

شناسایی عوامل موثر کارآفرینی ورزشی در ایران

آمنه نیکویی^۱، محمد رضا اسماعیلی شازندی^{۲*}، فریده اشرف گنجویی^۳
۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲ و ۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
تاریخ دریافت: (۹۹/۰۹/۱۶) تاریخ پذیرش: (۹۹/۱۰/۱۵)

Identifying the effective factors of sports entrepreneurship in Iran

AmenahNikouei¹, Mohammad Reza EsmailiShazandi², Farideh Ashraf Ganjoui³

1-PhD Student, Department of Sports Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2&3- Associate Professor, Department of Sports Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Received: (2020. December. 06)

Accepted: (2021. January. 04)

Abstract

The main purpose of this study was to identify the effective factors of sports entrepreneurship in Iran. The type of research was fundamental and qualitative. The population consisted of 16 people from the owner - experts were different. Sample - making use of sampling Targeted capture was performed. To sum - data - in this study, the theoretical principles used and it was not enough discussion of semi- structured. The findings in this study for the analysis - the study of qualitative analysis approaches, including open coding, axial and selective can be used. Open coding results showed that 110 basic code derived from the analysis of the interviews - and documents have been obtained. The results of axial coding showed that 15 categories were obtained from this coding. The findings - resulting from selective encryption includes 4 concept (inhibiting factors, facilitating factors - suppliers, agents of development - of the consequences) was. The results of coding - showed that Iran Sports Entrepreneurship Program is based on several factors. Therefore when the mechanism of action of these factors to Can be identified and diagnosed correctly - the growth and development of sports in Iran's Entrepreneurship Program. According to these cases The future - a bright sports for entrepreneurship programs in Iran imagine. Because of the lack of communication between the University of expert opinion - and industrial production centers and is considered one of the most important factors - be. Suggests - is what is needed to establish a good relationship between academia and industry through education of students is done in accordance with the needs of the industry.

Keywords

Entrepreneurship, Sports Entrepreneurship, Iran.

چکیده

هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل موثر کارآفرینی ورزشی در ایران بود. نوع پژوهش، بنیادی و به شیوه کیفی بود. جامعه آماری شامل ۱۶ نفر از صاحب‌نظران مختلف بودند. نمونه‌گیری با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و انجام شد. برای جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش ابتدا از مبانی نظری استفاده گردید و چون مباحث کافی نبود از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. در این مطالعه جهت تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش از رویکردهای تحلیل کیفی که شامل کدگذاری باز، محوری و گزینشی می‌باشد، استفاده شد. نتایج کدگذاری باز بیانگر آن بود که ۱۱۰ کد اولیه حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها و اسناد به دست آمده است. نتایج کد گذاری محوری بیانگر این بود که ۱۵ مقوله از این کدگذاری به دست آمد. در نهایت یافته‌های حاصل از کدگذاری گزینشی شامل ۴ مفهوم (عوامل بازدارنده، عوامل تسهیل‌کننده، عوامل توسعه‌دهنده و پیامدها) بود. نتایج حاصل از کدگذاری‌ها نشان داد که برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران بر مبنای عوامل مختلفی قرار دارد. لذا زمانی که مکانیسم اثر این عوامل به‌درستی شناسایی و تشخیص داده شوند می‌توان شاهد رشد و بالندگی برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران بود. با توجه به این موارد می‌توان آینده‌ای روشنی را برای برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران تصور کرد. از آنجایی که از دیدگاه متخصصان فقدان ارتباط میان دانشگاه‌ها و مراکز تولیدی و صنعتی یکی از عوامل مهم تلقی می‌شود. پیشنهاد می‌شود اقدامات لازم در جهت برقرار ارتباط مطلوب بین دانشگاه و صنعت از طریق آموزش صحیح دانشجویان مطابق با نیازهای صنعت صورت گیرد.

کلید واژه‌ها

کارآفرینی، کارآفرینی ورزشی، کشور ایران.

مقدمه

روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است (هرینگتون، کیو، کیو و مانیتور، ۲۰۱۰). به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آنرا در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند (مانیتور، ۲۰۱۶). تغییر و تحول، بخش تفکیک‌ناپذیر و سنگ‌زیرین نظام هستی است و چنین تغییر و تحول شتابنده‌های در تمام شئون زندگی انسان‌ها شکل می‌گیرد، از آنجایی که عدم توجه به یک روند در حال تغییر ممکن است بسیار پرهزینه باشد ایجاب می‌کند هر بنگاه اقتصادی در هر کسب‌وکاری که مشغول است با دقت و تیزبینی، تغییرات شرایط و تحول را تحت نظر داشته باشد و فراتر از آن، قابلیت حرکت همگام با تغییرات را در خود ایجاد کند (اکس و همکاران، ۲۰۱۷). چنین تغییراتی منجر به فعالیت‌های اقتصادی، مدل‌های تجاری و پیشنهادات ارزنده جدیدی شده است. زمانی که کسب‌وکار تلاش می‌کند تا به این تغییرات پاسخ دهد، آن‌ها تشخیص می‌دهند که در توسعه ریسک جدید اشتغال نیازمند است. شومپیتر اولین محقق است که دریافت کارآفرینان موفق فرصت‌هایی را با خلاقیتشان کشف می‌کنند که دیگران به آن‌ها توجهی ندارند (شومپیتر، ۱۹۳۴). کارآفرینی از نظر اقتصاددانان، سازوکاری است که تخصیص بهینه‌ی منابع را با استفاده از فرصت‌های آتی همراه با مخاطره میسر می‌سازد. کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان ایجاد کند تا درآمد و سرمایه‌ی خود را افزایش دهند و همچنین با ایجاد موسسات جدید و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، استانداردهای زندگی را بهبود بخشند (اکس و همکاران، ۲۰۱۶؛ ناد، ۲۰۱۲).

