۹) اما در ایران هنوز هم شاهد آن هستیم که درصد پایینی از دانشجویان علوم ورزشی کشور از وضعیت اشتغال خود احساس رضایت می‌کنند و در انتخاب شغل آزادی دارند، به طوری که دغدغه یافتن شغل آینده یکی از مشکلات آن‌ها به شمار می‌آید (واقف نظری، ۷۷،۱۳۹۴).

باید بیان داشت میزان درآمد و اشتغال‌زایی مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در کشورهایی همچون آمریکا، اسپانیا، فرانسه، ایتالیا و پرتغال بسیار بالا می‌باشد (تجربیات نویسنده از فرصت مطالعاتی). می‌توان گفت توسعه ورزش در این مکان‌ها می‌تواند بخشی از استراتژی توسعه اقتصادی کشورها باشد؛ که ضمن ایجاد اشتغال برای دانشجویان رشته علوم ورزشی، سبب درآمدزایی برای دانشگاه و دانشکده‌های علوم‌ورزشی شود. در این مراکز، دانشجویان علوم ورزشی می‌توانند با راه‌های ایده‌پردازی و پرورش ایده آشنا شوند، با سایر مستاجران در این مراکز ارتباط برقرار کرده و به ایده‌پردازی‌های بین رشته‌ای بپردازند و محصولاتشان را در غالب شرکت‌های اسپین- آف دانشگاهی تولید کنند.

با توجه به تحقیقات انجام شده در داخل و خارج از کشور که پیشتر بیان شد، می‌توان بیان داشت همان‌گونه که تحقیقات گذشته نشان می‌دهند، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری با فراهم نمودن امکانات و خدمات مورد نیاز افراد، به آن‌ها کمک می‌کنند تا ایده‌های خود را به محصول تبدیل کنند. اما باز هم آنگونه که باید، شاهد حضور دانشکده‌های علوم ورزشی دراین مراکز نیستیم.

از آنجا که بسترهای محیطی یعنی مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری مهیا هستند، علت حضور کمرنگ دانشکده‌های علوم ورزشی ریشه در ضعف‌های داخلی این دانشکده دارد که در راس آن آموزش کارآفرینی و نوآوری و نیز اشتغال‌زایی به دانشجویان می‌باشد. تکیه بر آموزش سنتی و ضعف در دانش و اطلاعات مرتبط با کارآفرینی و نوآوری، عدم برقراری ارتباط مناسب و مستمر بین دانشکده علوم ورزشی با صنایع ورزشی که منجر به فرصت‌هایی جهت ایده‌پردازی در داخل دانشکده می‌شود، بی‌توجهی به سایر فرصت‌های شغلی موجود در رشته تحصیلی علوم ورزشی و ضعف در انجام کارهای تیمی مشترک با دیگر دانشکده‌ها سبب شده است هدایت دانشجویان علوم ورزشی به سمت این مراکز ضعیف بوده و فرصت ایده‌پردازی و خلق محصولات نوآورانه از دانشجویان این رشته تحصیلی گرفته شود.

این در حالی است که دانشجویانی که حتی ایده‌ای ندارند، ممکن است با آموزش کارآفرینی و ایده‌پردازی و هدایت آنان به سمت این مراکز بتوانند محصولی را خلق کنند. همچنین، طبق تحقیقات انجام شده، داشتن دیدگاه استراتژیک، به‌کارگیری فناوری‌های نوین، پذیرش انتقاد، داشتن ویژگی‌های کارآفرینانه، تامین منابع مالی، تامین زیرساخت‌های لازم، ارائه برنامه‌های آموزشی و سیستم‌های تشویقی، حمایت‌های دولت، مهارت‌های ارتباطی و میل به ثروت‌جوی، همه و همه در ایجاد جو ایده‌پردازی و نوآوری در پرتو مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری اثرگذار هستند. دانشکده‌های علوم ورزشی نیز از این قائده مستثنی نیستند؛ و طبق تحقیق انجام شده، فرصت‌های شغلی خدماتی، فروش و بازاریابی متنوعی در ورزش وجود دارد.

ارتباط تنگاتنگی که علوم ورزشی با اکثر علوم، از جمله علوم پزشکی، روانشناسی، کامپیوتر، مکانیک و مواردی از این دست دارد، سبب شده است که استقرار این رشته در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری بیش از پیش احساس شود.

1. González-Serrano
2. Popp

زیرا علوم ورزشی علاوه بر ارائه خدمات متنوع در زمینه‌های فیزیولوژی ورزشی، رفتار حرکتی، آسیب‌شناسی و حرکات اصلاحی و بیومکانیک ورزشی، در هریک از زمینه‌های مذکور قادر به ارائه محصول فیزیکی نیز می‌باشد.
برای اینکه ایده‌های دانشجویان این رشته منتهی به یک محصول گردد، چه خدماتی و چه کالا، همانند دیگر علوم، نیازمند استقرار در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری هستند تا از امکانات این مراکز برای تبدیل ایده خود به نوآوری و محصول استفاده نمایند. اما سوال این است که چگونه بستر استقرار دانشکده‌های علوم ورزشی در این مراکز فراهم می‌گردد؟ به نظر می‌رسد با ارائه راهبردهایی جهت استقرار دانشکده‌های علوم ورزشی در این مراکز و نیز پیامدهای حاصل از آن، شاهد رشد و شکوفایی ایده‌ها و نوآوری‌های ورزشی، اشتغال‌زایی و نیز درآمدزایی برای دانشکده‌های علوم ورزشی و دانشگاه‌ها باشیم.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت از نوع پژوهش‌های کیفی اکتشافی محسوب می‌شود و از نظر هدف از نوع کاربردی است. مرور تاریخچه تئوری گراندد تئوری نشـان می‌دهد که پنج رویکرد عمده در فرآیند تحلیل اطلاعات وجود دارد که هر کدام در مورد نقش محقق و چگونگی کدگذاری مفاهیم و تحلیل اطلاعات تفاوت‌هایی باهم دارند (عظیمی دلارسـتاقی، ۱۳۹۳). در این پژوهش از رویکرد نوخاسته (گلیزر) استفاده شد.
بر مبنای رویکرد نوخاسته، چهارچوب اولیه‌ای مورد نظر نبوده و کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها مقوله‌بندی شده و سپس مقوله‌های ایجاد شـده با یکدیگر مقایسـه شـدند تا مقوله‌های اصـلی و ابعاد هر یک شـناسـایی و اسـتخراج گردد. بنابراین، همه مقولات و چگونگی روابط بین آن‌ها برآمده از تحلیل داده‌ها بود. البته، در این مرحله مراجعه به ادبیات نظری پژوهش کمک زیادی به هرچه دقیق‌ترشدن مقوله‌بندی‌ها کرد.
با توجه به اینکه درباره ماهیت مسئله این پژوهش؛ یعنی رائه راهبردهایی جهت ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی کشور با مراکز رشـد و پارک‌های علم و فناوری و پیامدهای حاصـل از آن، از قبل نظریه‌ای وجود ندارد؛ بنابراین، این شـرایط ضـرورت اسـتفاده از نظریه زمینه‌محور را در این پژوهش توجیه می‌کند. بدین منظور، مصـاحبه‌ای نیمه‌سـاختاریافته و عمیق با خبرگان و صاحب‌نظران انجام شد و در ادامه، داده‌ها تحلیل شدند.
در مطالعات کیفی، به دلیل اینکه بررسـی داده‌ها توسـط نرم افزار به دقت دسـته‌بندی اطلاعات کمک می‌کند، برای شـناسـایی کدهای اولیه از نرم افزار NVivo8 اسـتفاده شـد و برای کدگذاری‌ها از دانش و خلاقیت محققان بهره گرفته شد.

مراحل جمع‌آوری داده‌ها

جمع‌آوری داده‌ها به سـه طریق انجام شـد: مصاحبه نیمه‌ساختار یافته یک به یک، اسـناد کتبی و الکترونیکی و مشـاهده شرکت‌کننده و غیر شرکت‌کننده[1]. هر سه منبع داده برای رویکرد و درک ما مهم بودند، زیرا به ما اجازه می‌دادند بتوانیم به اطلاعات معنا دهیم (میس و هابمن[2]، ۱۹۹۴).
- *مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته:* منبع اول داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته بود که با ۱۴ نفر از صاحب‌نظران و متخصصان در حوزه کارآفرینی ورزشی در کشور ایران در سال ۱۳۹۹ انجام شد (جدول ۱). مشارکت‌کنندگان که برای انجام مصاحبه انتخاب شدند، شامل صاحب‌نظران آگاه به موضوع از جمله اعضای هیات‌علمی و روسای دانشکده‌های علوم

1. Participant and non-participant observation
2. Miles & Huberman

ورزشی، معاونین پژوهشی دانشگاه‌های دارای دانشکده علوم ورزشی، روسای مراکز رشد و مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های دارای دانشکده علوم ورزشی، روسای پارک‌های علم و فناوری، صاحبان استارتاپ‌های ورزشی، روسای شرکت‌های شتاب‌دهنده کارآفرینان ورزشی، تیم‌های کاری مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری که در پروژه‌های مرتبط با ورزش در حال فعالیت هستند و یا از این مراکز خدمات دریافت کرده‌لند (صاحبان ایده) و رئیس مرکز نوآوری و فناوری‌های ورزشی پژوهشگاه علوم ورزشی در کشور ایران بودند.

