

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه (ANP)

زهرا سادات میرزا زاده^۱، محمد کشتی‌دار^{۲*}، عادل رحمان پور^۳

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

تاریخ دریافت: (۹۹/۰۱/۰۹) تاریخ پذیرش: (۹۹/۰۶/۲۵)

Identifying and Prioritizing Factors Influencing the Startups of Sport Science Students in Iran Using Analytical Network process (ANP)

Z.Mirzazadeh¹, M.Keshtidar^{2*}, A.Rahmanpour³

1. Assistant Professor of Sport Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran
2. Associate Professor of Sport Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran
3. PhD. Student in Sport Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Received: (2020. Mar. 28)

Accepted: (2020. Sep. 15)

Abstract

Startups play a key role in reducing unemployment and economic growth. Governments have been turning to college student startups since the early twentieth century. Field Research and Experience The student startups at the universities of the country express the lack of flourishing. The purpose of this study was to identify and prioritize the factors affecting the growth of sports science startups in Iran using network analysis technique. The statistical population of this study consisted of experts in student startups, professors and students of management of sport science faculties of Iran and were selected as snowball sampling. From in-depth interviews with experts and research backgrounds, 41 factors were identified and classified into 6 clusters as effective factors. The data were analyzed with the help of experts and software from SuperDisign and SPSS. The experts prioritized the clusters in the order of individual founding factors, college learning environment, academic economics, technology and communication, facilities and social and cultural settings. In the overall ranking below the criteria, the Founder of Social Up and Emotional Intelligence Startup was ranked as the most important priority and the family support for sport was the least important. It is recommended to launch a network called Sports Industry and Community Needs to apply student research results and increase student motivation and innovation.

Keywords

Startup, Analytical Network Process (ANP), Experts, Entrepreneurship.

چکیده

استارت‌آپ‌ها نقش اساسی در کاهش بحران بیکاری و رشد اقتصادی کشورها را دارا هستند. دولت‌ها از اوایل قرن بیستم، به استارت‌آپ‌های دانشجویان دانشگاه روی آوردند. پژوهش‌ها و تجربیات میدانی عدم شکوفایی استارت‌آپ‌ها دانشجویی در دانشگاه‌های کشور را بیان می‌کند. هدف این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه است. جامعه آماری این پژوهش را متخصصین استارت‌آپ‌های دانشجویی، اساتید و دانشجویان مدیریت دانشکده‌های علوم ورزشی کشور تشکیل و به صورت نمونه گیری گلوله برفی انتخاب شدند. از میان مصاحبه‌های عمیق با خبرگان و پیشینه پژوهش تعداد ۴۱ عامل شناسایی و در ۶ خوشه بعنوان عوامل موثر دسته بندی شدند. با مشارکت خبرگان و نرم افزارهای سوپر دسیژن و اس پی اس داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. خبرگان خوشه‌ها را به ترتیب: عوامل فردی موسس، محیط آموزشی دانشکده، اقتصادی دانشگاهی، تکنولوژی و ارتباطات، امکانات و تسهیلات و فرهنگی اجتماعی اولویت بندی کردند. در رتبه بندی کلی زیر معیار ها، معیار هوش اجتماعی و هیجانی موسس استارت آپ مهمترین اولویت و افزایش طرفداری خانواده‌ها از ورزش با کمترین اهمیت اولویت بندی شد. پیشنهاد می‌شود شبکه ای تحت عنوان نیازمندی‌های صنعت ورزش و افراد جامعه، جهت بکارگیری نتایج تحقیقات دانشجویی و افزایش انگیزه و نوآوری توسط استارت‌آپ‌های دانشجویی راه اندازی گردد.

کلید واژه‌ها

استارت آپ، تحلیل شبکه، خبرگان، کارآفرینی.

مقدمه

مناسب استارت آپ‌ها تابع هدف و انتظار افراد از استارت آپ‌ها می‌باشد.

چانگ (۲۰۱۸)، کو و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهش‌های خود استارت آپ‌ها را به سه دسته: استارت آپ‌های جوانان، استارت آپ‌های سرمایه‌گذاری و استارت آپ‌های دانشجویی طبقه‌بندی کردند. استارت آپ جوانان، توسط افراد زیر ۳۹ سال تأسیس می‌شود، استارت آپ سرمایه‌گذاری از محل صندوق حمایت از فناوری، تأمین بودجه می‌شود، یا از تحقیقات و توسعه در کالج‌ها و آزمایشگاه‌های تحقیقاتی دولتی شروع می‌شوند. استارت آپ دانشجویی نوعی کسب و کار نوپا است که توسط دانشجویان دانشگاه تشکیل شده و بیشتر مبتنی بر فناوری می‌باشد. دانشجویان برای اینکه در محیط دانشگاهها به حوزه استارت آپ‌های دانشجویی وارد شوند نیازمند افزایش آگاهی و مهارت خود بصورت کاربردی در محیط دانشکده‌ها می‌باشند. دانشگاهها در این راستا تلاش‌هایی را از سال ۱۳۸۰ از قبیل تأسیس مراکز رشد کسب و کار، پارک‌های علم و فناوری در قالب طرح کاراد^{۱۱} در جهت حل مسائل اقتصادی و فناورانه دانشجویان انجام داده‌اند ولی تجربیات میدانی و پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد دانشگاهها نتوانستند با برطرف کردن مشکلات و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، روح نوآوری، پویایی و ارزش‌آفرینی را بصورت گسترده در جامعه دانشجویی ایجاد نمایند (جعفری مقدم و همکاران، ۱۳۹۰)، (صفری و سمیع زاده، ۲۰۱۲)، (موحدی و همکاران، ۱۳۹۵).

پژوهش‌های دانشکده‌های علوم ورزشی کشور هم از اوضاع ناخوشایند کارآفرینی و رشد استارت آپ‌ها در بین دانشجویان خبر می‌دهند؛ مردانشاهی (۱۳۹۳) استعداد کارآفرینی در دانشجویان سال آخر را نسبت به دانشجویان سال اول کمتر دانسته و عدم کارآمدی برنامه‌های آموزشی را دلیل آن اعلام کرده است. تجاری و خدایاری (۱۳۸۵)، با مقایسه میزان آمادگی کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر رشته علوم ورزشی به این نتیجه رسیدند که ۵۰ درصد از آزمودنی‌ها آمادگی خود را برای آغاز کار در پنج سال آینده اعلام کردند و همچنین، دانشجویان معتقدند که از دانش و مهارت متوسطی برخوردار هستند و برای کارآفرین شدن در ورزش باید بسیار بیشتر به آموخته‌های خود بیاموزند. فراهانی و همکاران (۱۳۸۹)، دروس عملی تربیت بدنی را در زمینه پرورش مهارت‌های عملی کارآفرینی مناسب نمی‌دانند. امینی (۱۳۹۳)، موانع آموزشی فردی