بیشتر شرکت‌های کارآفرین به یکی از این دو شیوه مختلف کار خود را آغاز می‌کنند: برخی از شرکت‌ها به واسطه فرصت‌های موجود در محیط بیرون برانگیخته می‌شوند. یعنی کارآفرین تصمیم می‌گیرد شرکتی را تأسیس کند، به دنبال فرصت می‌گردد و آن را تشخیص می‌دهد و سپس یک کسب‌وکار را راه‌اندازی می‌کند. در مقابل، دیگر شرکت‌ها از طریق فرصت‌های موجود در محیط بیرون برانگیخته می‌شوند. کارآفرین یک مسئله یا خلاء فرصت را تشخیص

می‌دهد و کسب‌وکاری را راه‌اندازی می‌کند تا این خلاء را پر کند (سلامزاده و کسیم، ۲۰۱۵). آمیت و مولر^۲ (۱۹۹۴) نشان دادند که انتخاب برای شروع کسب‌وکار جدید نتیجه دو تصمیم است: برخی فعالیت اقتصادی جدیدی عهده‌دار شده‌اند در نتیجه فرآیند نارضایتی از شرایط فعلی‌شان می‌باشد، در حالی که بقیه فعالیت اقتصادی که شروع بکار شده‌اند در نتیجه تمایل جست‌وجوی فرصت می‌باشد (آمیت و مولر، ۱۹۹۴). بنابراین، بدون فرصت کارآفرینی معنا نداشته و مفهوم فرصت‌بایستی در کانون و مرکز پژوهش‌های کارآفرینی قرار داشته است (کمیسیون اروپا، ۲۰۰۸). تحقیق کارآفرینی تقریباً موضوع تازه‌ای است و مروری از ادبیات تحقیق رشد آن را نشان می‌دهد که عمده آن مربوط به دو دهه اخیر می‌باشد (سیمونز و هارنسی، ۲۰۱۴؛ سلامزاده، ۲۰۱۵)، اهمیت کارآفرین در تغییر اقتصادی و اجتماعی برای بسیاری از دانشمندان اقتصادی و رفتاری مشخص شده است. به نظر شومپیتر رابطه‌ای بین کارآفرینی و توسعه اقتصادی وجود دارد (شومپیتر، ۱۹۳۴). کارآفرینی نقش مهمی در رشد اقتصادی از طریق سهم در ایجاد مشاغل جدید، توسعه رقابت و نوآوری‌ها در سطح شرکت، کشور و جهان دارد. کارهای تئوریک و مطالعات تجربی تأکید می‌کنند اینکه فعالیت‌های کارآفرینانه افراد محرک کلیدی توسعه کارآفرینی می‌باشد (فورفاس، ۲۰۰۹). بنابراین کارآفرینی به عنوان مکانیسم مهم در دستیابی به رشد اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است (شان، ۲۰۰۸؛ سوتن، ۲۰۰۸). کسب و کارهای ورزشی در راستای فعالیت‌های خود و ایجاد ارزش برای جامعه و سود برای ذی‌نفعان سازمانی ناچار از شناسایی فرصت‌های جدید هستند (دنيس، ۲۰۰۸). راتن^۱ (۲۰۱۰) معتقد است ورزش فرآیندی کارآفرینی است و رویکرد کارآفرینی در ورزش می‌تواند سازوکاری برای تحمل بحران‌های اقتصادی فراهم آورد (راتن، ۲۰۱۰). کارآفرینی می‌تواند از طریق کشف و گسترش فرصت‌های شغلی مرتبط با تربیت‌بدنی زمینه‌های رونق اقتصادی و تغییر و شیوهی زندگی را برای کلیه اقشار جامعه فراهم کند (مرادی، ۱۳۹۷).

5Salamzadeh & Ksim
6European Commission
7Simmons & Hornsby
8Salamzadeh
9Forfas
1 Shane 0
1 Sowetan 1
1 Dennis 2

۱Herrington, Kew, Kew & Monitor
۲Monitor
3Acset al
4Naudé

گفته شد لازمه تشخیص و طراحی سیاست‌های مناسب جهت توسعه کارآفرینی توجه به کلیه عناصر موجود در کارآفرینی و شیوه تعاملات آنها است. پژوهش حاضر به این مساله می‌پردازد که چه عواملی بر کارآفرینی ورزشی در ایران مؤثر است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر کیفی، از نوع پژوهش‌های اکتشافی می‌باشد و هدف کشف پدیده‌هایی است که چندان قابل درک نیست. این پژوهش به دنبال شناسایی عوامل موثر کارآفرینی ورزشی در ایران بود. لذا پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی است. این پژوهش بر مبنای جستجوی داده، دارای ماهیت کیفی است که از روش نظریه داده بنیاد^۱ استفاده شد. بدین صورت که ابتدا از طریق مطالعات اسناد، فهرستی از عوامل مؤثر با موضوع پژوهش شناسایی شد. فهرست مقدماتی به عنوان سئوالات مصاحبه و ابزار اولیه گردآوری داده‌ها مد نظر قرار گرفت، سپس راهنمای مصاحبه تدوین و پژوهشگر قبل از انجام مصاحبه با هریک از صاحب‌نظران آگاه، راهنمای مصاحبه را برای آنان ارسال کرد. همچنین سئوالاتی بر اساس پاسخ مشارکت‌کنندگان به منظور کشف جنبه‌های خاص و عمیق‌تر کارآفرینی ورزشی از طریق مصاحبه عمیق و نیمه ساختارمند پرسیده شد. مصاحبه با برخی سئوالات توصیفی همچون سن، سابقه فعالیت و همچنین شناخت دقیق از سمت یا جایگاه مصاحبه شونده‌گان آغاز می‌شد و در ادامه سئوالات اصلی پژوهش پرسیده می‌شد و در پایان نیز از مصاحبه شونده‌گان با سئوال باز مانند فکر می‌کنید مطلبی هست که به آن در این حوزه نپرداخته‌اید؟ خاتمه می‌یافت. مدت زمان مصاحبه بین ۳۰ الی ۸۰ دقیقه بود که در پژوهش حاضر میانگین مصاحبه با نمونه‌ها ۶۰ دقیقه بود. ذکر این نکته ضروری است که به منظور ثبت اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها، علاوه بر نکته‌برداری، از دستگاه ویژه ضبط صدا نیز استفاده گردید. به دلیل مسائل اخلاقی، قبل از شروع هر مصاحبه، برای ضبط گفتگو از مصاحبه‌شونده‌گان اجازه گرفته می‌شد. مصاحبه در مکان مورد توافق مصاحبه‌شونده و پژوهشگر بود. تعداد ۱۱ نفر از مصاحبه شونده‌گان به شکل هدفمند و با توجه به شناخت تیم تحقیق و مطالعه و بررسی مقالات و