یکی از روش‌های نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی، روش نمونه‌گیری هدفمند می‌باشد. در نمونه‌گیری هدفمند، هدف پژوهشگر انتخاب مواردی است که با توجه به هدف تحقیق سرشار از اطلاعات باشد و پژوهشگر را در شکل دادن مدل نظری یاری دهد. این کار تا جایی ادامه می‌یابد که طبقه‌بندی مربوط به داده‌ها و اطلاعات اشباع و نظریه مورد نظر با تمام جزئیات و با دقت تشریح شود. در این تحقیق نیز از روش نمونه‌گیری هدفمند با رویکرد گلوله برفی استفاده شد و حجم نمونه در حین فرایند تحقیق مشخص گردید.

در مجموع، در این مطالعه ۱۴ مصاحبه انجام و ضبط گردید. نحوه جمع‌آوری مصاحبه‌ها به صورت حضوری و تلفنی[۱] انجام شد. مصاحبه‌ها به فراخور میزان تمایل مصاحبه‌شونده به موضوع، از ۲۵ دقیقه تا ۶۰ دقیقه طول کشید. مصاحبه‌ها، با کسب اجازه از مصاحبه‌شوندگان به صورت کامل ضبط شده و همچنین در طول مصاحبه یادداشت‌برداری هم انجام می‌شد. در مصاحبه تلفنی، موضوع و سوالات نیمه‌ساختاریافته اولیه برای فرد مورد نظر ارسال گردید و روز بعد طی تماس تلفنی مصاحبه انجام شد.

جدول ۱- توزیع افراد در گروه‌های مشارکت‌کننده در مصاحبه و کدهای مورد استفاده

Table 1– Distribution of individuals in the groups participating in the interview and the codes used

ردیف Row	تخصص Expertise	دانشگاه/مرکز University / Center	تعداد Number
1	علوم ورزشی عضو هیات علمی دانشکده Professor of Sports Sciences faculty	شهید بهشتی Shahid Beheshti	1
2	رئیس دانشکده علوم ورزشی Head of the Faculty of Sports Sciences	رازی، شمال Razi, Shomal	2
3	معاون پژوهشی دانشگاه‌هایی دارای رشته علوم ورزشی Vice Chancellor for Research in Universities with Sports Sciences faculty	رازی، فردوسی مشهد Razi, Ferdowsi of Mashhad	2
4	رئیس مرکز رشد و کارآفرینی دانشگاه‌هایی دارای رشته علوم ورزشی Head of the center for incubator and entrepreneurship of universities with field of sports science	رازی، شهیدبهشتی، اصفهان Razi, Shahid Beheshti, Isfahan	3
5	رئیس مرکز پارک علم و فناوری Head of Science and Technology Park Center	رازی، شهید بهشتی Razi, Shahid Beheshti	2
6	صاحب استارتاپ ورزشی Owner of a sports startup	تهران Tehran	1

۳. ۹ مصاحبه به صورت حضوری و ۵ مصاحبه به علت مشغله و عدم ملاقات حضوری فرد مورد نظر به صورت صورت تلفنی انجام شد.

جدول ۱- توزیع افراد در گروه‌های مشارکت‌کننده در مصاحبه و کدهای مورد استفاده

Table 1- Distribution of individuals in the groups participating in the interview and the codes used

ردیف Row	تخصص Expertise	دانشگاه/مرکز University / Center	تعداد Number
7	تیم‌های کاری مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری که در پروژه های مرتبط با ورزش در حال فعالیت هستند Working teams that worked on sports-related projects in incubator and science and technology parks	رازی ، تهران Razi, Tehran	2
8	رئیس مرکز نوآوری و فناوری‌های ورزشی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی Head of the Center for Innovation and Sports Technologies of the Institute of Sports Sciences	پژوهشگاه علوم ورزشی Sports Science Research Institute	1
	کل Total	14	

با مصاحبه‌های عمیق در پی آن بودیم که به دیدگاه افراد در رابطه با راهبردهای ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی کشور ایران با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری دست یابیم.

اسناد کتبی و الکترونیک[1]: بر مبنای تحقیقات کیفی، چهارچوب اولیه‌ای مورد نظر نبوده و کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها مقوله‌بندی شده و سپس مقوله‌های ایجاد شده با یکدیگر مقایسه شدند تا مقوله‌های اصلی و ابعاد هر یک شناسایی و استخراج گردد. بنابراین، همه مقولات و چگونگی روابط بین آن‌ها برآمده از تحلیل داده‌ها بود. البته، در این مرحله مراجعه به ادبیات نظری پژوهش (اسناد کتبی و الکترونیک) کمک زیادی به هرچه دقیق‌ترشدن مقوله‌بندی‌ها کرد.

- *مشاهدات*[2]: منبع سوم داده‌های این تحقیق از مشارکت ما در کنفرانس‌ها، استارتاپ ویکند و همایش‌های مرتبط با نوآوری و اکوسیستم‌های کارآفرینی در ورزش که توسط دانشگاه‌های کشور ایران برگزار شد، بدست آمد. سه تن از محققان این تحقیق در سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۳۹۹ در سه رویداد شرکت کردند. دو برنامه از این سه رویداد به مدت یک روز به طول انجامید و یک برنامه که استارت‌آپ ویکند ورزشی بود، ۳ روز به طول انجامید.

همچنین، ما با راه‌اندازی دفتر مرکز رشد در دانشکده علوم ورزشی (دانشگاه رازی- کشور ایران) سعی نمودیم در عمل با چالش‌ها و راه‌های ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری مواجه شویم و از طرفی از تجارب مراکز رشد دیگر دانشکده‌های موفق در این زمینه بهره بردیم. توانایی مشاهده منظم افراد متخصص در رویدادهای مختلف سبب کاهش احتمال شانس در یافته‌ها و افزایش قابلیت اطمینان می‌شود. مشاهده متخصصان، درک ما از نحوه ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری را عمیق‌تر کرد و به ما این امکان را می‌داد تا داده‌ها را بهتر و محتاطانه جمع‌آوری کنیم.

در ادامه، به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته و با هدف افزایش دقت و درستی تجزیه و تحلیل‌ها، تمامی مصاحبه‌ها ضبط و سپس هر مصاحبه به طور جداگانه، واژه به واژه تایپ شد. پژوهشگر هر مصاحبه ضبط شده و یادداشت-های مرتبط با آن را بلافاصله در ۲۴ ساعت اول با دقت و سطر به سطر مطالعه کرده و مفاهیمی که به ذهن می‌رسید را یادداشت می‌نمود. این مرحله از نخستین مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها در روش داده‌بنیاد است که اصطلاحا به آن

1. Written and electronic documents
2. Observations

کدگذاری می‌گویند. سپس با استفاده از روش تحلیل داده‌ها که در روش داده‌بنیاد تجویز شده است، اطلاعات گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روش تحلیل داده‌ها که در روش گلیزر تجویز شده است، شامل سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و گزینشی) می‌باشد. در کدگذاری باز، متن مصاحبه بارها و بارها، سطر به سطر خوانده و برای بخش‌های مهم، هر مفهومی که به ذهن می‌رسید در نظر گرفته می‌شد. سپس بخش‌های مرتبط علامت‌گذاری گردیده و به آن‌ها کد و یادداشت تحلیلی اختصاص می‌گرفت. در پژوهش حاضر و در مرحله کدگذاری باز، تعداد ۲۰۵ کد استخراج گردید، اما به علت تشابه معنایی و تکراری بودن اطلاعات، این کدها در یکدیگر ادغام و تجمیع شده و نهایتا به ۸۳ کدباز در راهبردها و ۳۹ کدباز در پیامدها کاهش پیدا نمود.

در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می‌شود، فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده از حالت کاملا باز خارج می‌شود و شکل گزیده به خود می‌گیرد. به بیان دیگر، کدگذاری باز به بروز محورهای مشترکی در مجموعه داده گردآوری شده منجر می‌شود که این محورها به مرحله بعدی کدگذاری جهت‌گیری‌های تازه‌ای می‌بخشد. در کدگذاری‌محوری، گام‌های مربوط در سطح مفهومی (کار با مفاهیم) مورد توجه قرار می‌گیرند. در این مرحله، به جفت کردن کدها و یادداشت-های تحلیلی و هم خانواده کردن آن‌ها پرداخته شد و با بررسی ارتباط بین مفاهیم، کدهایی که از نظر مفهومی شبیه یکدیگر بودند، در یک طبقه جای گرفتند (گوسای و بوهن[1]، ۲۰۱۸، ۲۶۶)، در این تحقیق، کدهای باز به ۱۵ کد محوری در بخش راهبردها و ۹ کد محوری در بخش پیامدها تقسیم شدند.

در آخرین مرحله کدگذاری، به دلیل اینکه جزء اصلی تئوری به تدریج خود را نشان می‌دهد، پژوهشگر بر اساس این اجزا نوظهور، در کار کدگذاری گزیده‌تر عمل می‌کند. از این رو، آخرین فصل کدگذاری را " گزینشی"می‌نامند. در این تحقیق، در نهایت ۱۵ کد محوری راهبردها در قالب ۷ دسته و ۹ کد محوری پیامدها در قالب ۴ دسته تقسیم‌بندی شدند.

همچنین، در این تحقیق، با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قرار دادن آن‌ها در مسیر پژوهش به طوری که بر نحوه پاسخگویی آن‌ها تاثیر نگذارد، به منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. ضمنا پس از انجام هر مصاحبه، اطلاعات به‌دست آمده تا آن مرحله ارائه گردیده و در صورتی که مصاحبه شونده نکاتی را نسبت به آن‌ها مدنظر داشت، مورد بحث قرار می‌داد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام می‌گرفت تا مصاحبه خالی از هر گونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود.