استارت آپ‌ها در هر کشور دارای اولویت هستند و دولت‌ها نیز به طور جدی سیاست‌های رشد استارت آپ‌ها را دنبال می‌کنند، اوایل حمایت دولت‌ها از استارت آپ‌ها، منجر به رشد استارت آپ‌های کاغذی شد؛ چون فقط ۵/۰ درصد استارت آپ‌ها با نوآوری و بقاء همراه بودند و مابقی فقط به دنبال حمایت‌های مالی دولت‌ها بودند. از اوایل قرن بیستم، دولت‌ها تمرکز خود را به استارت‌آپ‌های دانشجویان دانشگاه تغییر دادند (شین و همکاران، ۲۰۱۸). دانشگاه‌ها مبتنی بر دو واقعیت به عنوان یک پایگاه مهم، شناخته شده‌اند: اول، براساس وجود جمعیت جوان حاضر که منبع خوبی برای راه‌اندازی‌ها استارت آپ‌ها می‌باشند، دوم، میزان اشتغال دانشجویی بعد از فارغ‌التحصیلی که بر اساس آمار وضعیت خوبی ندارد و دولت‌ها در صدد ایجاد فرصت‌های شغلی بودند (چانگ^۲، ۲۰۱۳). هدف از آموزش کارآفرینی در دانشگاهها ارتقاء سطح خلاقیت، نوآوری و راه‌اندازی استارت آپ‌ها توسط دانشجویان و ایجاد یک اکوسیستم نوپا است. تعاریف متعددی برای مفهوم استارت آپ‌ها بیان شده است. استیو پلک^۳، آن را " نقشه راهی برای نوآوری در قرن ۲۱ و کمک به خلق انقلاب صنعتی بعدی " معرفی می‌کند؛ اریک ریز^۴ در کتاب خود تحت عنوان لین استارت آپ (پرفروش‌ترین کتاب سال ۲۰۱۳ در حوزه کارآفرینی)، استارت آپ را مجموعه‌ای از تکنیک می‌داند که به کارآفرینان در بالا بردن شانس ایجاد یک کسب و کار نوپای موفق کمک می‌کند (فردریکسن و برم^۵، ۲۰۱۷). بلانک^۶ شرکتی را نوپا می‌خواند که طراحی شده تا سریع رشد کند. و از لحظه شروع^۷ به سمت اوج^۸ حرکت کند. در واقع افرادی خوش فکر با ایده‌های نو در جستجوی روش‌هایی برای کسب در آمد و تولید انبوه محصولات یا خدمات مبتنی بر آن ایده هستند (ندافی، ۲۰۱۷). استارت آپ‌ها انواع مختلفی دارند و تا کنون چارچوب مشخصی جهت تقسیم‌بندی آنها ارائه نشده است. گاهی استارت آپ‌ها بر اساس حوزه فعالیت آنان (استارت آپ‌های مالی و بانکی، فناوری اطلاعات، مد و فشن)، گاه بر اساس مدل کسب و کار، گاه معماری آنها، گاه بر اساس دیدگاه سازمانی (یک نفره، تیمی، شرکتی) تقسیم‌بندی می‌شوند. طبیعتاً نحوه دسته‌بندی

- 1- Start up
- 2- Shin et al
- 3- Chang
- 4- Pelk
- 5- Eric Riest
- 6- Frederiksen & Brem
- 7- Blank
- 8- start
- 9- up

10- Ko & et al

۱۱- طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور به اختصار کاراد نام گرفت.

شرکت، را مهم‌ترین عوامل برای پایداری و موفقیت کسب و کارهای کوچک در فلسطین دانستند. هام و کو (۲۰۱۶)، پس از بررسی شرکت‌های موفق، دولت و عوامل اقتصادی را کلید موفقیت در بازار معرفی نمودند. عمری و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۵)، در مقاله تحت عنوان، یک بررسی تجربی از عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار کوچک در تونس، نشان دادند که کسب و کارهای کوچک با دسترسی بیشتر به منابع انسانی، اجتماعی و مالی بیشتر احتمال دارد که نوآوری را انجام دهند و به موفقیت دست یابند. عظیم زاده و همکاران (۲۰۱۳)، فاکتورهای فردی، اقتصادی و محیطی را موثر بر کسب و کارهای کوچک و متوسط در حوزه کارآفرینی ورزش بیان نمودند.

مطالعات روی جامعه دانشگاهی کشور هم از این قاعده مستثنی نبوده و از دید محقق، تاکنون استارت‌آپ‌های دانشجویی مورد بررسی قرار نگرفته و بیشتر پژوهش‌ها تمایل داشتند بصورت کلی به عوامل موفقیت کارآفرینی دانشجویان و شرایط شغلی آنان بپردازند تا مشکلات "ایجاد" استارت‌آپ‌های دانشجویی؛ مرتضی نژاد و همکاران (۱۳۹۶)، نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی باید در همه دروس و با رویکرد فرهنگی مد نظر قرار گیرد. احمدپور داریانی و عزیز (۱۳۸۵)، برای آموزش کارآفرینی بر استفاده از روش‌های تدریس تعاملی، بازدید از محل‌های کارآفرینی، دعوت از صاحبان کسب و کار، مشاهده و تحلیل عملکردها، خبررسانی و انجام تکالیف عملی را توصیه می‌کنند (سراجی، ۱۳۹۷). پرمند و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۶)، با تهیه برنامه درسی کارآفرینی و ارائه آن به گروهی از دانشجویان، میزان تمایل آنها به خوداشتغالی و کارآفرینی را مورد بررسی قرار دارند و دریافتند که ارائه فرصت تبادل تجربه، تدارک فرصت‌های نوآورانه، استفاده از شیوه‌های انعطاف‌پذیر و ترغیب دانشجویان به جست و جوی منابع متنوع یادگیری و شرکت در موقعیتهای متنوع ارزیابی عملکرد به بهبود وضعیت خوداشتغالی و درک شغلی آنها کمک می‌کند.