در این خصوص نتایج مطالعات برومند، پورکیانی و تقیان دینانی (۱۳۹۸) بیانگر آن بود که هر پنج عامل فردی، اقتصادی، سیاسی، قانونی و اجتماعی و آموزشی به طور معنی داری بر راه اندازی و توسعه کسب و کارهای ورزشی تاثیر دارند و با توجه به ضریب مسیر، به ترتیب عامل اقتصادی، فنی، فردی، سیاسی، قانونی و اجتماعی و آموزشی بیشترین تاثیر را در راه اندازی و توسعه کسب و کارهای ورزشی دارند. آنها نتیجه گرفتند که برای راه اندازی و توسعه متوازن و پایدار کسب و کارهای ورزشی نیاز به اتخاذ رویکرد اکوسیستمی می‌باشد. همچنین دلارستاقی، رضوی، برومند (۱۳۹۷) در پژوهشی به شناسایی عوامل زمینه‌ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی پرداختند. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، عوامل زمینه‌ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی در شش مولفه تحت عناوین سیاست‌های حمایتی دولت، عوامل قانونی و حقوقی، نظام آموزشی، عوامل فرهنگی، سیاست‌های تجاری و عوامل حاکمیتی شناسایی و استخراج گردید. آنها به این نتیجه دست پیدا کردند که به منظور رونق کسب و کارهای مرتبط با ورزش، فراهم نمودن شرایط زمینه‌ای با هدف کمک به باروری نوآوری‌ها که نهایتاً سبب ایجاد مزیت‌های رقابتی در کسب و کارها می‌گردد، ضروری می‌باشد. در همین راستا دولت‌ها می‌توانند با اجرای نقش حیاتی خود در رویکردهای تنظیمی، هنجاری و شناختی به عنوان یک تسهیل‌کننده عمل نموده و شرایط محیطی را برای صاحبان کسب و کارها جهت استقرار کارآفرینی استراتژیک آماده نمایند. کریس هوویت^{۱۳} (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی نقش فرهنگ در کارآفرینی پرداخته و نتایج نشان داد که فرهنگ نقش مهمی در رفتار کارآفرینی ایفا می‌کند و ویژگی شخصیتی سازشگری در تصمیم‌گیری برای آغاز یک کسب و کار حائز اهمیت است. همچنین ویژگی‌های پذیرش نوآوری و ریسک‌پذیری از صفات شخصیتی لاینفک کارآفرینان است. در پژوهش دیگری توماس و جوکیم^۴ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی و توسعه اشتغال به این نتیجه دست یافتند که برای ایجاد کار آفرینی در شغل باید همکاری مناسب بین افراد متخصص و شرکت‌ها ایجاد شود تا بتوانند یک کسب و کار موفق راه اندازی کنند (توماس و جوکیم، ۲۰۱۵). بنابراین بر اساس آنچه

1 Chris Howitt 3
1 Thomas & Joacim 4

جدول ۱. میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

| ردیف | شماره مصاحبه | تعداد کل کدها | تعداد توافقات | پایایی |
|------|--------------|---------------|---------------|--------|
| ۱ | P2 | ۱۱ | ۴ | ۰/۷۲ |
| ۲ | P8 | ۱۵ | ۶ | ۰/۸۰ |
| ۳ | P11 | ۱۲ | ۴ | ۰/۶۶ |
| ۴ | P16 | ۱۳ | ۵ | ۰/۷۶ |
| | جمع | ۵۱ | ۱۹ | ۰/۷۴ |

یک نفر متخصص مدیریت ورزشی مجدد کدگذاری شدند. سپس کدهای مشخص شده برای هرکدام از مصاحبه‌ها باهم مقایسه گردیدند. در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که بین دو کدگذار باهم مشابه بودند به‌عنوان "توافق" و کدهای غیرمشابه به عنوان "عدم توافق" مشخص شدند. بدین منظور از فرمول ذیل استفاده شد. گالدینک^۹ (۲۰۰۲) بیان کرد اکثر مطالعات الگوی کدگذاری پارادایمی را برای تحلیل داده‌های حاصل از روش داده‌بنیاد معرفی می‌کنند که در قالب یک فرایند کدگذاری سیستماتیک^{۲۰} شامل سه مرحله اولیه^{۲۱}، محوری^{۲۲} و گزینشی^{۲۳} منجر به ایجاد این مدل می‌شود. در این پژوهش پژوهشگر سعی نموده است بر اساس نظرات صاحب‌نظران از پدیده مورد مطالعه را استخراج کند.

$$۱۰۰\% \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times ۲}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی باز آزمون}$$

پژوهش‌های علمی و تعداد ۵ نفر هم به شیوه گلوله برفی و با معرفی گروه اول انتخاب شدند. برای هر یک از مشارکت‌کنندگان بعد از هماهنگی زمان مصاحبه، به منظور حداکثر استفاده از اطلاعات صاحب‌نظران و آشنایی با کلیت موضوع و جوانب آن، نامه‌ای همراه با جزئیات و اهداف اصلی پژوهش و سؤالات مرتبط با آن توسط پست الکترونیکی یا شبکه‌های اجتماعی به مصاحبه‌شوندگان ارسال شد تا با مطالعه و آمادگی ذهنی بیشتر در مصاحبه پاسخگوی سؤالات پژوهشگر باشند. البته تغییرات لازم در سؤالات برای هر یک از مصاحبه‌شوندگان قبل و حتی حین گفتگو و با توجه به شرایط مصاحبه انجام می‌شد. پس از انجام ۱۶ مصاحبه پژوهشگر به اشیاع نظری رسید. که مصاحبه‌شوندگان شامل ۶ نفر از عضو هیات علمی دانشگاه، ۴ نفر کارآفرینان و صاحبان کسب و کار ورزشی کارآفرینان و صاحبان کسب و کار ورزشی و ۶ نفر از متخصصان و مشاوران بازار ورزش بودند. انجام مصاحبه‌ها تا حد کفایت یا اشیاع نظری ادامه یافت. اشیاع نظری مرحله‌ای است که در آن داده‌های جدیدی در ارتباط با مقوله پدید نیاید و روابط بین مقوله‌ها برقرار و تأیید شده است. از آنجا که نظریه‌هایی که در عرصه علوم انسانی و رفتاری ارائه می‌شوند در طول زمان قابل، اصلاح و تعدیل هستند، پژوهشگران کیفی به جای واژه اعتبار و روایی، از واژه‌های «مقبولیت»^{۲۴} «انتقال پذیری»^{۲۵} و «تأییدپذیری»^{۲۶} استفاده می‌کنند و مورد تأیید قرار گرفتند. همچنین از پایایی بازآزمون استفاده شد و پایایی معادل ۷۴ درصد گزارش گردید. بدین شکل که ۳ مصاحبه به‌عنوان نمونه انتخاب و هرکدام از آن‌ها توسط

| | | |
|---|-------------------|---|
| 1 | Goulding | 9 |
| 2 | Coding systematic | 0 |
| 2 | Open coding | 1 |
| 2 | Axial coding | 2 |
| 2 | Selective coding | 3 |

| | | |
|---|-----------------|---|
| 1 | Credibility | 6 |
| 1 | Transferability | 7 |
| 1 | Dependability | 8 |