علاوه بر این، چهار فعالیت دیگر نیز به منظور افزایش روایی درونی یافته‌ها انجام شد که عبارتند از: استفاده از منابع مختلف برای جمع‌آوری داده‌ها، بررسی داده‌ها توسط یک دستیار، مشارکت یک متخصص آشنا به روش پژوهش داده‌بنیاد و شناسایی جهت‌گیری‌ها از طریق پرسش سوال‌های مکرر در حین تحلیل داده‌ها.

در تحقیق، برای محاسبه پایایی مصاحبه از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب) استفاده گردید (به نقل از تسلیمی، ۱۳۹۵) و طی آن از یک دکتری مدیریت ورزشی (متخصص در زمینه کارآفرینی ورزشی و آشنا با روش گرندد تئوری) درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر دو نفر مشابه هستند با عنوان "توافق" و کدهای غیر مشابه با عنوان "عدم توافق" مشخص می‌شوند. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times ۲}{\text{تعداد کل کُدها}} \times ٪۱۰۰$$

1. Gümüsay & Bohné

نتایج حاصل از این کُدگذاری‌ها در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲- نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار
Table 2- Results of the reliability study between the two coders

ردیف Row	عنوان مصاحبه Interview title	تعداد کل داده‌ها Total number of data	تعداد توافقات Number of agreements	تعداد عدم توافقات Number of disagreements	پایایی باز (درصد) Open reliability (percentage)
1	اول First	56	22	12	87.57
2	سوم Third	43	19	5	88.37
3	دوازدهم The twelfth	36	14	8	77.77
	کل(Total)	135	55	25	81.48

همان طور که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، تعداد کل کدهای ثبت شده توسط هر دو نفر (محقق و فرد همکاری‌کننده) برابر ۱۳۵، تعداد کل توافقات بین این کدها ۵۵ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۲۵ می‌باشد. پایایی بین دو کدگذار با استفاده از فرمول ذکر شده ۸۱/۴۸ درصد است که از ۶۰ بالاتر بوده، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است.

نتایج

شرح و بسط راهبردهایی جهت ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و پیامدهای حاصل از آن، براساس تحلیل داده‌ها، کدهای باز، محوری و گزینشی در جدول ۲ آوره شده است.

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها
Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

مفاهیم concepts	کدگذاری باز Open coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری گزینشی Selective coding
	راهبردها (Strategies)		
P4,P12	به کارگیری مدیرانی آگاه به علم ورزش Employing managers who are knowledgeable about sports science	به کارگیری مدیران متخصص Employing expert managers	تخصص‌گرایی Tendency to specialize
P1,P9,P13	به کارگیری مدیرانی آموزش دیده در رده‌های بین‌المللی ورزشی Employing trained managers in international sports categories		
P6, P10,P14	به کارگیری مدیران آشنا با مقوله کارآفرینی و نوآوری در ورزش Employing managers familiar with the category of entrepreneurship and innovation in sports		
P1, P5,P12	مدیر نوآور در دانشکده Innovative director at the faculty	به کارگیری نیروی انسانی متخصص	
P4, P7,P11	مشاوران حرفه‌ای مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری Professional consultants of the ICs and STPs		

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
حمایت و پشتیبانی از ایده‌های ورزشی Support and support of sports ideas	Employing specialized manpower	اساتید نوآور Innovative professors	P1,P2,P5
	حمایت مالی Financial support	حمایت مالی از پایان‌نامه‌های نوآورانه Financial support for innovative theses	P1, P9, P14
		توجه بیشتر پژوهشگاه علوم ورزشی به حمایت از ایده‌های نو More attention from the Sports Science Research Institute to supporting new ideas	P14,P13
		حمایت از تحقیقات بنیادی ورزشی Support for fundamental sports research	P3,P12
		حمایت مالی از پژوهش‌های تقاضا محور مشترک Financial support for joint demand-driven research	P2,P6
		کمک به کسب و کار صاحبان ایده ورزشی Helping business owners of sports ideas	P4, P9
		تسهیلات سازمان‌یافته Organized facilities	P3
		رایگان کردن اجاره بها Free rent	P1,P13
		تلاش بیشتر پژوهشگاه علوم ورزشی Further efforts of the Sports Science Research Institute	P7,P14
		راهبرد و اهداف مشخص در تجاری سازی ایده Specific strategies and goals in commercializing the idea	P2,P4,P5
		هماهنگی بین وزارت علوم، صنایع، بهداشت و بانک‌ها Coordination between the Ministry of Science, Industry, Health and Banks	P8,P13
		کمک مالیاتی و وام‌های دولتی Tax assistance and government loans	P1,P2,P8
	حمایت سازمانی Organizational support	کمک به بودجه شروع و عملیات ایده‌های ورزشی Financial support for the start-up and operation of sports ideas	P7, P9
		کمک به کسب و کار ورزشی Help the sports business	P3,P10
		ارائه تخفیف بیمه به صاحبان ایده ورزشی Offer insurance discounts to sports idea owners	P4,P14
		تلاش بیشتر پژوهشگاه علوم ورزشی Further efforts of the Sports Science Research Institute	P2
		ایجاد پایگاه اطلاعاتی دقیق از وضعیت صنعت ورزش	P5,P13

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
ایجاد و تقویت روحیه کارآفرینی، نوآوری و ایده‌پردازی Creating and strengthening the spirit of entrepreneurship, innovation and ideation	حمایت معنوی Spiritual support	Create an accurate database of the state of the sports industry	
		تقویت روحیه نوآوری Strengthen the spirit of innovation	P7,P14
		حمایت معنوی بالقوه از تحقیقات بنیادی Potential spiritual support for basic research	P13
		پشتیبانی عاطفی مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری Emotional Support by ICs and STPs	P5,P14
		کمک به شهرت شرکت‌های ورزشی نوپا Help to the reputation of start-up sports companies	P1
	تقویت فرهنگ نوآوری در ورزش Strengthen the culture of innovation in sports	ترویج فرهنگ نوآوری Promoting a culture of innovation	P6
		ایجاد فرهنگ تحقیقات کاربردی Creating a culture of applied researches	P8,P13
		کاربردی و تجاری کردن مباحث درسی Commercialization some lessons in faculty	P2, ,P14
		جو تشویقی جهت ایده‌پردازی Encouraging atmosphere for idea generation	P3,P9
		خلق فرهنگ‌سازی ایده‌پردازی Creating a culture of ideation	P9, ,P13
		کاهش فرهنگ پشت میز نشینی Reduce the culture of interest in office work	P4
		اهمیت به کارآفرینی The importance for entrepreneurship	P1,P6
		کاهش فرهنگ مصرف‌کنندگی Reduce the culture of just being a consumer	P3, ,P14
		ایجاد سرمایه فکری Creating intellectual capital	P7, ,P13
		ارتباط بین دانشکده با جامعه The relationship between the faculty and the community	P1, P2,P3,P9
		توجه به نیازهای تامین نشده بازار Pay attention to the unmet needs of the market	P3,P5
		توجه بیشتر به نوآوری در ورزش Pay more attention to innovation in sports	P2, P14
		توجه بیشتر به ورزش از سنین دبستان Pay more attention to sports from primary school ages	P9
	تقویت آموزش کارآفرینی	آموزش ورود به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری Training to enter the ICs and STPs	P1 ,P13

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
	Strengthen entrepreneurship education	برگزاری دوره‌های کوتاه مدت Holding short courses	P4,P14
		برگزاری جشنواره‌های ایده‌پردازی Holding ideation festivals	P1,P8
		بهره مندی از مدرسان متخصص کارآفرینی Benefit from expert entrepreneurship instructors	P2,P5
		ایجاد گروه‌های کارآفرین Creating entrepreneurial groups	P6,P14
		فراهم کردن زمینه تجاری‌سازی تحقیقات Provide a platform for commercialization of research	P7
		توجه همزمان به سه رکن، آموزش عالی؛ جامعه و دانشگاه با هم Simultaneous attention to the three pillars; higher education, community and university	P3,P13
		برگزاری تورهای بازدید از صنعت Holding tours to visit the industry	P9
	تقویت جو کارآفرینی در دانشکده Strengthening the entrepreneurial atmosphere in the faculty	عقد پژوهش‌های قراردادی با جامعه Concluding contractual research with the community	P1, P14
		دعوت از سرمایه‌گذاران Invite investors	P6,P14
		ارائه ایده‌های ورزشی به سازمان‌ها Provide sports ideas to organizations	P4
		کمک به کاهش هزینه‌های فروش Help reduce sales costs	P8
		معرفی نمونه‌های موفق Introducing successful examples	p2,P13
	انگیزش Motivation	پاداش به ایده‌های نوآورانه Reward innovative ideas	P11
		حمایت از ایده برتر Support the superior idea	P9,SP14
ارتقاء تعامل بین دانشکده، مراکز رشد و جامعه Promote interaction between the faculty, growth centers and the community	برقراری ارتباط بین دانشکده و جامعه The relationship between the faculty and the community	ارتباط دانشکده با سازمان‌های ورزشی و غیر ورزشی Relationship the faculty with sports and non-sports organizations	P1,P2,P5, P10,
		جلب اعتماد مدیران صنایع Gain the trust of industry managers	P7,P13
		جلب اعتماد سرمایه‌گذاران Gain the trust of investors	P10,
		وجود R & D در شرکت‌های تولیدی ورزشی Existence of R & D in sports production companies	P3,P13