بحث عوامل موثر بر پیدایش و ظهور استارت‌آپ تا مرحله ورود به بازار (ایجاد)، امروزه بحث بسیار داغی به نظر می‌رسد. تصمیم به ایجاد کسب و کار جدید، یکی از مهم‌ترین انتخاب‌های افراد و سازمان‌ها محسوب می‌شود (گرون و دیویدسون^{۱۸} ۲۰۱۶، فوربس و میلیکن^{۱۹} ۱۹۹۹). هرساله صدها هزار کسب و کار جدید در سراسر جهان ایجاد شده و تخمین

را مهم‌ترین موانع کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی اعلام کرده است. برومند و همکاران (۱۳۹۲)، دریافتند ۶۰ درصد از فارغ‌التحصیلان رشته تربیت بدنی علاقمند به ادامه تحصیل می‌باشند تا ورود به بازار کار. بر اساس پژوهش مند علی زاده (۱۳۹۳)، ۳۰/۳ درصد کسب و کارهای ورزشی بین ۴-۳ سال، ۳۵/۶ درصد بین ۱۰-۵ سال، ۱۵/۱ درصد بین ۱۵-۱۱ سال، ۱۰/۴ درصد بین ۲۰-۱۶ سال و ۸/۵ درصد بالاتر از ۲۱ سال قدمت داشته‌اند. و اثبات شده است که بیشتر شکست و موفقیت‌ها به عوامل داخلی شرکت‌ها باز می‌گردد (مندعلی زاده، ۱۳۹۳، ۱۵۳).

بطور کلی عوامل شکست و موفقیت استارت‌آپ‌ها، را می‌توان در دو بخش کلی و مجزا مورد پژوهش و بررسی قرار داد، بخش اول: ایجاد استارت‌آپ (عوامل موثر بر پیدایش و ظهور استارت‌آپ تا مرحله ورود به بازار)؛ بخش دوم: اداره استارت‌آپ (عوامل موثر بر ایجاد درآمد پایدار و حضوری حداقل ۴۲ ماهه استارت‌آپ‌ها در بازار کسب و کار) (پارک و همکاران، ۲۰۱۳)^{۱۲}، (لی و همکاران، ۲۰۱۳)^{۱۳}، (دیده بان جهانی کارآفرینی)^{۱۴}.

در این میان اکثر پژوهش‌های انجام شده در حوزه استارت‌آپ‌ها، عوامل موفقیت استارت‌آپ‌ها در بازار کسب و کار (اداره استارت‌آپ)، را مورد بررسی قرار داده‌اند و پژوهش‌های معتبری از دیدگاه محققین این نگارش بر روی عوامل ظهور موفق استارت‌آپ‌ها (ایجاد استارت‌آپ) انجام نشده است؛ شریف آبادی و مفتاح (۱۳۹۸)، در پژوهشی با نام شناسایی و بررسی عوامل کلیدی موفقیت استارت‌آپ‌ها با رویکرد تحلیل و توسعه گزینه‌های استراتژیک سودا به این نتیجه رسیدند که افراد با شناخت عوامل استراتژیک و سرمایه‌گذاری بر روی آنها می‌توانند قدرت رقابت و احتمال موفقیت خود را در بازار کسب و کار به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهند. کو و همکاران (۲۰۱۹)، بنیانگذاران، مدل کسب و کار، منابع از جمله تیم و مربی را بعنوان عوامل موثر در رشد و موفقیت استارت‌آپ‌های دانشجویان کره ای معرفی می‌کنند. چانگ (۲۰۱۸)، در پژوهش خود دریافت که عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها ناشی از عدم بازاریابی مدل کسب و کار است. لوسیر و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۸)، داشتن سرمایه کافی، نگه داشتن سوابق خوب با کنترل مالی، ایجاد برنامه‌ها و مشاوره حرفه‌ای در مورد نحوه مدیریت

16- Omri & et al
17- Premand & et al
18- Garonne & Davidsson
19- Forbes & Milliken

12- Prak & et al
13- Lee & et al
14- Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
15- Lousir & et al

شغلی این رشته تاکید دارد. رضانی نژاد (۱۳۹۳)، اشتغال فارغ التحصیلان رشته علوم ورزشی را از نظر عوامل داخلی و خارجی در وضعیت نامناسبی دانسته است. جوادیان صراف و همکاران (۱۳۸۸)، در تحقیق خود اشاره داشتند که ۷۰ درصد از دانشجویان تربیت بدنی، نسبت به آینده شغلی خود نگران هستند. فروغی پور و همکاران (۱۳۸۶)، حوزه‌های کارآفرینی در ورزش ایران را به ترتیب: کارآفرینی در حوزه‌های آموزش و پژوهش در ورزش، مدیریت و برنامه ریزی ورزشی، خدمات ورزشی، تبلیغات ورزشی و ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای، ساخت و تولید تجهیزات ورزشی و امور فرهنگی ورزش بیان نمودند (گودرزی، ۱۳۹۶: ۱۸/۱۸).

مسلماً ورود دانشجویان علوم ورزشی کشور در حوزه استارت آپ‌ها نسبت به دیگر دانشجویان کشور احساس ضرورت بیشتری دارد. رشته علوم ورزشی پتانسیل فراوان جهت ایجاد اشتغال برای فارغ التحصیلان رشته‌های متفاوت دانشگاه و جذب نیروهای متخصص در گستره صنعت خود را به همراه دارد و از محدود رشته‌های دانشگاهی است که در زمره سریع ترین بخش‌های رشد مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جوامع جهانی مطرح می‌باشد. هر جامعه ای با توجه به توانایی خود در جهت توسعه رفاه، سلامت، توانایی جسمی و فکری جامعه خویش توسط صنعت ورزش کوشیده است.

در کشورهای پیشرفته ارزش افزوده صنعت ورزش بخش قابل توجهی از محصول ناخالص داخلی^{۲۲} را تشکیل می‌دهد و نقش مهمی در ایجاد درآمد، اشتغال و نیز تفریح و سرگرمی دارد. کشور ولز در سال ۱۹۹۳، ۲۱۰۰۰ نفر در صنعت ورزش اشتغال داشته و تا سال ۱۹۹۸ این مقدار ۱۳٪ رشد داشته است. امروزه در این منطقه، افراد شاغل در فعالیتهای اقتصادی مرتبط با ورزش بیشتر از افراد در رشته‌های مهندسی مکانیک و امور مالی و بانکی می‌باشند. در هنگ کنگ تقریباً ۲/۵٪ از نیروی کار این کشور در صنعت ورزش اشتغال دارند و تعداد مشاغل ایجاد شده بیش از ۸۱۰۰۰ می‌باشد. در سال ۲۰۰۲ در انگلستان ۴۰۲۰۰۰ نفر در فعالیتهای مرتبط با ورزش اشتغال داشته اند که این میزان حدوداً مساوی ۲٪ نیروی کار این کشور است. در آمریکا ۱۴ میلیون شغل مرتبط با ورزش وجود دارد. (رضانی نژاد، ۱۳۹۲). صنعت ورزش در سالهای اخیر با گردش مالی ۶۰۰ میلیارد دلار، جزء شش صنعت موثر در رشد اقتصادی کشورها می‌باشد.