یافته‌های پژوهش

جدول ۲. جامعه آماری پژوهش

| حوزه فعالیت | | تحصیلات | رشته تحصیلی | جنسیت | سمت | ردیف |
|-------------|--------|---------------|-----------------|-------|--------------------------|------|
| دانشگاهی | اجرایی | | | | | |
| * | | دکتری | مدیریت ورزشی | مرد | عضو هیات عملی دانشگاه | ۱ |
| * | | دکتری | مدیریت ورزشی | مرد | عضو هیات عملی دانشگاه | ۲ |
| * | | دکتری | مدیریت ورزشی | زن | عضو هیات عملی دانشگاه | ۳ |
| * | | دکتری | کارآفرینی | مرد | عضو هیات عملی دانشگاه | ۴ |
| * | | دکتری | کارآفرینی | زن | عضو هیات عملی دانشگاه | ۵ |
| * | | دکتری | کارآفرینی | مرد | عضو هیات عملی دانشگاه | ۶ |
| | * | کارشناسی ارشد | مدیریت ورزشی | مرد | کارآفرین کسب و کار ورزشی | ۷ |
| | * | دکتری | کارآفرینی | مرد | کارآفرین کسب و کار ورزشی | ۸ |
| | * | کارشناسی ارشد | مدیریت ورزشی | مرد | کارآفرین کسب و کار ورزشی | ۹ |
| | * | کارشناسی ارشد | کارآفرینی | زن | کارآفرین کسب و کار ورزشی | ۱۰ |
| | * | کارشناسی ارشد | بازاریابی ورزشی | مرد | مشاور بازار ورزش | ۱۱ |
| | * | دکتری | بازاریابی ورزشی | مرد | مشاور بازار ورزش | ۱۲ |
| | * | دکتری | بازاریابی ورزشی | مرد | مشاور بازار ورزش | ۱۳ |
| | * | کارشناسی ارشد | بازاریابی ورزشی | مرد | مشاور بازار ورزش | ۱۴ |
| | * | کارشناسی ارشد | کارآفرینی ورزشی | زن | مشاور بازار ورزش | ۱۵ |
| | * | کارشناسی ارشد | بازاریابی ورزشی | مرد | مشاور بازار ورزش | ۱۶ |

جدول ۳. کدهای اولیه و کدبندی متمرکز

| کد محوری | کد اولیه | ردیف |
|------------------------|---------------------------------|------|
| ایده نوآورانه | وجود فضای نوآورانه | ۱ |
| | حمایت از ایده های نوآورانه | ۲ |
| | وجود ایده نو در بازار | ۳ |
| | وجود ذهن خلاق و نوآورانه | ۴ |
| | نوآوری ارزشی | ۵ |
| | نوآوری ورود به بازار | ۶ |
| | نوآوری عملیاتی | ۷ |
| | توجه به نوآوری در کالاهای ورزشی | ۸ |
| | آزادی عمل در ایده پردازی | ۹ |
| | فضای نوآوری و ایده پردازی | ۱۰ |
| | تقویت خلاقیت و نوآوری | ۱۱ |
| | آزادی عمل در نوآوری | ۱۲ |
| | نگاه نوآورانه داشتن | ۱۳ |
| | بررسی روند نوآوری در ورزش | ۱۴ |
| | وجود ایده جدید و نو | ۱۵ |
| خط مشی های کارآفرینانه | وجود بسترهای لازم کارآفرینی | ۱۶ |
| | داشتن محیط کارآفرینانه | ۱۷ |

| کد محوری | کد اولیه | ردیف |
|----------------------------------|--|------|
| | تقویت فرهنگ کارآفرینی و کار تیمی | ۱۸ |
| | کارآفرین بودن سازمان یا فرد | ۱۹ |
| | توجه سازمان‌ها به احیای کارآفرینی | ۲۰ |
| | تاسیس دفتر کارآفرینی و اشتغال در وزارت ورزش و جوانان | ۲۱ |
| | تقویت نگرش کارآفرینی | ۲۲ |
| | بهره‌گیری از خط مشی‌های کارآفرینی با توجه به سند چشم‌انداز | ۲۳ |
| | وجود الگوهای نو در مشتری‌مداری | ۲۴ |
| | همراهی مشتری با محصولات جدید | ۲۵ |
| زیر ساخت | تعیین زیر ساخت | ۲۶ |
| | عدم وجود زیر ساخت‌های نوآوری | ۲۷ |
| | زیر ساخت‌های مالی | ۲۸ |
| | ارائه بستر کسب و کار ورزشی | ۲۹ |
| | ایجاد بسترهای لازم | ۳۰ |
| | ایجاد زیر ساخت‌های مناسب | ۳۱ |
| الگو سازی | وجود استانداردهای ورزشی | ۳۲ |
| | وجود نوآوری در مدل‌های تجاری جدید | ۳۳ |
| | وجود خلاقیت و نوآوری در صنعت ورزش | ۳۴ |
| | وجود جامع نوآوری استراتژیک | ۳۵ |
| | الگو برداری و بهره‌گیری طرح‌ها | ۳۶ |
| | وجود کسب و کار ورزشی | ۳۷ |
| | وجود نرم افزارهای کاربردی ورزشی | ۳۸ |
| شفافیت در کسب و کار | شفافیت در فضای کسب و کار | ۳۹ |
| | محیط رقابتی سالم در فضای کسب و کار | ۴۰ |
| | بهبود شرایط موجود | ۴۱ |
| | نظام حقوقی شفاف | ۴۲ |
| | شفافیت قوانین و مقررات کشور | ۴۳ |
| | شفاف سازی راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار | ۴۴ |
| فناوری | فعالیت پارک‌های علم و فناوری | ۴۵ |
| | استفاده از تکنولوژی و فناوری‌های تحت وب | ۴۶ |
| | بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین | ۴۷ |
| | بهره‌گیری از تکنولوژی جدید در کسب و کار ورزشی | ۴۸ |
| | دسترسی به اطلاعات روز دنیا | ۴۹ |
| | رشد اندک تجهیزات و لوازم ورزشی | ۵۰ |
| | طراحی نرم افزارهای کاربردی ورزشی | ۵۱ |
| عوامل داخلی و خارجی در کسب و کار | تدوین اهداف مناسب | ۵۲ |
| | داشتن تعهد به ظرفیت‌ها | ۵۳ |
| | توجه به نیازها | ۵۴ |
| | توجه به سیاست‌های بازار | ۵۵ |
| | توجه به توانایی‌های رقبا | ۵۶ |
| | پیدا کردن نقاط ضعف بازار | ۵۷ |
| | شناسایی نیازهای بازار | ۵۸ |
| موانع قانونی | نبودن قانون‌های حمایتی در حوزه نوآوری و خلاقیت | ۵۹ |