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
		تشکیل کارگروه بین دانشکده و مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری Forming a working group between the faculty and the centers	P1
		استفاده از دانش و تخصص بین‌رشته‌ای Utilization of interdisciplinary knowledge and expertise	P6,P14
		پیوندکاریِ دانشجویان با منتورهایِ مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری Linking students with the mentors of the ICs and STPs	P13
	ارتقاء کیفیت کار تیمی Improving the quality of teamwork	هماهنگی دانشکده و ارگان‌ها Coordination of faculty and organs	P11
		تشکیل واحدهای طرح و توسعه Formation of design and development units	P2,P13
		طراحی اکوسیستم کارآفرینی Entrepreneurial ecosystem design	P9
		به کارگیری سفیر در دانشکده Employment in charge of entrepreneurship development in the faculty	P10
		سامانه نظارتی دقیق بر عملکرد Precise monitoring system on performance	P2, P13 ,P14
		دید علمی و تکنیکال مدیران مراکز به رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی Scientific and technical view of the directors of the ICs and STPs to the physical education and sports science	P1,P14
	اعتماد مراکز به دانشکده trust of Centers the faculty	اعتماد مدیران به ایده‌پردازی‌های دانشکده Managers' confidence in the faculty's ideas	P1,P5
		اعتماد به فعالیت اساتید دانشکده در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری Trust in the activities of the professors of the Faculty of Sports Sciences in the ICs and STPs	P4,P8
		استقرارمشاوران کسب و کارهای ورزشی در مراکز رشد و پارک-های علم و فناوری Benefit from sports business consultants in the ICs and STPs	P12,P13
	تقویت روحیه نوآوری در دانشکده	ثبت و هدایت ایده‌های نوآورانه ورزشی Recording and guiding innovative sports ideas	P8,P14
		پایش و ارائه ایده‌های نوآورانه ورزشی	P11

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
ایجاد کافه کارآفرینی در دانشکده Creating an entrepreneurship cafe in the college	Strengthen the spirit of innovation in the faculty	Monitoring and presenting innovative sports ideas شناسایی گروه کاری Identify the working group	P10
		معرفی بازارهای ورزشی Introducing sports markets	P3
		الگوبرداری از دانشکده‌های موفق Patterning from successful faculties	P12
		جست‌وجوی سرمایه‌گذاران Search for investor	P8,P13
	تدوین و اجرایی کردن بوم کسب و کار ورزشی Develop and implement a sports business canvas	تدوین بوم کسب و کارورزشی Development a comprehensive framework for the sports business	P10
		طراحی بیزینس پلن ورزشی Designing a sports business plan	P6,P14
	استفاده از ظرفیت های بالقوه Use of potential capacities	درک ظرفیت‌های کارآفرینانه Understanding entrepreneurial capacities	P12
		استفاده بهینه از توان و وقت خالی Optimal use of authority and free time	P11,P14
		استفاده بهینه از ظرفیت خالی آزمایشگاه‌ها Optimal use of empty laboratory capacity	P1, P13
		استفاده بهینه از ظرفیت دانشکده و صنایع منطقه Optimal use of the capacity of the faculty and industries	P1, p2
		پیامدها(consequences)	
	ایجاد بینش مثبت به دانشکده Creating a positive vision for the faculty	دیدگاه مثبت سازمان‌ها به دانشکده Organizations' positive view of the faculty	P10
		بینش مثبت جامعه به دانشکده Positive perception of the community to the faculty	P5,P7
خلق و توسعه فرصت‌های شغلی ورزشی Creation and development of sports job opportunities		افزایش تقاضا Increase in demand	P9,P6
		توانمندی درنوآوری Ability to innovate	P3,P1
	توانمندشدن دانشکده Faculty empowerment	رقابت سازنده دانشگاهی Academic constructive competition	P1, P12 ,P15
		افزایش اعتبار دانشکده در جامعه Increasing the prestige of the faculty in the society	P3, P11
	بهبود بازار کار	جذب فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی به بازار کار	P1,P14

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

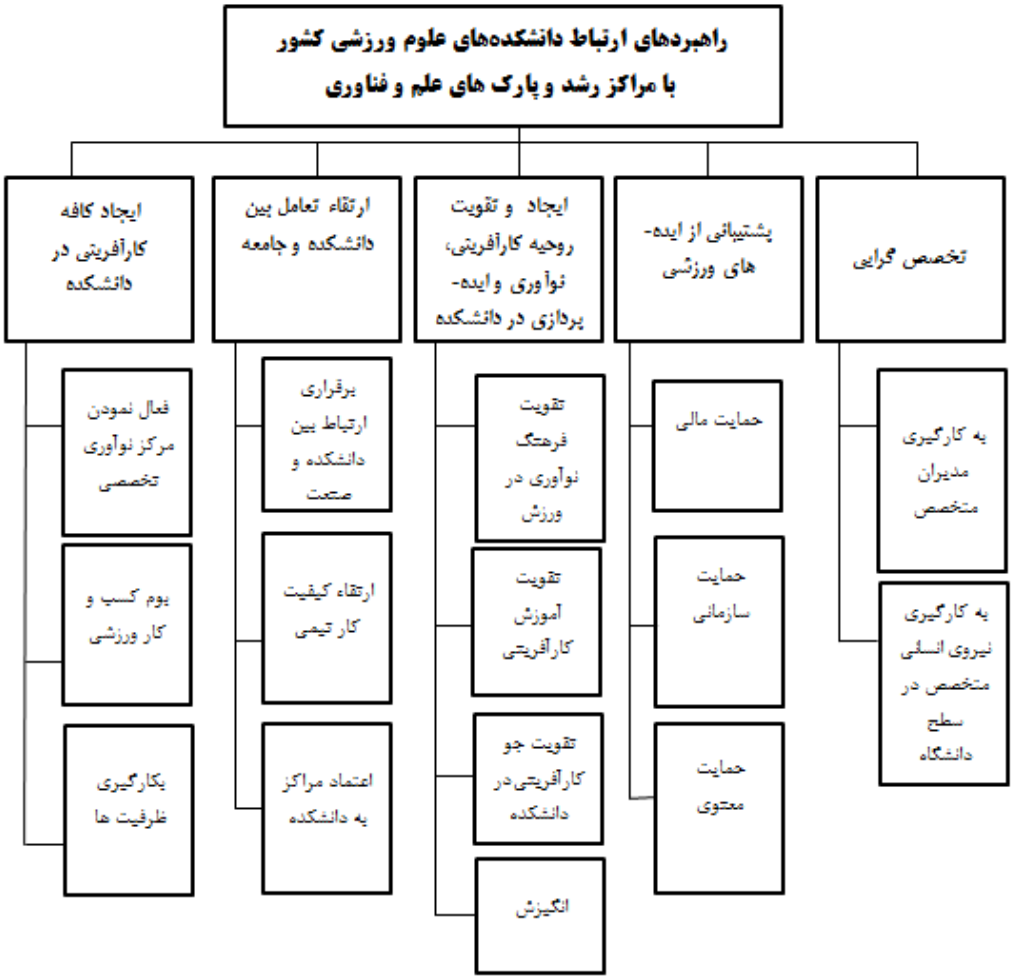
Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
برخورداری از حمایت-های مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری	Improving the labor market	ایجاد فرصت‌های شغلی ورزشی Attracting sports science graduates to the labor market	PP3
		توسعه بخش خصوصی در ورزش Development of the private sector in sports	P4,P6
		ارتباط نزدیک بین بخش خصوصی و بخش دولتی در زمینه ورزش Close connection between the private sector and the public sector in the field of sports	P11,P9
		توسعه خوشه‌های صنعتی مرتبط با ورزش Development of industrial clusters related to sports	P9,P13
		بهره‌مندی از فرصت‌های تجاری ورزشی Taking advantage of sports business opportunities	P1,P2,P8
		رشد کسب و کار کوچک و متوسط (SME) Small and medium business growth	PP3,P5
	رشد شرکت‌های نوآورانه ورزشی The growth of innovative sports companies	جذب قراردادهای صنعتی Attracting industrial contracts	P1, P12
		راه اندازی شرکت‌های زایشی ورزشی Setting up sports breeding companies	P2, P14
		رشد استارت‌آپ‌های ورزشی The growth of sports start-ups	P3, P12
		نرخ پایداری بالا High stability rate	P12
		امکان دستیابی به اطلاعات فناورانه جدید The possibility of obtaining new technological information	P2, P13
Having the support of incubators and science and technology parks	علم به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات Science to innovate and improve the quality of products	چابک‌سازی گروه‌های ورزشی Agility of sports groups	P3 ,P4
		توسعه و تحرک نوآوری در کالاهای ورزشی Development and mobility of innovation in sports goods	P8, P12 ,P14
		بهبود کیفیت محصولات ورزشی Improving the quality of sports products	P1 ,P14
		افزایش بازدهی کار تیمی Increasing teamwork efficiency	P5, P8
		شایستگی‌های فنی در تولیدات ورزشی Technical skills in sports productions	P1, P12