زده می‌شود که حدود نیم میلیارد نفر در سطح جهان، به طور فعال در تلاش برای "ایجاد" یک کسب و کار جدید هستند (بایگرو و زاگراکیس^{۲۰}، ۲۰۱۴) و از طرف دیگر، بر اساس تحقیقی که در مدرسه هاروارد صورت گرفت، نشان داد ۷۵ درصد استارت آپ‌ها شکست می‌خورند (کوزومانو^{۲۱}، ۲۰۱۳)؛ در نتیجه اکثر دانشجویان و مردم بر این باورند که مطرح کردن و ظهور استارت آپ‌ها بسیار دشوار است؛ آنها تصور می‌کنند ایجاد یک استارت آپ، اجرای ایده افسانه ای و شگفت آور است. البته که راه اندازی یک استارت آپ دشوار خواهد بود و گزینه ناخودآگاه ما به ما می‌گویند چیزی که بسیار ارزشمند باشد به آسانی نمی‌توان آن را کشف کرد (نایینی و لرکی، ۲۰۱۱). در حقیقت استارت آپ‌های تازه وارد در بازار کسب و کارهای نوپا در ایران هم با خطرهای بسیاری در ابتدای راهشان مواجه اند که ناشی از عدم درک کامل عوامل تأثیرگذار بر موفقیت و یا عدم موفقیت این کسب و کارها در بازارشان در ایران می‌باشد (میرزایی، ۱۳۹۵). برای موفقیت یک استارت آپ‌ها تنها ایده، نقش اصلی و تضمین کننده برای موفقیت نیست بلکه اعضای تیم و وجود زیر ساخت‌های لازم هم از مهم ترین و اصلی ترین عوامل تا رسیدن به پیروزی می‌باشد؛ از این رو، مطالعه عوامل موثر در "ایجاد" استارت آپ دانشجویی، جذاب و گره گشای مشکلات "اداره" موفق استارت آپ‌ها در بازار کسب و کار نیز خواهد بود. و در این پژوهش به دنبال شناسایی این عوامل موثر در ایجاد استارت آپ‌های دانشجویی جهت بهبود و ارتقای کسب و کارهای نوآورانه دانشجویی می‌باشیم.

از سویی دیگر متأسفانه یکی از رشته‌های دانشگاهی کشور که هنوز از مشکل بیکاری رنج می‌برد دانشجویان علوم ورزشی می‌باشند. و مطالعه تحقیقات پیشین اهمیت ورود دانشجویان به حوزه استارت آپ‌ها در جهت کاهش بحران بیکاری را خاطر نشان می‌سازد. علیزاده (۱۳۸۰)، در تحقیقی به بررسی مشکلات شغلی دانش آموختگان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی پرداخت و نشان داد کمبود بودجه و امکانات کافی، عدم بهره مندی از مزایای شغلی یکسان با دیگر مشاغل، درآمد کم، توجه ناکافی مسئولان در روزآمد کردن دانسته‌های آنها، کمبود شدید وسایل و اماکن و فضاهای ورزشی و بهره نگرستن از آن‌ها در تصمیم گیری‌ها از مهم ترین مشکلات می‌باشد. وافقی نظری (۱۳۹۴)، در پژوهش خود نشان داد، درصد کمی از دانشجویان فارغ التحصیل رشته تربیت بدنی از وضعیت اشتغال خود احساس رضایت دارند و بر لزوم دخالت دولت بر آینده

20- Bygrave & Zacharakis

21- Cusumano

22- GDP

کالاهای طبی ورزشی) و هوربیا^{۲۷} (تولید کننده ابزارهای سنجش علمی) را به وجود آورده است. یکی از دانشگاه‌های علاقمند در زمینه استارت آپ است. کره در سال ۲۰۱۷، بالغ بر شش هزار استارت آپ دانشجویی جهت اشتغال زایی در ۴۲۲ دانشگاه خود راه اندازی کرده است (سازمان استارت‌آپ و توسعه کارآفرینی کره، ۲۰۱۸^{۲۸}). بنا به گزارش دیده بان جهانی کار آفرینی، سنگاپور بعنوان یک مرکز نوآوری در بین ۳۰ اکوسیستم برتر استارت آپ‌های جهانی قرار گرفته است. در سال ۲۰۱۸، بنیانگذاران ۳۴ درصد از استارت آپ‌های سنگاپور توسط دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاهها آغاز شده است. سنگاپور استارت‌آپ‌های موفقیت آمیز متعددی را تولید کرده است، از جمله سایت تجارت الکترونیکی^{۲۹} و شرکت نینجا وان^{۳۰}، هر دوی این نمونه‌ها بعنوان استارت‌آپ‌های دانشجویی، شروع‌های فروتنانه‌ای داشته‌اند. استارت آپ‌های دانشجویی با کمترین ریسک و منابع متعدد در پردیس‌های سراسر کشور ژاپن رو به افزایش است. براساس گزارش مرکز رهبری کارآفرینی کافمن^{۳۱}، بیش از ۱۵۰ دانشگاه انواع مختلفی از منابع کارآفرینی ارائه می‌دهند که ۱۲۰ درصد در ۵ سال گذشته افزایش یافته است. آموزش کارآفرینی دانشجویان فراتر از تدریس در کلاس‌های سنتی و به سمت یادگیری تجربی حرکت کرده است، که خود منجر به بهبود آمار اشتغال دانشجویان شده است.

در جمع بندی اهمیت و ضرورت این پژوهش اینگونه می‌توان گفت: با توجه به شرایط اشتغال دانشجویان علوم ورزشی و مشکلات اقتصادی کشور، باید دانشکده‌های علوم ورزشی به مباحث استارت آپ‌های دانشجویی ویراد شوند، و زمینه ساز پیدایش استارت آپ‌ها در محیط‌های آموزشی خود باشند. تعجب آور است که تا کنون هیچ پژوهشی در خصوص نحوه ورود دانشجویان به حوزه استارت آپ‌ها در ایران صورت نپذیرفته است، بهمین دلیل پژوهشی با هدف شناسایی عوامل موثر در رشد و موفقیت استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه، بعنوان شاخصی برای دانشگاه‌ها و تحقیقات آینده احساس نیاز می‌گردد؛ که مشخص شود چه معیارهایی از دیدگاه خبرگان در ایجاد موفقیت آمیز استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی

پویایی صنعت ورزش در جهت اشتغال زایی و ظرفیت راه اندازی کسب وکارهای نوپا از محیط‌های دانشگاهی نشان از اهمیت لزوم گرایش دانشجویان علوم ورزشی کشورمان به حوزه استارت آپ‌ها و تاثیر آن در رشد و توسعه اقتصاد کشور و خروج از بحران بیکاری دانشجویان را دارد. برای رشد و توسعه استارت آپ‌های دانشجویی در بخش ورزش باید عوامل زمینه ای و ساختاری موثر شناسایی و برنامه ریزی‌های لازم اجرایی گردد. دانشجویان باید در زمینه‌های روانشناختی، مدیریتی، فرهنگی، ارتباطی، تمایل به ریسک، تقویت اعتماد به نفس و قوانین و مقررات مهارت‌های مورد نیاز را بدست آورند. کسب صلاحیت‌های راه اندازی یک استارت آپ توسط دانشجویان در محیط دانشگاه نیازمند باز اندیشی در رویکردها و روش‌های آموزشی داخل و خارج کلاس است.