| کد محوری | کد اولیه | ردیف |
|-------------------------------|---|------|
| | عدم استقبال جامعه از ایده های نوآورانه | ۶۰ |
| | ضعف در سیاستی در حوزه نوآوری و خلاقیت | ۶۱ |
| | موانع قانونی | ۶۲ |
| موانع اقتصادی | ناملایمات و کاستی اقتصادی | ۶۳ |
| | عدم تامین بودجه و تامین مالی | ۶۴ |
| | تحریم های اعمال شده | ۶۵ |
| | وجود موانع در کسب تسهیلات از بانک ها و موسسات | ۶۶ |
| | عدم همکاری با جهان | ۶۷ |
| | نبود راهکاری برای سرمایه گذارن خارجی | ۶۸ |
| عدم قانون حمایتی | ضعف در قانون حمایت از کسب و کارهای نوپا | ۶۹ |
| | عدم حمایت متولیان ورزش کشور از فضای کسب و کار ورزشی | ۷۰ |
| | عدم تمایز در کسب و کار | ۷۱ |
| | عدم تغییر رویکرد کسب و کار ورزشی | ۷۲ |
| | نبود صنف کسب و کار ورزشی | ۷۳ |
| | عدم حمایت دولت در زمینه تامین مواد اولیه کسب و کارها ورزشی | ۷۴ |
| | عدم حمایت جدی از تولیدات داخلی ورزشی | ۷۵ |
| | عدم حمایت مدیران و مسئولین در رونق گرفتن کارگاه های تولید در صنعت ورزش | ۷۶ |
| موانع کارآفرینی | توجه نکردن به رفع موانع موجود در توسعه کارآفرینی | ۷۷ |
| | توجه نکردن به موانع و فرصت کارآفرینی | ۷۸ |
| | فقدان مشارکت سرمایه گذاری خارجی | ۷۹ |
| | وجود اشکالات رویکرد کارآفرینی | ۸۰ |
| | فقدان برنامه استراتژیک کارآفرینی | ۸۱ |
| | نبود برنامه راهبردی کوتاه مدت و بلند مدت | ۸۲ |
| مدیریت کارآفرینی | تقویت اکوسیستم کارآفرینی | ۸۳ |
| | حمایت دولت از کسب و کارهای ورزشی | ۸۴ |
| | حمایت دولت از کارآفرینان | ۸۵ |
| | تغییر سیاست در ارتباط با کارآفرینان | ۸۶ |
| | حمایت دولت از کارآفرینی | ۸۷ |
| | حمایت از کسب و کارهای کارآفرینانه | ۸۸ |
| | عدم حمایت دولت از کارآفرین کسب و کار ورزشی | ۸۹ |
| استفاده از نیروی انسانی متخصص | داشتن سرمایه های انسانی متخصص | ۹۰ |
| | به کار گیری سرمایه های انسانی - محیطی در حوزه کارآفرینی | ۹۱ |
| | داشتن نیروی انسانی خلاق و مبتکر | ۹۲ |
| | ایده پردازی منابع انسانی | ۹۳ |
| | ورود افراد متخصص و فارغ تحصیل علوم ورزشی به بازار کسب و کار ورزشی استخدام افراد متخصص | ۹۴ |
| | پرورش نیروی متخصص | ۹۵ |
| ارتباط صنعت با دانشگاه | عدم فرام کردن بستر همکاری کسب و کار ورزشی با صنایع دیگر | ۹۶ |
| | ارتباط دانشگاه با صنعت ورزش | ۹۷ |
| | فعالیت دانشگاه در حوزه کارآفرینی | ۹۸ |
| | ارتباط مثبت و تعاملی با کار، | ۹۹ |

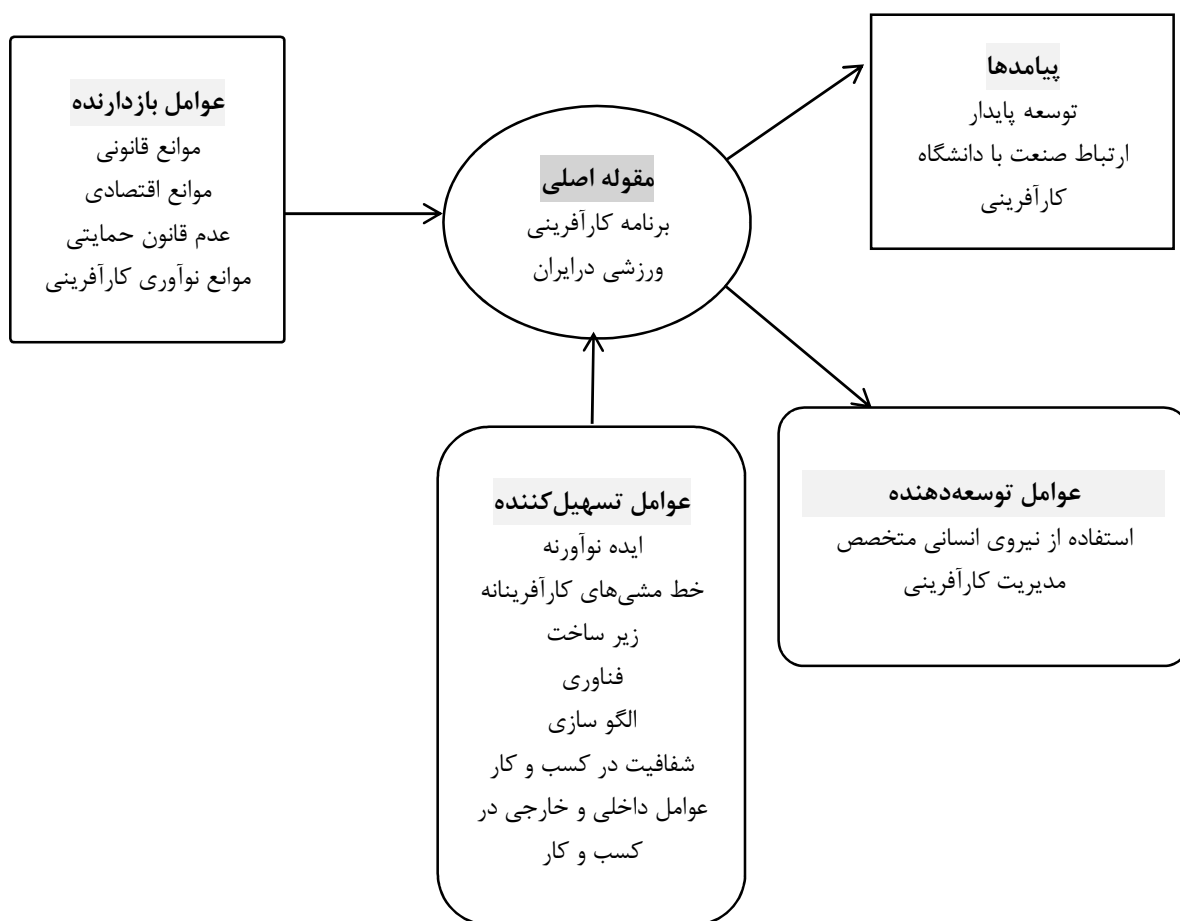
| کد محوری | کد اولیه | ردیف |
|--------------|---|------|
| | سرمایه گذاری دانشگاه در حوزه دانشگاه | ۱۰۰ |
| | همکاری صنعت و دانشگاه | ۱۰۱ |
| | ارتباط دانشگاه با افراد خلاق و ایده پرداز | ۱۰۲ |
| | تعامل و همکاری با افراد خلاق و ایده پرداز | ۱۰۳ |
| | از بین رفتن فاصله صنعت از ورزش تعامل و همکاری | ۱۰۴ |
| توسعه‌پایدار | ایجاد ارزش افزوده | ۱۰۵ |
| | افزایش سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی | ۱۰۶ |
| | بالا رفتن تولید ناخالص داخلی | ۱۰۷ |
| | جذب سرمایه | ۱۰۸ |
| | بازگشت سرمایه | ۱۰۹ |
| | ایجاد اشتغال | ۱۱۰ |