جدول۳- مفاهیم احصاشده از مراحل کدگذاری‌ها

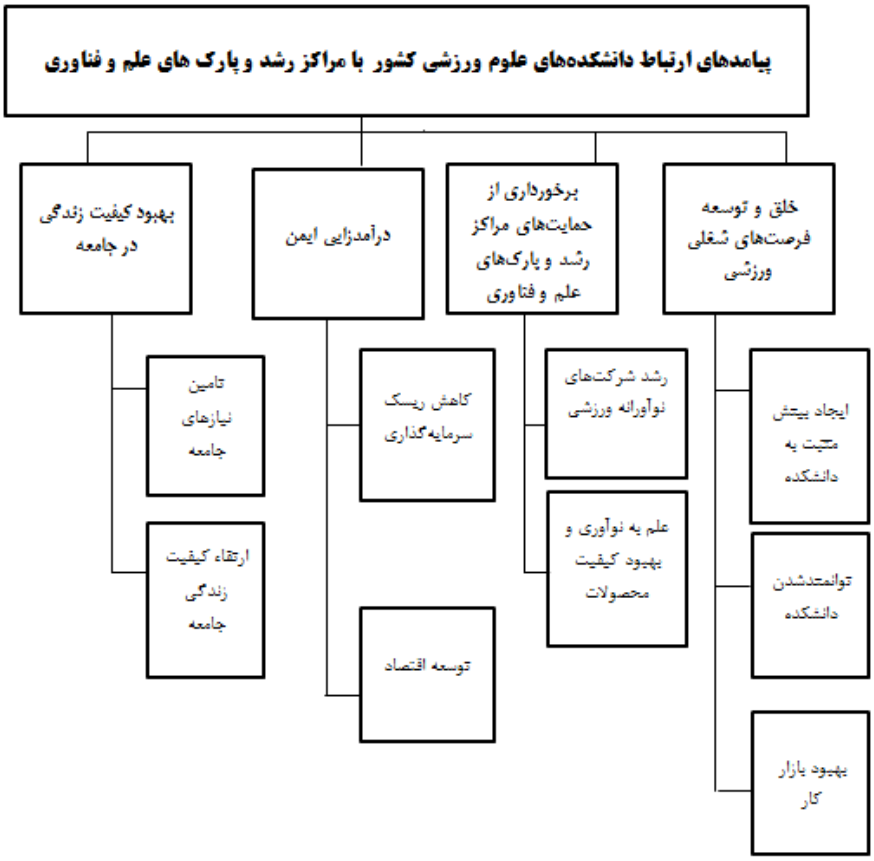
Table 3 - Concepts obtained from the coding steps

کدگذاری گزینشی Selective coding	مقوله‌های فرعی (محوری) Subcategories (Axial)	کدگذاری باز Open coding	مفاهیم concepts
درآمدزایی ایمن Secure income generation	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری Reducing investment risk	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری Reduce investment risk	P3, P7 ,P13
		تسریع در روند تجاری‌سازی Accelerating the commercialization process	P5 ,P8
		حمایت از تولیدکنندگان ورزشی Supporting sports manufacturers	P1, P2 ,P14
		کمک به شرکت‌ها نوپای ورزشی Helping start-up sports companies	P2, P13 ,P11
	توسعه اقتصاد Economic development	رشد صنعت ورزش The growth of the sports industry	P1, P10 ,P12
		افزایش سودآوری Increasing profitability	P9, P13
		کاهش وابستگی به واردات Reducing dependence on imports	P8, P11
		کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی Reducing dependence on oil revenues	P6, P8
		خودکفایی در تولید Self-sufficiency in production	P9, P11
		صادرات کالاها و خدمات ورزشی Export of sports goods and services	P5, P7
		ایجاد منابع درآمد جدید Creating new sources of income	P12, P14
بهبود کیفیت زندگی در جامعه Improving the quality of life in society	تامین نیازهای جامعه Meeting the needs of society	تامین نیازهای ورزشی جامعه Meeting the sports needs of the community	P6, P8 ,P11
		تحقق اهداف توسعه کشور Achieving the country's development goals	P1, P6
		رفع ایرادات محصولات ورزشی Fixing the defects of sports products	P3, P11 ,P14
	ارتقاء کیفیت زندگی جامعه Improving the quality of life of the community	کمک به سلامت و نشاط جامعه Helping the health and vitality of society	P5, P8
		افزایش رفاه اجتماعی Increasing social welfare	P5, P9



شکل ۱. راهبردهای ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی کشور با مراکز رشد و پارک های علم و فناوری

Figure 1. Strategies for connecting the country's sports science faculties with growth centers and science and technology parks



شکل۲. پیامدهای ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی کشور با مراکز رشد و پارک های علم و فناوری

Figure 2. Consequences of the connection between the country's sports science faculties and growth centers and science and technology parks

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این تحقیق، ارائه راهبردهای ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی کشور با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و پیامدهای حاصل از آن بود. در واقع، به کارگیری این راهبردها کمک می‌کند با برقراری ارتباط بین دانشکده‌های علوم ورزشی کشور با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، شاهد خلق محصولات نوآورانه توسط دانشکده‌های علوم ورزشی باشیم (کورچر[1] و همکاران، ۲۰۱۹، ۱۴۵). همچنین، پیامدها ضرورت برقراری این ارتباط را نشان می‌دهند.

اولین راهبرد بدست آمده در این تحقیق و یکی از اصلی‌ترین این راهبردها، به کارگیری مدیران متخصص و آشنا به کارآفرینی و نوآوری در رأس ورزش کشور و نیز بهره‌گیری از نیروی انسانی متخصص در زمینه نوآوری در تمامی سطوح ورزشی ائم از رده‌های بالای کشوری، دانشگاه و دانشکده می‌باشد. منابع انسانی بر فرآیند مدیریت تکنولوژی در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در مراکز رشد دانشگاهی عامل اثرگذار و مهمی است.

از آنجا که راهبردها می‌توانند در بلندمدت، کوتاه‌مدت و میان‌مدت مطرح شوند، این راهبرد پیشنهادی یعنی به کارگیری مدیرانی که آگاه به علم ورزش و نیز ضرورت کارآفرینی و نوآوری در ورزش هستند، در درده‌های بالای ورزش کشور

1. Corrocher

می‌تواند در آینده بر روند توسعه نوآوری در سطوح پایین‌تر ورزش و دانشکده‌های علوم ورزشی اثرگذار باشد. همانگونه که (Shahedi 2016) بیان می‌دارد، منابع انسانی بر فرآیند مدیریت تکنولوژی در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در مراکز رشد دانشگاهی عامل اثرگذار و مهمی است.

در واقع، ریشه اصلی اهمیت به نوآوری در ورزش و تشویق دانشکده‌ها و اساتید به پرورش دانشجویان نوآور ورزشی (اسچالدوف[1]، ۲۴۸،۲۰۱۷) در ابتدا باید از سرمنشاء ورزش کشور آغاز شود. درواقع به کارگیری مدیرانی در راس ورزش کشور که دوره‌های کارآفرینی بین‌المللی گذرانده‌اند، سبب می‌شود ورزش کشور از رأس، با دیدگاهی نوآورانه به ورزش پیش رفته و ضمن آشنایی با روند ایده‌پردازی و خلق محصولات نوآورانه در دیگر کشورها، بتواند زمینه‌های توسعه نوآوری و ایده‌پردازی را در ورزش کشور ایجاد نماید.

از طرفی، حضور مدیران کارآفرین در دانشکده و اساتیدی که در این زمینه دوره دیده باشند و مستعد به نوآوری و ایده‌پردازی باشند نیز کمک می‌کند تا روح نوآوری در دانشکده جریان پیدا کند، زیرا بدون تقویت اساس و پایه که سران ورزشی کشور و نیز نیروی انسانی دانشکده است، تحقق اهداف کارآفرینانه در ورزش میسر نخواهد شد. تنها به کارگیری مدیران تحصیل‌کرده و آشنا با مقوله کارآفرینی در ورزش کفایت نخواهد کرد. این مدیران باید با هماهنگی با دیگر ارگان‌های ذیربط، حمایت همه جانبه از آموزش و بسترسازی جهت خلق ایده‌های ورزشی داشته باشند.

لذا راهبرد پیشنهادی دیگر، حمایت و پشتیبانی از ایده‌های ورزشی است. مسلما وزارت ورزش، وزارت علوم و دیگر ارگان‌هایی که به نوعی می‌توانند به پیشبرد نوآوری در سطح دانشکده‌های علوم ورزشی کمک کنند، تحت تاثیر سیاست‌ها وحمایت‌های دولت نیز هستند. حمایت و پشتیبانی دولت و سازمان‌های ذیربط به عنوان یک نیروی محرکه می‌باشد. حمایت‌های مالی هرچه بیشتر دولت (دلاماکور و همکاران، ۲۰۱۸،۱۰۸) به نوآوران و کارآفرینان حیطه ورزش و نیز حمایت‌ها و هماهنگی‌های لازم از سوی دیگر سازمان‌ها با دانشکده به منظور کمک‌های تسهیلاتی به صاحبان ایده‌های نوآورانه می‌تواند گام مهمی در هدایت این افراد به سمت مراکز و عملی نمودن ایده‌هایشان باشد.

حمایت‌های بیشتر دولت از مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری (ریوست و ساپیو[2]، ۲۰۱۲، ۱۹۸). در جهت خدمات‌رسانی بیشتر و رایگان نمودن اندک مبلغی که از مستاجران دریافت می‌شود، می‌تواند نقطه‌ای در راستای تشویق دانشجویان علوم ورزشی در جهت هدایت به این مراکز و آزمون و خطا برای ایده‌پردازی باشد. سالانه تعداد زیادی از پایان نامه‌های دانشجویی در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری در گرایش‌هایِ مختلف ورزشی نگارش و دفاع می‌شود. دولت می‌تواند با حمایت از پایان‌نامه‌های نوآورانه، زمینه ایجاد انگیزه در دانشجویان و اساتید را جهت خلق محصول و خدمات نوآرانه در ورزش ایجاد کند.