در دانشکده‌ها و آزمایشگاه‌های تحقیقاتی دانشگاه‌های کشور کارهای شگفت انگیز زیادی می‌تواند انجام شود. دانشجویان علوم ورزشی تمایل به ریسک بیشتری دارند و بدلیل حضور در تیم‌های ورزشی با دانشجویان رشته‌های متفاوت در ارتباط می‌باشند و با شور و هیجان بیشتری در کارها حضور دارند. آنها حتی در خارج از دانشگاه و دانشکده و در طول وقت آزاد خود مشغول به فعالیت می‌باشند، از این رو منطقی است انتظار داشته باشیم دانشگاه بهترین سکوی آغاز اشتغال آنان از طریق ورود به استارت آپ‌ها باشد. و بسیاری از استارت آپ‌های دانشجویی همراه با نوآوری که حضوری موفق در بازار کسب و کار داشته باشند، توسط دانشجویان علوم ورزشی کشور، هدایت و آغاز گردد.

درستی یا نادرستی این تجویز به نحوه نگاه مسولین دانشگاه و دانشکده‌های تربیت بدنی کشور بر می‌گردد. دانشگاه توکیو ژاپن که دهه‌ها به تربیت سیاستمداران و بازرگانان پرداخته است، اکنون دانشجویان را به کار آفرینی تشویق می‌کند. بیش از ۲۴۰ استارت آپ وابسته به این دانشگاه از طریق تامین بودجه، فضای اداری رایگان و مشاوره‌های حقوقی و تجاری کمک شده است. دانشگاه هاروارد، با راه اندازی مرکز کارآفرینی^{۳۳} به دانشجویان و فارغ التحصیلان دسترسی به منابع دانشگاه هاروارد را برای راه اندازی استارت آپ‌ها می‌دهد. دانشگاه کیوتو^{۳۴} که غول‌های تکنولوژی چون کیوسرا^{۲۵} (اسپانسر تیم فوتبال اتلتیکو مادرید)، امرون^{۳۶} (تولید کننده

27- Horiba

28- Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development

29- B2B

30- Ninja Wan

31- Kauffman Entrepreneurial Leadership Center-

23- Arthur Rock Center

24- Kyoto

25- Kyocera

26- Omron

تاثیر دارند و تکنیک تحلیل شبکه چگونه آنها را اولویت بندی می‌نماید؟

روش پژوهش

تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی بوده که به لحاظ ویژگی در نحوه جمع آوری اطلاعات از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان، اساتید و دانشجویان مدیریت دانشکده‌های علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی کشور می‌باشند. نمونه‌های تحقیق به روش گلوله برفی و بر اساس روش تحلیل داده‌ها در سه مرحله انتخاب شدند. برای پرسشنامه اول (پرسشنامه غربالگری عوامل موثر)، تعداد ۳۳ نفر، برای پرسشنامه دوم (پرسشنامه ماتریس همبستگی)، تعداد ۱۴ نفر و در مرحله پایانی با توجه تخصصی بودن تکنیک و وقت گیر بودن پاسخگویی به پرسشنامه تحلیل شبکه، تعداد ۷ نفر از آگاه ترین افراد بعنوان نمونه تحقیق در نظر گرفته شدند. ساعتی و وارگاس^{۳۲} بیان می‌کنند که برای پاسخگویی پرسشنامه‌های تصمیم گیری چند معیاره^{۳۳} تعداد ۵ تا ۷ نفر کارشناس متخصص در حوزه مربوط به تصمیم گیری، کفایت می‌کند، حتی از آنجا که در روشهای تصمیم گیری چند معیاره، از خبرگان نظر خواهی می‌شود، استفاده از نظر تنها یک خبره مسلط بر موضوع نیز اعتبار تحقیق را تضمین می‌کند (ساعتی و وارگاس، ۱۹۸۲، ۲۰۱۳).

ابزار و نحوه گردآوری داده‌ها به این صورت بوده است: در مرحله اول، عوامل موثر در رشد استارت آپ‌های دانشجویی از طریق مطالعه منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق با ۱۳ نفر از خبرگان، اساتید و دانشجویان فعال در حوزه استارت آپ تا رسیدن به اشباع نظری جمع آوری گردید. مصاحبه با استفاده از سوالات باز و نیمه ساختار یافته به منظور کشف جنبه‌های خاص و عمیق تر موضوع تحقیق انجام گردید. میانگین مصاحبه‌ها ۹۰-۳۰ دقیقه بود. تمامی مصاحبه‌ها با سوال باز "مطلبی هست که دوست داشته باشید بفرمائید" پایان یافت. عوامل موثر بصورت پرسشنامه غربالگری (پرسشنامه مرحله اول) در ۶ خوشه (عوامل فردی موسس، محیط آموزشی دانشکده، اقتصادی دانشگاهی، تکنولوژی و ارتباطات، امکانات و تسهیلات و فرهنگی اجتماعی) و ۹۸ زیر معیار توسط خبرگان دسته بندی و بصورت آنلاین برای ۳۸ نفر (مصاحبه شوندگان، دانشجویان و اعضا هیات علمی دانشکده‌های تربیت بدنی مناطق ده گانه دانشگاه‌های کشور) که به روش گلوله

برفی و مطالعه رزومه آنان انتخاب شده بودند ارسال گردید و از آنان خواسته شد تا میزان اهمیت هریک از عوامل و مولفه‌ها را با توجه به طیف پنج عاملی لیکرت مشخص کنند. تعداد ۳۳ پرسشنامه بصورت صحیح کامل شد و هر عاملی که میانگین امتیاز خبرگان از حد وسط طیف یعنی عدد (۳) بیشتر بود در قالب شش دسته ی مذکور باقی می‌ماند و عواملی که میانگین آنها کمتر از عدد (۳) بود، عوامل کم اهمیت تلقی شده و از لیست زیرمعیارها حذف گردیدند (جدول شماره: ۱). در پایان پرسشنامه غربالگری در ۶ خوشه و ۴۱ مولفه فرعی تکمیل گردید.