کسب و کار، ۸) موانع قانونی، ۹) موانع اقتصادی، ۱۰) عدم قانون حمایتی، ۱۱) موانع کارآفرینی، ۱۲) مدیریت کارآفرینی، ۱۳) استفاده از نیروی انسانی متخصص، ۱۴) ارتباط صنعت با دانشگاه و ۱۵) توسعه پایدار تشکیل گردید.

با استناد به نتایج کدبندی محوری و روابط بین مقوله‌های شناسایی شده ۱۵ کدمحوری با نام‌های (۱) ایده نوآورانه، (۲) خط مشی‌های کارآفرینانه، (۳) زیر ساخت، (۴) الگو سازی، (۵) شفافیت در کسب و کار، (۶) فناوری، (۷) عوامل داخلی و خارجی در

جدول ۴. کدگذاری نظری (گزینشی)

| کد نظری | کد محوری | نشانگر |
|-------------------|----------------------------------|---|
| عوامل بازدارنده | موانع قانونی | P11, P12, P10 |
| | موانع اقتصادی | P1, P3, P5, P8, P10, P16 |
| | عدم قانون حمایتی | P2, P6, P8, P9, P10, P12, P13, P15, P16 |
| | موانع کارآفرینی | P10, P12, P16 |
| عوامل تسهیل‌کننده | ایده نوآورانه | P1, P4, P6, P7, P13, P15, P16 |
| | خط مشی‌های کارآفرینانه | P4, P3, P5, P6, P7, P9, P11 |
| | زیر ساخت | P3, P12, P15 P16, |
| | فناوری | P3, P4, P7, P8, P13 |
| | الگو سازی | P1, P8, P9, P11, P13, P15, P16 |
| | شفافیت در کسب و کار | P10, P12, P13, P15, P16 |
| | عوامل داخلی و خارجی در کسب و کار | P3, P7, P8, P9, P10, P12, P13, P15, P16 |
| عوامل توسعه‌دهنده | استفاده از نیروی انسانی متخصص | P2, P3, P7, P11, P12 |
| | مدیریت کارآفرینی | P5, P6, P7, P8, P9, P10, P12, P14 |
| پیامدها | ارتباط صنعت با دانشگاه | P4, P5, P6, P13, P15, P16 |
| | توسعه‌پایدار | P1, P5, P6, P8, P10, P12, P13, P15, P16 |



شکل ۱. مدل نهایی برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران

استنتاج تحقیق نشان داد که عوامل بازدارنده اثرگذاری زیادی در توسعه برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران نقش دارند. در واقع این عوامل به عنوان متغیرهای کلانی هستند که بستر اصلی را برای برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران ایجاد می‌کنند. در این پژوهش عوامل بازدارنده شامل: (۱) موانع قانونی، (۲) موانع اقتصادی، (۳) عدم قانون حمایتی و (۴) موانع کارآفرینی بودند. نتایج این پژوهش تا حدودی با نتایج مطالعات اسکویی و طبقچی اکبری (۲۰۱۳)، ضیائی بیگدلی (۱۳۸۶) و نادری و همکاران (۱۳۹۲) همخوان است. در واقع موانع قامونی و موانع اقتصادی از عوامل اصلی در توسعه برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران هستند. در صورتی که اطلاعات کافی از موانع نامبرده وجود داشته باشد، سالانه می‌توان برنامه‌ریزی‌های مدونی برای رفع آنها فراهم کرد. بر اساس همین اطلاعات می‌توان از موازی کاری جلوگیری کرد. بنابراین همانگونه که بنابراین، بسیار مهم به نظر می‌رسد که سیاستگذاران ارشد تحولات و تغییرات محیطی را درک و روشن کنند که چگونه

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از کدگذاری‌ها نشان داد که برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران بر مبنای عوامل مختلفی قرار دارد. لذا زمانی که مکانیسم اثر این عوامل به درستی شناسایی و تشخیص داده شوند می‌توان شاهد رشد و بالندگی برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران بود. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت برای اینکه ساز و کار اجرای فراهم شود باید (۱) ایده نوآورانه، (۲) خط مشی‌های کارآفرینانه، (۳) زیر ساخت، (۴) الگو سازی، (۵) شفافیت در کسب و کار، (۶) فناوری، (۷) عوامل داخلی و خارجی در کسب و کار، (۸) موانع قانونی، (۹) موانع اقتصادی، (۱۰) عدم قانون حمایتی، (۱۱) موانع کارآفرینی، (۱۲) مدیریت کارآفرینی، (۱۳) استفاده از نیروی انسانی متخصص، (۱۴) ارتباط صنعت با دانشگاه و (۱۵) توسعه پایدار مورد توجه قرار گیرند؛ با توجه به این موارد می‌توان آینده‌ای روشنی را برای برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران تصور کرد.