همچنین، دیگر نهادها مانند پژوهشگاه علوم ورزشی نیز می‌توانند حیطه حمایتی خود از ایده‌های نوآورانه در ورزش را گسترش دهد. وام‌ها و تسهیلاتی که دولت و دیگر ارگان‌های دولتی مرتبط با ورزش به صاحبانِ ایده‌های ورزشی می‌دهند، همه و همه نقطه عطفی در بهبود روند ایده‌پردازی و خلق محصولات نوآورانه در ورزش کشور خواهد بود. به عنوان مثال، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌توانند علاوه بر ارائه تسهیلات عمومی و تخصصی به دانشکده، زمینه‌های ایجاد تحقیقات مشترک (ساوادور[3]، ۲۰۱۹، ۱۷۴) را ایجاد و طی آن پروژه‌های تحقیقاتی مشترک با دانشکده را انجام دهند. بعد از برقراری ارتباط با مراکز، مراکز باید به دانشجویان این تضمین را بدهد که از ایده‌هایشان حمایت معنوی و نیز

1. Schulenkorf
2. Revest & Sapio
3. Salvador

پشتیبانی عاطفی (وان رینسور، ۲۰۲۰،۱۱) صورت می‌گیرد و به شهرت شرکت‌های ورزشی نوپا در این مراکز کمک می‌شود.

اما این در حالی است که دانشکده‌ها نیز خود باید به ایجاد و تقویت روحیه کارآفرینی و نوآوری در دانشکده بپردازند. همانگونه که (وطن خواه و رضایی مقدم، ۱۳۹۴،۳۷؛ گوموسای و بوهن، ۲۰۱۸، ۳۷۲) نیز به این امر اشاره کرده‌اند. لذا راهبرد دیگری که طبق نتایج این تحقیق به دست آمد، ایجاد و تقویت روحیه کارآفرینی، نوآوری و ایده‌پردازی در دانشکده است. تقویت فرهنگ نوآوری در ورزش، تقویت آموزش کارآفرینی، تقویت جو کارآفرینی و دادن انگیزش به دانشجویان از وظایف مسئولان دانشکده بوده و باید برای این امر برنامه‌ریزی داشته باشند.

در این راه گام ابتدایی فرهنگ‌سازی و مهیا نمودن زمینه گرایش دانشجویان و اساتید به سمت تحقیقات کاربردی است. می‌توان با برگزاری همایش‌ها و سمینارهایی با محتوای نوآوری و ایده‌پردازی، به مرور دانشکده‌های علوم ورزشی را بدین سمت هدایت نمود. همچنین، می‌توان با آشنا نمودن دانشجویان با آن دسته از نیازها و مشکلاتی که در جامعه به واسطه گرایش‌های مختلف علوم ورزشی قابل برطرف شدن و حل شد است، زمینه‌های فکری جهت ایده‌پردازی را در دانشکده تقویت نمود.

در واقع، این فرهنگ‌سازی منجر می‌شود همه دانشجویان خود را ملزم به نوآوری ببینند و با ایجاد طوفان مغزی در بین دانشجویان علوم ورزشی، قطعا شاهد نوآوری‌های بیشتر در علوم ورزشی و هدایت بیشتر دانشجویان به مراکز خواهیم بود. مسلما در این راه به متخصصان کارآفرینی جهت آموزش و هدایت دانشجویان (کالاریس[1] و همکاران، ۲۰۰۵، ۲۱۴) نیاز می‌باشد تا بتوان در دانشکده‌های علوم ورزشی شاهد تشکیل گروه‌های کارآفرین و ایده‌پرداز باشیم.

گام بعدی در ترویج جو کارآفرینی در دانشکده این است که بتوان دانشجویان صاحب ایده را با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری آشنا کرده و طریقه استفاده از مزایای این مراکز را آموزش داد. دانشکده‌های علوم وزشی می‌توانند با بازدید از صنایع مرتبط با ورزش و صنایعی که نیازمند به علم ورزشی هستند و نیز توجه به نیاز جامعه به خلق زمینه‌های ایده‌پردازی (لوکلای[2] و همکاران، ۲۰۱۹، ۵۹۳) برای دانشجویان، پرداخته تا به این صورت شاهد هدایت بیشترِ دانشجویان علوم ورزشی به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری باشیم. دانشگاه‌ها وظیفه دارند پیشنهادهای آموزشی خود را برای رفع چالش‌های دنیای امروز تنظیم کنند.

همچنین در راستای راهبرد تقویت نوآوری و کارآفرینی در دانشکده‌های علوم ورزشی، می‌توان با دعوت از سرمایه‌گذاران در حوزه ورزش به دانشکده و مطرح نمودن توان بلقوه رشته علوم ورزشی، حمایت آنان را در زمینه تولید محصولات نوآورانه ورزشی جلب نمود تا دانشجویان با ذهنی بازتر و اطمینان از بازار و فروش محصولاتشان بتوانند در مراکز به خلق محصولات نوآورانه خود بپردازند.

اگرچه این مراکز خود به دانشجویان در اتصال به سرمایه‌داران کمک می‌کنند (الونز و همکاران، ۲۰۱۷، ۷۰۹)، اما پیش‌قدم شدن دانشکده‌های علوم ورزشی در این امر سبب تقویت روحیه و ایجاد اعتماد به نفس در دانشجویان شده و این اطمینان را به آن‌ها می‌دهد که در نهایت تلاش آنان منجر به فروش محصولاتشان خواهد بود.

از طرفی، حضور در این مراکز ضمن ارائه خدمات عمومی و پشتیبانی و نیز حمایت از ایده‌های نوآورانه (الکفاری[3] و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۳). دانشجویان علوم ورزشی می‌توانند انگیزه لازم (سیدرات و فریکا، ۲۰۱۸، ۳۲) جهت ادامه مسیر و

1. Clarysse
2. Lecluyse
3. Al-Kfairy

خلق محصول را پیدا کنند. همچنین، در دانشکده‌های علوم ورزشی می‌توان از دانشجویان مستعد در ایده‌پردازی و نوآوری، تجلیل و قدردانی نمود تا انگیزه و امید را در آنان زنده نگاه داشت.

راهبردی دیگر، ارتقاء تعاملات سه گانه بین دانشکده، مراکز و جامعه است (سان و همکاران، ۱۱۶). در واقع، هر کدوم از این سه عنصر اصلی یعنی دانشکده، مراکز و صنعت نیازمند تقویت ارتباطات خود از طریق ارتقاء کیفیت کار تیمی و اعتماد مراکز به دانشکده علوم ورزشی و برقراری ارتباط بین دانشکده و صنعت هستند.

در این راستا، دانشکده‌ها جهت ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه خود باید زمینه‌های کار تیمی بین دانشکده با دیگر رشته‌ها و منتورهای مراکز را برقرار کنند و اتاق‌های فکر برای این منظور تدارک ببینند (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۸؛ سیدرات و فریکا، ۲۰۱۸، ۳۱).

برقراری ارتباط بین دانشجویان با دیگر مستاجران مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌تواند زمینه‌ساز ظهور ایده‌های بین‌رشته‌ای شده و به دنبال آن می‌توان محصولات ورزشی مبتکرانه‌ای را خلق نمود. این کار تیمی، ضعفی که دانشجویان علوم ورزشی در کار با نرم‌افزار، ابزارآلات مهندسی و ... دارند را برطرف نموده و به تقویت هرچه بیشتر ایده‌های ورزشی کمک می‌کند. همان‌گونه که (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۲) کار تیمی را به عنوان مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر ارتقای نوآوری در شرکت‌های مستقر در مراکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری شناخته است.

همچنین، می‌توان با در نظر گرفتن و طراحی اکوسیستم کارآفرینی در ورزش متناسب با منطقه و محیط هر دانشکده که بیانگر محیط‌کارآفرینانه، سرمایه‌های انسانی، رهبری کارآفرینانه و زیرساخت‌های کارآفرینی است (فرهادمهر و همکاران، ۱۳۹۸، ۸۱)، زمینه تقویت کار تیمی بین دانشکده با مراکز و منطقه را بهبود بخشید. اما مورد مهمی که باید در ارتباط بین دانشکده و مراکز ایجاد گردد، اعتماد مراکز به علم و دستاوردهای علوم ورزشی است.

به جز حمایت‌های دولتی (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۲)، سازمانی و تلاش دانشکده‌ها در تربیت افراد ایده‌پرداز و کارآفرین، مراکز نیز باید دید علمی و تکنیکال به رشته علوم ورزشی پیدا کنند و به دستاوردهای این دانشکده اعتماد داشته باشند. باید به این توجه داشت که اکثر دانشجویان علوم ورزشی از صلاحیت‌های کارآفرینی برخوردار هستند که می‌تواند در طول آموزش به اقدامات کارآفرینی تبدیل شود (نیا[1] و همکاران، ۲۰۱۷، ۱۸). برای این منظور، بر عهده دانشکده و مراکز خواهد بود که جلسات هم‌اندیشی با یکدیگر برگزار کنند و با استقرار مشاوران کسب‌وکارهای ورزشی در مراکز، هرچه بیشتر با حوزه کسب‌وکارهای ورزشی آشنا شده و نیز بتوانند ارتباطی مستمر با دانشکده از این طریق برقرار نمایند تا بتوانند ارتباط موثری بین دانشکده و سرمایه‌داران (الونز و همکاران، ۲۰۱۷، ۶۹۸). برقرار سازند.