پرسشنامه مرحله دوم در قالب یک ماتریس همبستگی برای تعیین میزان رابطه و تأثیرپذیری عوامل فرعی داخل هر خوشه با هم و همچنین تعیین میزان رابطه و تأثیرپذیری عوامل فرعی داخل هر خوشه با سایر عوامل فرعی در خوشه‌های دیگر و در آخر تعیین رابطه هر خوشه با خوشه دیگر توسط ۱۴ نفر از متخصصین قبلی تکمیل گردید.

برای تشخیص وجود رابطه میان دو عامل از فراوانی مطلق استفاده شد و در صورتی که نظر بیش از نیمی از پاسخ دهندگان مبتنی بر وجود رابطه میان دو عامل باشد؛ نتیجه گرفته می‌شود دو عامل با هم رابطه دارند. به این ترتیب کلیه روابط میان عوامل تعیین و مشخص شد هر عامل بر کدام عامل یا عوامل تأثیرگذار است و متقابلاً از کدام عامل یا عوامل تأثیر می‌پذیرد.

پرسشنامه مرحله سوم با استفاده از ماتریس همبستگی، جهت تعیین میزان ارجحیت و رتبه هر کدام از عوامل بصورت پرسشنامه زوجی بصورت دو به دو توسط ۷ نفر از متخصصین و موسسان استارت آپ‌های ورزشی مورد مقایسه قرار گرفت و داده‌های پرسشنامه‌های زوجی توسط میانگین هندسی تجمیع و با استفاده از تکنیک تصمیم گیری چند معیاره و طراحی شبکه مساله تحقیق داده‌ها توسط نرم افزار سوپر دسیژن^{۳۴} مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت (شکل شماره: ۱).

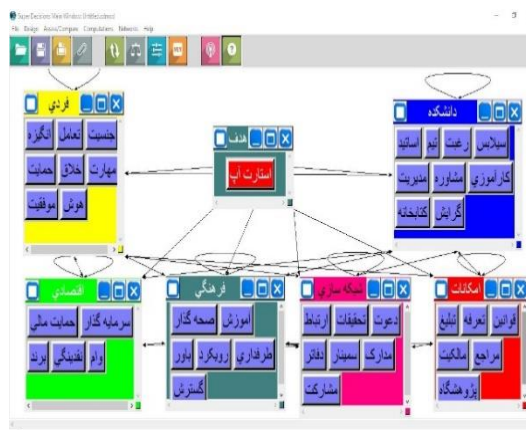
32- Saaty & Vargas

33- ANP

جدول ۱. نمونه ای از مرحله غربالگری عوامل موثر در رشد استارت آپ ها

عوامل اصلی	مولفه‌های فرعی	میانگین	حد وسط طیف	نظر نهایی
عوامل فردی موسس	داشتن حمایت خانواده و دوستان	۳/۳۳۸	۳	تایید
	داشتن تیم کاری متخصص و مسولیت پذیر	۲/۹۳۷		رد
	داشتن تعامل با اجتماع و همراهان	۳/۸۱۸		تایید
	داشتن تجربه و پس زمینه کاری	۴/۲۱۸		تایید
	داشتن مهارت‌های کارآفرینی	۲/۸۰۰		رد
	داشتن مهارت‌های رهبری و تصمیم گیری	۳/۵۱۶		تایید
عوامل آموزشی دانشکده	تنوع روش‌های تدریس (آنلاین، مفهومی، فنی، ترکیبی و...)	۲/۹۴۱		رد
	تجهیز کلاس‌ها و آزمایشگاههای دانشکده	۲/۴۲۱		رد
	الزام گذراندن دروس مدیریت بحران / رشد / بازاریابی و دانش برای دانشجویان	۲/۰۱۸		رد
	مشاوره در شناخت دقیق نیاز مشتریان محصولات ورزشی توسط اساتید	۲/۷۴۲		رد
	داشتن برنامه جهت استعدادیابی دانشجویان مستعد کارآفرینی و ایده پرداز	۲/۸۵۲		رد
	ایجاد رغبت و انگیزه ورود به کسب و کارهای نوپا ورزشی	۴/۵۲۱		تایید
	الزام هیات علمی و کارمندان به گواهینامه‌های معتبر اشتغالزایی و کار آفرینی	۲/۶۵۱		رد
	تدریس همراه با بحث گروهی و تیمی	۴/۷۵۴		تایید
	به رسمیت شناختن برند استارت آپ‌ها در امور بانکی	۳/۶۱۲		تایید
	ایجاد ساختمان و دفاتر مناسب و ارزان برای استارت آپ ها	۲/۲۱۵		رد
عوامل امکانات و تسهیلات	ایجاد صنف کار آفرینی توسط دانشگاه	۲/۳۶۵		رد
	ایجاد مراجع رسیدگی به اختلافات حوزه استارت آپ‌ها توسط دانشگاه	۴/۸۵۱		تایید
	کاهش بروکراسی اداری در امورات ثبت و راه اندازی استارت آپ ها	۲/۱۲۴	رد	
	ثبات سیاسی داخلی و بین المللی توسط دولت	۲/۳۷۵	رد	
	ثبات و بهسازی قوانین و مقررات حوزه استارت آپ ها	۴/۱۴۸	تایید	
	کاهش تاثیر پذیری ورزش از جریان‌های سیاسی کشور	۲/۹۵۱	رد	
	کاهش و یا حذف مالیاتی کسب و کارهای نوپا	۲/۴۱۵	رد	

فرایند تحلیل شبکه یکی از سری تکنیک‌های تصمیم گیری است که شباهت زیادی به روش تحلیل سلسه مراتبی^{۳۵} دارد دارد و در واقع تعمیم یافته آن می‌باشد و در مواردی که سطوح بالایی اثر گذارند و یا عناصری که در یک سطح قرار دارند مستقل از هم نیستند، دیگر نمی‌توان از روش سلسه مراتبی استفاده کرد. گام‌های انجام فرایند تحلیلی شبکه به ترتیب عبارتند از: ۱- تعیین خوشه‌های اصلی و عناصر خوشه‌ها ۲- شناسایی روابط خوشه‌ها ۳- مقایسه زوجی خوشه‌های اصلی و عناصر درونی خوشه‌ها بر اساس روابط موجود ۴-