نگرفته است و این مقوله می‌تواند جز مهم‌ترین پیامدها باشد. این نتیجه بیانگر این امر است که دانشگاه هنوز نتوانسته است با صنعت ارتباط مطلوبی برقرار کند. ارتباط صنعت و دانشگاه با توجه به میزان تأثیرگذاری آن در فرایند توسعه دانش محور و پایدار در طول تاریخ مورد توجه عموم صاحب‌نظران به خصوص سیاست‌گذاران قرار گرفته و بحث‌های متعددی نیز در باره ابعاد این ارتباط مطرح شده است (امیری و همکاران، ۱۳۹۲، نیری، ۱۳۹۱). با مروری دقیق بر راهبرد کشورهای مختلف در این خصوص، می‌توان دیدگاه غالب را نگرشی آمیخته با اثربخشی فوری به ارتباط این دو نهاد از منظر نحوه فعالیت آنها دانست که به ارائه راهکارهای مقطعی یا شتابزدهای منجر شده است. دانشگاه و صنعت دو نهاد کلیدی جامعه در دنیای دانایی محور کنونی است. اگر در گذشته نیازی به برقراری رابطه بین این دو نهاد احساس نمی‌شده ولی امروز الزام ایجاد چنین ارتباط و تعاملی بین این دو نهاد، بیش از پیش آشکار شده است. لازمه برقراری ارتباط بین این دو بخش رسیدن به درک صحیح و سودمند از یکدیگر است. در جامعه‌های پیشرفته ارتباط بین مهم‌ترین ارائه دهندگان اصلی خدمات آموزشی یعنی دانشگاه و صنعت به صورت خود جوش و سازمانی باشد به نحوی که صنعت‌گر بدون دانشگاهی و دانشگاهی بدون صنعت‌گر امکان رشد و تعالی نخواهد داشت و برای جامعه سودمند نخواهد بود. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود سرفصل‌های نوین و متناسب با نیاز بازار در عرصه کارآفرینی ورزشی جز برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها باشد. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولان کشور تغییرات اساسی در زمینه سیاست‌های کارآفرینی تدبیر کنند تا کارآفرینان بتوانند بدون موانع وارد بازار کار شوند. و در نهایت از آنجایی که از دیدگاه متخصصان فقدان ارتباط میان دانشگاه‌ها و مراکز تولیدی و صنعتی یکی از عوامل مهم تلقی می‌شود. پیشنهاد می‌شود اقدامات لازم در جهت برقرار ارتباط مطلوب بین دانشگاه و صنعت از طریق آموزش صحیح دانشجویان مطابق با نیازهای صنعت صورت گیرد.

می‌توان کارآفرینی ورزشی را با این شرایط محیطی که در آن فعالیت‌های شغلی انجام می‌شود، تطبیق داد. توجه به این امر تا حد زیادی در کاهش نگرانی‌ها در مورد بیکاری وسیع مؤثر است.

از دیگر یافته‌های این پژوهش عوامل تسهیل‌کننده بود که شامل: (۱) ایده نوآورانه، (۲) خط مشی‌های کارآفرینانه، (۳) زیر ساخت، (۴) فناوری، (۵) الگو سازی، (۶) شفافیت در کسب و کار و (۷) عوامل داخلی و خارجی در کسب و کار بود. نتایج این پژوهش تا حدودی با نتایج زارع و همکاران (۱۳۹۱) و محمدی (۱۳۹۰) همخوان است. در این رابطه باید اذعان داشت که در صورت وجود نداشتن ساختارها و ساز و کارهای مناسب نمی‌توان امیدوار بود کسب و کارهایی که در آینده مشغول به فعالیت می‌شوند، در بازار کار موفق باشند. هر چند که عوامل تسهیل‌کننده نظیر ایده نوآورانه و زیر ساخت فراهم باشد؛ و اگر ساختارها به صورت مطلوب پیاده نشوند، نمی‌توان انتظار نتایج مطلوب برای توسعه کارآفرینی ورزشی داشت. اما دولت با ایجاد خط مشی‌های کارآفرینانه می‌تواند گامی مؤثر در این زمینه بردارد، به نظر می‌رسد دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی ورزشی باشد. در این زمینه دولت به عنوان ایجاد کننده، کمک کننده و تسهیل کننده برای پیشبرد جامعه در مسیر توسعه پایدار کارآفرینی، می‌تواند با توجه به سرمایه‌گذاری صحیح به این امر کمک کند.

یافته‌ها نشان داد که عوامل توسعه‌دهنده شامل: (۱) استفاده از نیروی انسانی متخصص و (۲) مدیریت کارآفرینی هستند. در راستای عوامل توسعه‌دهنده، نکته‌ای که باید به آن توجه کرد استفاده از نیروی انسانی متخصص است. متخصصان و کارشناسان علاوه بر استفاده از نیروی انسانی متخصص به عنوان مهم‌ترین عامل توسعه‌دهنده عامل مدیریت کارآفرینی را نیز تعیین کننده می‌دانند.

در نهایت یافته‌ها بیانگر آن بود که پیامدهای برنامه کارآفرینی ورزشی در ایران شامل: (۱) ارتباط صنعت با دانشگاه و (۲) توسعه پایدار هستند. در رابطه با این عوامل باید اذعان داشت که از دیدگاه صاحب‌نظران ارتباط صنعت با دانشگاه هنوز شکل

References

- Ahmadpour Dariani Mahmoud . (1393). Entrepreneurship . Definitions, theories, patterns . Second Edition, Tehran : Pardis .
- Arasti, Zahra, Gholami, Monira . (1389). Reasons for the failure of entrepreneurs in Iran . Journal of Entrepreneurship Development . 3 (8): 163-184.
- Amiri, M . Li, Sh . Saffari, Marjan . Delbari Ragheb, Fatemeh . (1392). Explain and prioritize barriers to privatization and private