در این راه، برقراری ارتباط بین دانشکده و صنعت سبب تعریف تقاضاهای جدید جهت تفکر و ایده‌پردازی می‌شود. در واقع، شناخت نیازهای صنعت که در ارتباط با علوم ورزشی است، منجر به تعریف پروژه شده و این خود سبب الزام دانشکده به نوآوری و در پی آن الزام دانشجویان به ارائه راه حل و یا ایده خواهد بود. بدین منظور، برای آن دسته از دانشجویانی که هیچ ایده‌ای ندارند، ترس از شکست و یا ناممکن پنداشتن تولید محصول دارند، راهبردی دیگری در این تحقیق ارائه شده است. این راهبرد شامل خلق فرصت‌هایی جهت ایده‌پردازی و نوآوری در دانشکده است.

با گذر از بحث مدیران لایق، فرهنگ‌سازی و آموزش نوآوری به دانشجویان، ارتباط با صنعت و سرمایه‌گذاران و .... اگر دانشکده‌های علوم ورزشی بتوانند قبل از هدایت دانشجویان به مراکز، به آموزش طریقه ایده‌پردازی در عمل و پالایش ایده‌ها بپردازند، قطعا شاهد هم اعتماد بیشتری از سوی مراکز و هم تربیت بیشتر دانشجویان نوآور در دانشکده خواهیم بود.

1. Naia

در این راستا، ایجاد مراکز تخصصی در دانشکده که به شبکه‌سازی (وان رینسور، ۲۰۲۰، ۱۱) بین دانشکده با محیط بیرون، معرفی بازارهای ورزشی به دانشکده و نیز ثبت و ارائه ایده‌های نوآورانه دانشکده به مراکز بپردازد، یک راهبرد عملیاتی جهت برقراری ارتباط بین دانشکده و مراکز خواهد بود. لازمه آن تدوین و اجرایی نمودن بوم کسب‌وکار ورزشی برای هر ایده و سازمان‌دهی صحیح ایده‌ها جهت معرفی به مراکز می‌باشد.

مراکز تخصصی در دانشکده می‌توانند به سازماندهی و پالایش ایده‌ها در دانشکده قبل از ورود به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری کمک کنند. همچنین، این مرکز می‌توانند با معرفی بازارهای ورزشی به دانشجویان و اساتید دانشکده، زمینه‌های ایده‌پردازی را برای آنان فراهم کنند. در نهایت، این مراکز به دانشجویان و اساتید کمک می‌کنند تا بوم کسب‌وکار خود را که برای ورود به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری لازم است، تدوین کنند و به کمک پتانسیل‌های بلااستفاده نظیر ظرفیت‌های خالی آزمایشگاه‌ها و تایم خالی اساتید، می‌توان به ایده‌پردازی و خلق محصولات نوآورانه متناسب با نیاز جامعه و صنعت در دانشکده پرداخت که نتیجه آن هدایت هرچه بیشتر دانشکده به سمت مراکز خواهد بود.

با توجه به نتایجی که محققان در این تحقیق کسب نمودند و با توجه به مصاحبه‌هایی که با افراد متخصص در این زمینه انجام شد، باید بیان داشت مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در اکثر دانشگاه‌های کشور مشغول به فعالیت هستند. اما اینکه چرا تاکنون دانشکده‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی حضور چندان فعالی در این مراکز ندارند، مربوط به عوامل مداخله‌گری است که مهم‌ترین آن‌ها مربوط به عدم آموزش و تربیت افراد نوآور و کارآفرین در دانشکده می‌باشد (الماسی و همکاران، ۱۴۰۰، ۵۳).

علی رغم تلاش‌هایی که در چند سال اخیر مبنی بر برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی به دانشجویان تربیت بدنی صورت گرفته است، اما تاکنون هنوز اکثریت دانشجویان با مباحث ایده‌پردازی، نوآوری، استارت آپ و... بیگانه هستند. این نشان می‌دهد روند آموزش دانشکده‌های علوم ورزشی باید سمت و سوی تازه‌ای در راستای تربیت دانشجویان نوآور تغییر پیدا کند.

در رابطه با دروس اختیاری، دانشکده‌های علوم ورزشی می‌توانند آموزش نوآوری و کارآفرینی با رویکرد ورود به این مراکز را هرچه بیشتر در برنامه درسی دانشجویان قرار دهند. در ایران، از ابتدای آموزش ورزش به افراد در سنین کودکی، کمترین ساعت درسی به ورزش اختصاص دارد. چنین بی‌اهمیت انگاشتن ورزش از سنین کودکی سبب می‌شود نه تنها دانش‌آموز بلکه جامعه اهمیت چندانی به ورزش به عنوان یک علم ندهند.

نتیجه چنین سیاست‌هایی سبب شده امروزه در دانشگاه‌ها، اغلب مدیران مراکز با دستاوردهای علمی دانشکده تربیت بدنی آشنا نبوده و طبیعتا آن را به رسمیت نشناسند و اصولا بر این باورند که دانشجویان این دانشکده قادر به نوآوری و خلق محصول نیستند. اما اگر دانشکده‌ها بتوانند ضمن بازنگری در محتوی آموزشی خود از طریق ارسال درخواست از طرف آموزش دانشگاه به کمیته بازنگری دروس وزارت علوم و با دروس اختیاری، دانشجویان را تشویق کنند که به سمت ایده‌پردازی روی آوردند، می‌توان شاهد خلق ایده‌های ورزشی زیادی در دانشکده‌های علوم ورزشی باشیم.

در این راه، می‌توان با حمایت مالی از پایان نامه‌های نوآورانه دانشجویی سبب تشویق دانشجویان شد. از طرفی، ارتباط و حمایت هرچه بیشتر پژوهشگاه علوم ورزشی در کشور ایران با دانشکده‌ها می‌تواند به رشد و پرورش بیشتر ایده‌ها و هدایت آنان به سمت مراکز کمک کند.

استقرار پایگاه‌های اطلاعاتی که وضعیت صنعت ورزش در کشور ایران جهت بازاریابی استارت‌آپ‌های ورزشی را نشان می‌دهد، می‌تواند هم به ایده‌پردازان و هم مراکز جهت سرمایه‌گذاری‌هایی با ریسک کم کمک کند. در حال حاضر، آینده

برای ایده‌های ورزشی و اینکه آیا این ایده بازاری در کشور خواهد داشت یا خیر، ابهام وجود دارد و این یک مانع بزرگ بر سر راه اسپانسرها و بخش خصوصی جهت حمایت از ایده‌های ورزشی است.

با در نظر گرفتن عواملی که پیشتر بیان شد، می‌توان ارتباط بین دانشکده با مراکز را برقرار نمود و شاهد خلق محصولات نوآورانه در ورزش، خلق ثروت و اشتغال و نیز بهبود کیفیت زندگی جامعه بود.

به کارگیری این راهبردها پیامدهایی را به همراه خواهد داشت که سبب می‌شود جامعه و سازمان‌ها بینش مثبتی به دانشکده پیدا کنند و تقاضا برای محصولات ورزشی بیشتر گردد. این امر سبب توانمند شدن دانشکده از طریق رقابت بین دانشگاهی و ارتباط هرچه بیشتر با مراکز می‌گردد و نتیجه آن خلق و توسعه فرصت‌های شغلی ورزشی (راتن و جونز، ۲۰۱۸) از طریق رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، تشویق بخش خصوصی (البحاری و همکاران، ۲۰۱۸) جهت سرمایه‌گذاری بر ایده‌های نوآورانه ورزشی و پیشبرد روابط تجاری در ورزش خواهد بود.

همچنین، ارتباط بین دانشکده و مراکز سبب علم به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات خواهد شد. زیرا در پرتو این ارتباط، شایستگی‌های علمی دانشجویان علوم ورزشی در زمینه کارآفرینی رشد خواهند کرد و سبب تحریک نوآوری و نیز توسعه نوآوری‌ها در کالاهای ورزشی از راه ارتباطات کاری و علمی دانشکده با مراکز خواهد شد. این ارتباط با کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، سبب تسریع در روند تجاری کردن دستاوردهای پژوهشی خواهد شد که نتیجه آن نه تنها اشتغال-زایی (پیرس، ۲۰۱۹) و خلق ثروت برای صاحبان ایده خواهد بود، بلکه در مقیاس کلان سبب توسعه اقتصاد کشور (به واسطه رشد صنعت ورزش، کاهش وابستگی به واردات کالاهای ورزشی، کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و ایجاد منابع درآمد جدید برای دانشگاه و اعضای هیأت علمی)، تامین نیازهای جامعه و ارتقاء کیفیت زندگی جامعه (دلاماکور، ۲۰۱۸) خواهد شد.

از جمله محدودیت‌های این تحقیق، عدم به کارگیری متدها و راهبردهای کشورهای پیشرفته در راستای این تحقیق به علت عدم بومی شدن این راهبردها بود و به علت اینکه این تحقیق در راستای ارائه راهبردهای دسته اولی بود که بتواند موانع و مشکلات کنونی را برطرف کند. لذا پیشنهاد می‌شود این تحقیق به صورت مقایسه‌ای بین کشور ایران و دیگر کشورها انجام شود تا بتوان موانع توسعه ایده‌های نوآورانه ورزشی در دیگر کشورها را مشخص نمود و یا از کشورهای برتر در این زمینه به عنوان الگو بهره برد.