شکل ۱. شبکه و مدل مفهومی مسئله تحقیق در نرم افزار سوپر

دسیژن

جدول ۴. عوامل محیط اقتصادی دانشگاه و موثر در رشد استارت

آپ‌ها

ر	عوامل محیط اقتصادی دانشگاه (۵ زیر مولفه)
۱۸	حمایت مالی از پایان نامه با موضوعات راه اندازی استارت آپ‌های ورزشی
۱۹	به رسمیت شناختن برند استارت آپ‌ها در امور مالی دانشگاه
۲۰	تسهیل حضور سرمایه گذاران خصوصی در محیط دانشگاه
۲۱	ارائه وام‌های بلند مدت با نرخ بهره پایین توسط دانشگاه
۲۲	واگذاری حداقل نقدینگی و سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کارهای نوپای ورزشی بصورت بلا عوض

جدول ۵. عوامل شبکه سازی و تکنولوژی موثر در رشد استارت آپ

ها

ر	عوامل شبکه‌سازی و تکنولوژی (۷ زیر مولفه)
۲۳	مشارکت اساتید و مسئولین دانشکده در تیم موسس استارت آپ ها
۲۴	انتشار تحقیقات دانشجویی در حوزه صنعت ورزش کشور
۲۵	کسب گواهینامه و مدرک بخش صنعت بعنوان بخشی از برنامه درسی دانشجویان
۲۶	ایجاد دفاتر حضور مربیان و مدیران صنعت ورزش در دانشکده
۲۷	دعوت از سخنرانان مطرح کارآفرینی بعنوان مهمان در دانشکده
۲۷	ارتباط و شبکه سازی با کارآفرینان حوزه‌های مختلف
۲۹	برگزاری سمینار و کارگاه‌های تخصصی استارت آپ‌ها در دانشکده

جدول ۶. عوامل امکانات و تسهیلات موثر در رشد استارت آپ‌ها

ر	عوامل امکانات و تسهیلات (۶ زیر مولفه)
۳۰	کاهش تعرفه تبلیغ تلویزیونی استارت آپ‌های ورزشی
۳۱	تبلیغ و معرفی استارت آپ‌های ورزشی در رسانه‌های دیجیتال و مکتوب دانشگاه
۳۲	حمایت پژوهشگاه تربیت بدنی/کمیته ملی المپیک/ ادارات ورزش و جوانان از استارت آپ ها
۳۳	ایجاد و بهسازی قوانین و مقررات حوزه استارت آپ‌ها در دانشگاهها
۳۴	ایجاد مراجع رسیدگی به اختلافات حوزه استارت آپ‌ها در دانشگاهها
۳۵	برطرف کردن خلاهای قانونی در مالکیت مادی و معنوی در استارت آپ ها

تشکیل سوپر ماتریس اولیه ۵- نرمال کردن سوپر ماتریس اولیه ۶- محاسبه سوپر ماتریس حد و تعیین وزن نهایی عناصر. در این پژوهش از آنجایی که عوامل مربوط به پرسشنامه‌ها و تعیین میزان اهمیت و صحت آنها توسط صاحب نظران آگاه مورد تأیید قرار گرفته است، پرسشنامه‌ها از روایی لازم برخوردار می‌باشند. پایایی پرسشنامه غربالگری با ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۵) =) تأیید شد. نرخ سازگاری جهت تأیید پایایی برای تمامی مقایسات کمتر از ۰/۱ می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت پرسشنامه مقایسات زوجی از قابلیت اعتماد برخوردار می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

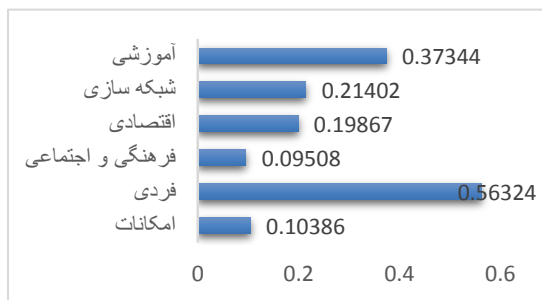
بر اساس نتایج، عوامل موثر در رشد و راه اندازی استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور از نظر خبرگان و مرور ادبیات تحقیق این حوزه در ۶ خوشه و ۴۱ مولفه شناسایی گردیدند (جدول شماره‌های: ۷-۲).

جدول ۲. عوامل فردی موسس موثر در رشد استارت آپ ها

ر	عوامل فردی موسس (۸ زیر مولفه)
۱	جنسیت
۲	داشتن حمایت خانواده و دوستان
۳	داشتن تعامل با اجتماع و صنعت ورزش
۴	داشتن نیاز به موفقیت و تمایل به ریسک پذیری
۵	داشتن انگیزه و صبر و پشتکار
۶	داشتن مهارت‌های تصمیم گیری
۷	داشتن روحیه ایده پردازانه و خلاق و آینده نگر
۸	داشتن هوش اجتماعی و هیجانی بالا

جدول ۳. عوامل محیط آموزشی موثر در رشد استارت آپ‌ها

ر	عوامل محیط آموزشی دانشکده (۹ زیر مولفه)
۹	حضور سیستم ایده پرداز مدیریتی در راس مدیریت دانشکده
۱۰	ایجاد فرصت کارآموزی و تجربه اندوزی بصورت راه اندازی کسب و کار نوپا در غالب واحد درسی
۱۱	ایجاد رغبت و انگیزه ورود به مشاغل کار آفرینانه توسط اساتید
۱۲	تنظیم مجدد سبلاس درسی و افزایش دروس نوآورانه
۱۳	افزایش تخصص و دانش اساتید و مسئولین دانشکده در حوزه استارت آپ ها
۱۴	تدریس همراه با بحث گروهی و تیمی
۱۵	مشاوره در طراحی مدل‌های کسب و کار برای استارت آپ‌ها توسط اساتید
۱۶	دسترسی آزاد به کتابخانه‌های معتبر بصورت آنلاین
۱۷	ایجاد گرایش مدیریت کارآفرینی ورزش در مقطع ارشد



شکل ۲. خروجی نرم افزار و اولویت بندی عوامل موثر در راه اندازی استارت آپ ها

بر اساس نظر خبرگان و نتایج تکنیک تحلیل شبکه ای، رتبه بندی عوامل موثر بر رشد استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی به ترتیب عبارتند از: ۱- عوامل فردی موسس ۲- عوامل محیط آموزشی دانشکده ۳- عوامل شبکه سازی و تکنولوژی ۴- عوامل اقتصادی دانشگاه ۵- امکانات و تسهیلات ۶- عوامل فرهنگی و اجتماعی.