- sector participation in sports development, sports management . 5 (4) 83-106.
- Amiri M . (1394). Barriers for Entrepreneurship Development at the University of Payam Noor University of South Fars PNU . Higher Education Quarterly . 8 (32): 93-114.
 - Waiting, Jacob . (1395). Higher Education and functionality - the employment of graduates . Higher education in Iran . 8 (3): 1-25.
 - Entezarian, Nahid, Tahmasebi, Tahereh . (1390). Brrsmyzanhmahngyvantbaqzamazamvzshalyv amvzsh - Hayfnyv professional - Aybanyaz haybazarkar . Monthly Work and Society, No. 35.
 - Iran, Mohammad Reza . (1398). Analysis of the current and future employment status of students in the field of physical education and sports sciences . First Conference - International Sports and sustainable development . University of Kurdistan .
 - Boroumand, Mohammad Reza, Purkiani, Mohammad, Taghian Dinani, Bahareh . (1398). Factors affecting the establishment and development of sports businesses in graduates of physical education and sports sciences . Third National Congress of Sports Science and Health Achievements, First National Congress of Strategic Management in Sport . University of Guilan .
 - Iran, Mohammad Reza prayer - S, M, Rezaei, Roxana . (1396). The effect of employment hope on entrepreneurship readiness of physical education and sports science students of Islamic Azad University . The third national conference - modern sports science .
 - Khajeh Shahkoochi, Alireza, Sahne, Bahman . (1387). The role of education in economic development . Fourth Education Quarterly, 1 (3). 125-138.
 - Davari, Ali, Sefidbari, Leila, Baghersad, Vajihe . (1396). Factors of Iranian Entrepreneurship Ecosystem based on Eisenberg model . Entrepreneurship Development Volume 10 Number 1 , pp . 100-120.
 - Rostami, Mohammad . (1395). Job future and challenges - Employment and Entrepreneurship Graduate School of Education - Physical martyr Beheshti University in Tehran . Master Thesis . Shahid Beheshti University .
 - Razavi Mahmoudabadi, Seyed Mohammad Javad, Ghahraman Tabrizi, Kouros, Zarei Mahmoudabadi, Mohammad . (1393). Shnasayyvrthb - Bndyvamlmvsrbrkarafrynydrvrzshbarvykrdmn sjm Thylchndmyarhvkplnd . Journal of Sports Management and Motor Behavior, Year 12, No. 23.
 - Bright, Ahmad Reza . (1389). Optimization - Yabyzrfytpzyrshdandshjvdrdandshgah - Haydvltayran . Fslnamhpzhvshvbrnamh - Planning in Higher Education . 16 (4): 97-115.
 - Zare, Amin, Babaian Ahmadi, Ali, Moradi, Gholamreza . (1393). Identify and rank - for the challenges in the process of privatization - the club - Football Country modelPEST. Sports management . 6 (4): 575-593.
 - Sohail - Cypress, M, Hezarjaribi, J., creamy Qehi, MT, expectations, Artaxerxes . (1395). Policy - development and its consequences on employment of higher education graduates - the University - are . Quarterly Journal of Economic Strategy . 5 (19): 202-175.
 - Ziaei Bigdeli, Ali . (1386). The role of the university - in the development of employment - sustainable entrepreneurial approach . The first national conference on entrepreneurship institutionalization in sustainable development with a higher education approach . Ahvaz - Ramin Khuzestan University of Agriculture and Natural Resources .
 - Azimi Dolarstagi, Adeleh, Razavi, Seyed Mohammad Hossein, Boroumand, Mohammad Reza . (1397). Identify factors affecting the businesses of strategic entrepreneurship in sports . Quarterly Journal of Sports Management and Development . 7 (4): 70-87.
 - Alikhani, AA . (1389). Way - Haythvlvbbvdamvzshalyvpzhvshdrayranbath lylybabrkhymtalanjam by . High School of Iran . 3 (1): 1- 31.
 - Al-Fawwian, Nader. (1389). Survey of employment status of graduates of Islamic Azad University of Aligudarz. Higher Education Letter. 3 (11): 179-194.
 - Farahani, Abolfazl; Goodarzi, Mahmoud; Naderi, Neda (1389). Nqshamvzsh Hayrsmvbrnamhhaykmkdrsyrshthtrbyt - Bndydrmqtkarshnasyarshddrtamymnhartkarafrynydandshjvyanaznrdandshamvkhtgan . Journal of Sports Management . 2 (6): pp . 101-119.
 - Qambar Ali, Rezvan, Agahi, Hossein, Ali Biglou, Amir Hossein, Zarafshani, Kiomars . (2014). Entrepreneurship Ecosystem Strategy : A New Paradigm for Entrepreneurship Development . Journal of Entrepreneurship in Agriculture . 1 (3), 21 - 38.
 - Goodarzi, Mehdi, Jalali Farahani, Majid, Rajabi, Hossein, Hamidi, Mehrzad . (1395). Analysis of effective behavioral factors in promoting entrepreneurship of sports management students . Organizational

- Behavior Management Studies in Sport . 3 (11): 45-53.
- Mirghfour, Seyed Habibollah, Rezaei, Aniseh . (1392). Analysis and pre - projected employment of university graduates in the province of Yazd using system dynamics approach . Economic policy . 5 (10): 97-118.
 - Henry, Habib, Mandalizadeh, Zeinab . (1392). Explain the mission statement and develop entrepreneurship in sport from the perspective of the owner - experts in sports . Research - Applications in sports management . 2 (2): 49-60.
 - Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B., & O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49(1), 1-10.
 - Chauke, P. K. (2015). An assessment of survivalist enterprises in the Capricorn District Municipality. *Development Southern Africa*, 32(5), 613-622.
 - Dennis Jr, W. J. (2011). Entrepreneurship, small business and public policy levers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 92-106.
 - Europeia, C. (2008). Entrepreneurship in Higher Education, Especially within Non-Business Studies, Final Report of Expert Group.
 - Forfas, F. (2009). Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, rethinking entrepreneurship. Baseline Data and Analysis
 - Glaser, B. G. (2002). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International journal of qualitative methods*, 1(2), 23-38.
 - Goulding, C. (2002). *Grounded theory: A practical guide for management, business and market researchers*. Sage.
 - Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), 105.
 - Guerrieri, V. (2007). Heterogeneity, job creation and unemployment volatility. *Scandinavian Journal of Economics*, 109(4), 667-693.
 - Herrington, M., Kew, J., Kew, P., & Monitor, G. E. (2010). Tracking entrepreneurship in South Africa: A GEM perspective (pp. 1-174). South Africa: Graduate School of Business, University of Cape Town.
 - Lennox, N. (2013). South Africa must up its Entrepreneurial Game.
 - Liu, C. H., & Lee, T. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 138-150.
 - Mohammadi, M., & Azizi, B. (2019). An investigation of the indices effective on the development of sport entrepreneurship in Hamadan Province. *Revista Gestão & Tecnologia*, 19(2), 58-75.
 - Monitor, G. E. (2016). Global entrepreneurship monitor. *Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional)*. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, Paraná.
 - Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard business review*, 71(3), 75-86.
 - Ratten, V. (2017). *Entrepreneurship, innovation and smart cities (Vol. 11)*. Taylor & Francis.
 - Robertson, S. (2013). The Education-Migration Nexus: Global Flows. In *Transnational Student-Migrants and the State* (pp. 12-42). Palgrave Macmillan, London.
 - Shambare, R. (2013). Barriers to student entrepreneurship in South Africa. *Journal of economics and behavioral studies*, 5(7), 449-459.
 - Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small business economics*, 33(2), 141-149.
 - Simmons, S. A., & Hornsby, J. S. (2014). Academic entrepreneurship: A stage based model. In *Academic Entrepreneurship: Creating an Entrepreneurial Ecosystem*. Emerald Group Publishing Limited.
 - Strauss, A., & Corbin, J. M. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage.
 - Zengin, B., Sen, L. M., & Solmaz, S. A. (2011). A research on sufficiency of University Education about satisfaction of University student's career expectations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 496-504.