این نتایج اگرچه در کشور ایران به عنوان یک کشور در حالِ توسعه به دست آمده است، اما به اعتقاد نویسندگان خارجی همکار در این مقاله، میزان حضور دانشکده‌های علوم ورزشی در این مراکز در کشورهایی مانند اسپانیا و چین نشان می‌دهد که این دغدغه در بخش ورزش این کشورها نیز وجود دارد. از طرفی، یکی دیگر از محدودیت‌هایی این تحقیق مشاغلی است که علوم ورزشی امروزه و در آینده می‌تواند به آن ورود پیدا کند و زمینه‌ساز نوآوری در دانشکده‌های علوم ورزشی است، اما اکنون بدان توجهی نمی‌شود و می‌توان مطابق با آن در دانشکده‌های علوم ورزشی پروژهایی جهت ایده‌پردازی مطرح نمود. لذا در این مورد می‌توان با رویکردهایی همچون رویکرد آینده‌پژوهشی به بررسی ارتباط بین دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری پرداخت و طی آن آینده مشاغل و محصولاتی که دانشکده علوم ورزشی می‌تواند در این مراکز عرضه کند را پیش‌بینی نمود و برای تحقق آن برنامه‌ریزی کرد.

محدودیت بعدی در رابطه با مبهم بودن بازار محصولات ورزشی است که انگیزه و توان لازم برای ایده‌پردازی و نوآری را از دانشجویان علوم ورزشی سلب می‌کند. لذا از آنجا که شرایط بازاریابی و فروش محصولات ورزشی داخلی شمایی روشن و واضح ندارند، پیشنهاد می‌گردد تحقیقات آتی به بررسی و اولویت‌بندی سازمان‌ها و ارگان‌هایی بپردازد که مستقیما یا غیرمستقیم به محصولات دانشکده‌های علوم ورزشی (اعم از کالا و خدمات) وابسته هستند. بدین صورت می‌توان مشتریان

آشکار و پنهان محصولات دانشکده‌های علوم ورزشی را بهتر شناسایی نمود و برای ایده‌پردازی و خلق محصول متناسب با نیازهای آنان اقدام نمود.

تشکر و قدردانی

در پایان از همه سازمان‌های ورزشی، اساتید دانشگاه، کارآفرینان ورزشی و نیز صاحبان کسب‌وکارهای نوپا در ورزش که ما را در انجام این تحقیق یاری نمودند، کمال تشکر و قدردانی را داریم.

منابع

1. Al-Kfairy, M., Khaddaj, S., & Mellor, R. B. (2020). Evaluating the effect of organizational architecture in developing science and technology parks under differing innovation environments. *Simulation Modelling Practice and Theory, 100*, 102036.
2. Albahari, A., Barge-Gil, A., Pérez-Canto, S., & Modrego, A. (2018). The influence of science and technology park characteristics on firms' innovation results. *Papers in regional science, 97*(2), 253-279.
3. Almasi, S., Eydi, H., Abbasi, H. (2021). Identifying Barriers of communication Between Faculty of Sport Sciences with Incubator Centers and Science & Technology Parks in Iran. *Sport Physiology & Management Investigations*, 13(2), 41-57.
4. Azimi Delarestaghi, A. (2014). *Designing Strategic Entrepreneurship Model in Sports Business.* North University.
5. Clarysse, B., Wright, M., Lockett, A., Van de Velde, E., & Vohora, A. (2005). Spinning out new ventures: a typology of incubation strategies from European research institutions. *Journal of Business venturing, 20*(2), 183-216.
6. Corrocher, N., Lamperti, F., & Mavilia, R. (2019). Do science parks sustain or trigger innovation? Empirical evidence from Italy. *Technological Forecasting and Social Change, 147*, 140-151.
7. Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change, 135*, 99-111.
8. Eveleens, C. P., van Rijnsoever, F. J., & Niesten, E. M. (2017). How network-based incubation helps start-up performance: a systematic review against the background of management theories. *The Journal of Technology Transfer, 42*(3), 676-713.
9. Farahmandmehr, A., Sharififar, F., & Nikbakhsh, R. (2019). Designing and explaining the framework of entrepreneurship ecosystem in sports. *sports management and development, 17*(1), 63-83.
10. Ghaffari, H., Shahiki, A., & TASH, M. (2020). The Impact of Information Technology Capabilities on Identifying Entrepreneurial Opportunities in Growing Companies Zahedan Science and Technology Park. *Journal of Technology Growth, 16*(6), 12-22.
11. González-Serrano, M. H., Moreno, F. C., & Hervás, J. C. (2018). Sport management education through an entrepreneurial perspective: Analysing its impact on Spanish sports science students. *The International Journal of Management Education*, 100271,1-15.
12. Gümüsay, A. A., & Bohné, T. M. (2018). Individual and organizational inhibitors to the development of entrepreneurial competencies in universities. *Research Policy, 47*(2), 363-378.
13. Habibi, R., Asghari, Z., & Jafari, K. (2019). Identifying and Prioritizing the Factors Affecting the Development of University Technology Units Growth Centers (Case Study: Guilan University Technology Units Growth Center). *Journal of Technology Growth, 14*, 1-9.
14. Hemme, F., Morais, D. G., Bowers, M. T., & Todd, J. S. (2017). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport management review, 20*(1), 92-104.
15. Klofsten, M., Lundmark, E., Wennberg, K., & Bank, N. (2020). Incubator specialization and size: Divergent paths towards operational scale. *Technological Forecasting and Social Change, 151*, 119821.
16. Lecluyse, L., Knockaert, M., & Spithoven, A. (2019). The contribution of science parks: A literature review and future research agenda. *The Journal of Technology Transfer, 44*(2), 559-595.

17. Lindsey, I., & Darby, P. (2019). Sport and the Sustainable Development Goals: Where is the policy coherence? *International Review for the Sociology of Sport, 54*(7), 793-812.
18. Mirghfouri , H., Sayadi Turanl , H., & Kariminia , H. (2013). Ranking of effective factors on promoting innovation in companies affiliated with growth centers using fuzzy TOPSIS technique; Case study of Yazd Science and Technology Park. *Quarterly Journal of Parks and Growth Centers, 9*(3), 19-29.
19. Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*: sage.
20. Naia, A., Baptista, R., Biscaia, R., Januário, C., & Trigo, V. (2017). Entrepreneurial intentions of sport sciences students and theory of planned behavior. *Motriz: Revista de Educação Física, 23*, 14-21.
21. Pierce, D. (2019). Analysis of sport sales courses in the sport management curriculum. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 24*, 17-29.
22. Popp, N., Simmons, J., & McEvoy, C. D. (2017). Sport ticket sales training: Perceived effectiveness and impact on ticket sales results. *Sport Marketing Quarterly*, *26*(2), 99.
23. Ratten, V., & Jones, P. (2018). Future research directions for sport education: Toward an entrepreneurial learning approach. *Education+ Training*.
24. Revest, V., & Sapio, A. (2012). Financing technology-based small firms in Europe: what do we know? *Small Business Economics, 39*(1), 179-205.
25. Salvador, D. S., Toboso-Chavero, S., Nadal, A., Gabarrell, X., Rieradevall, J., & da Silva, R. S. (2019). Potential of technology parks to implement Roof Mosaic in Brazil. *Journal of Cleaner Production, 235*, 166-177.
26. Schulenkorf, N. (2017). Managing sport-for-development: Reflections and outlook. *Sport management review*, *20*(3), 243-251.
27. Sidrat, S., & Frikha, M. A. (2018). Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university. *The Journal of High Technology Management Research, 29*(1), 27-34.
28. Soetanto, D., & van Geenhuizen, M. (2019). Life after incubation: The impact of entrepreneurial universities on the long-term performance of their spin-offs. *Technological Forecasting and Social Change, 141*, 263-276.
29. Stal, E., Andreassi, T., & Fujino, A. (2016). The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. *RAI Revista de Administração e Inovação, 13*(2), 89-98.
30. Sun, S. L., Zhang, Y., Cao, Y., Dong, J., & Cantwell, J. (2019). Enriching innovation ecosystems: The role of government in a university science park. *Global Transitions, 1*, 104-119.
31. Svensson, P. G., Andersson, F. O., Mahoney, T. Q., & Ha, J.-P. (2020). Antecedents and outcomes of social innovation: A global study of sport for development and peace organizations. *Sport management review, 23*(4), 657-670.
32. Svensson, P. G., & Hambrick, M. E. (2019). Exploring how external stakeholders shape social innovation in sport for development and peace. *Sport management review, 22*(4), 540-552.
33. Vaghefi Nazari, R., farahani, A., Asad, M., khodadadi, M. (2015). Job Expectations of Physical Education Students of Their Job and Job Prospect in Tehran Azad Universities. *Journal of Sport Management, 7*(2), 175-189.
34. Taslimi, Z. (2015). Presenting the financing framework of sports federations with the focus on self-sufficiency studied: athletics, swimming, gymnastics federations, doctoral thesis, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Gilan University.
35. van Rijnsoever, F. J. (2020). Meeting, mating, and intermediating: How incubators can overcome weak network problems in entrepreneurial ecosystems. *Research Policy, 49*(1), 103884.
36. Vanessa, R. (2012). Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research. *International journal of entrepreneurial venturing, 4*(1), 65-76.
37. Vatan Khah, N., & Rezai Moghadam, K. (2015). Components and Barriers of the College of Entrepreneurship Establishment from the Perspective of Cooperative Member and Non-member Students of Shiraz University. *Co-Operation and Agriculture, 4*(15), 17-40.