جدول ۷. عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر در رشد استارت آپ‌ها

ر	عوامل فرهنگی اجتماعی (۶ زیر مولفه)
۳۶	گسترش نگرش کارآفرینی در سازمانهای ورزشی (فدراسیونها، هیات‌ها و غیره)
۳۷	افزایش طرفداری از ورزش‌ها توسط خانواده‌ها
۳۸	معرفی رایگان استارت آپ‌های ورزشی معتبر توسط اینفلوئنسرها و صحنه گذاران حوزه ورزش
۳۹	تغییر رویکرد دانشجویان در نحوه استفاده بهینه از اینترنت و فضای مجازی
۴۰	تغییر تصورات و باورهای ذهنی دانشجویان از مشاغل دولتی بعنوان تنها محل اشتغال آینده خود
۴۱	آموزش و پخش استارت آپ‌های ورزشی در شبکه‌های استانی

در جهت اولویت بندی عوامل اصلی و زیر معیارهای آنان باید دید کدام یک از عوامل اصلی و فرعی در مقایسه با یکدیگر از رتبه بالاتری برخوردار می‌باشد. برای تعیین وزن خوشه‌ها و زیر معیارها از تکنیک تحلیل شبکه ای در شش گام استفاده شد (جدول شماره: ۸).

(در راستای کاهش جداول ترسیمی این تحقیق از نشان دادن ماتریس‌های تحلیلی خود داری می‌نماییم).

جدول ۸. رتبه بندی خوشه‌ها و زیر معیارها

خوشه	وزن محلی	رتبه محلی	وزن کلی	رتبه کلی	مولفه‌ها	خوشه
۸۱۳۳۴	۰.۸۶۸۴	۸	۰.۲۳۹۸	۲۴	جنسیت	عوامل فردی (موسس)
	۰.۱۰۳۹۵	۶	۰.۴۸۲۹	۱۱	داشتن حمایت خانواده و دوستان	
	۰.۱۶۸۰۳	۱	۰.۹۷۵۰	۲	داشتن انگیزه و صبر و پشتکار	
	۰.۱۶۲۳۹	۲	۰.۷۲۱۴	۵	داشتن روحیه ایده پردازانه و خلاق و آینده نگر	
	۰.۱۳۱۴۳	۴	۰.۱۸۰۵۱	۱	داشتن هوش اجتماعی و هیجانی بالا	
	۰.۱۳۹۵۶	۳	۰.۵۸۲۴	۸	داشتن نیاز به موفقیت و تمایل به ریسک پذیری	
	۰.۱۱۸۰۹	۵	۰.۳۸۴۷	۱۵	داشتن تعامل با اجتماع و صنعت ورزش	
	۰.۰۸۹۶۴	۷	۰.۴۴۱۱	۱۲	داشتن مهارت‌های تصمیم گیری	
۳۳۳۸۴	۰.۱۴۵۰	۱	۰.۷۲۳۴	۴	ایجاد رغبت و انگیزه ورود به مشاغل کار آفرینانه توسط اساتید	محیط آموزشی دانشکده
	۰.۰۳۸۷۵	۸	۰.۱۷۵۴	۲۹	مشاوره در طراحی مدل‌های کسب و کار برای استارت آپ‌ها توسط اساتید	
	۰.۱۰۸۸	۲	۰.۷۰۰۸	۶	حضور سیستم ایده پرداز مدیریت در راس مدیریت دانشکده	
	۰.۰۷۲۸۶	۳	۰.۵۴۵۴	۹	ایجاد گرایش مدیریت کارآفرینی ورزش در مقطع ارشد	
	۰.۰۴۳۸۰	۷	۰.۳۵۹۳	۱۷	تدریس همراه با بحث گروهی و تیمی	
	۰.۰۳۷۲۵	۹	۰.۱۶۹۸	۳۱	دسترسی آزاد به کتابخانه‌های معتبر بصورت آنلاین	
	۰.۰۵۲۶۴	۴	۰.۴۲۹۷	۱۳	ایجاد فرصت کارآموزی و تجربه اندوزی بصورت راه اندازی کسب و کار نوپا در غالب واحد درسی	
	۰.۰۵۱۲۶	۵	۰.۳۳۸۶	۱۸	تنظیم مجدد سیلابس درسی و افزایش دروس نوآورانه	
۸۸۱۷	۰.۰۴۶۹۱	۶	۰.۲۹۲۰	۲۱	افزایش تخصص و دانش اساتید و مسئولین دانشکده در حوزه استارت آپ‌ها	محیط اقتصادی دانشگاه
	۰.۰۶۹۱۲	۳	۰.۳۶۹۲	۱۶	واگذاری حداقل نقدینگی و سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کارهای نوپای ورزشی بصورت بلا عوض	
	۰.۰۳۲۸۵	۵	۰.۲۶۸۷	۲۳	ارائه وام‌های بلند مدت با نرخ بهره پایین توسط دانشگاه	
	۰.۰۵۸۱۴	۴	۰.۲۳۱۲	۲۵	تسهیل حضور سرمایه گذاران خصوصی در محیط دانشگاه	
	۰.۱۰۸۱	۱	۰.۵۰۵۹	۱۰	به رسمیت شناختن برند استارت آپ‌ها در امور مالی دانشگاه	
۰.۰۷۸۲	۲	۰.۶۱۱۷	۷	حمایت مالی از پایان نامه با موضوعات راه اندازی استارت آپ‌های ورزشی		

ردیف	موضوع	وزن محلی	رتبه محلی	وزن کلی	رتبه کلی	وزن خوشه
۱۳۱۴۰۲	انتشار تحقیقات دانشجویی در حوزه صنعت ورزش کشور	۰۰۶۱۵۲/	۷	۰۱۵۸۷/	۳۲	شبکه سازی و تکنولوژی
	ارتباط و شبکه سازی دانشجویان با کارآفرینان حوزه‌های مختلف	۰۰۳۲۱۵/	۱	۰۸۸۲۳/	۳	
	دعوت از سخنرانان مطرح کارفرینی بعنوان مهمان در دانشکده	۰۰۶۱۴۶/	۶	۰۰۸۱/	۴۰	
	ایجاد دفاتر حضور مربیان و مدیران صنعت ورزش در دانشکده	۰۰۲۱۴۵/	۲	۰۱۸۱۲/	۲۸	
	کسب مدارک بخش صنعت بعنوان بخشی از برنامه درسی دانشجویان	۰۰۱۳۸۹/	۳	۰۱۷۰۲/	۳۰	
	مشارکت اساتید و مسولین دانشکده در تیم موسس استارت آپ ها	۰۰۱۱۵۵/	۵	۰۲۷۵۶/	۲۲	
۱۳۱۴۰۳	برگزاری سمینار و کارگاههای تخصصی در دانشکده در حوزه استارت آپ	۰۰۱۳۵۷/	۴	۰۳۹۱۲/	۱۴	امکانات و تسهیلات
	برطرف کردن خلاءهای قانونی در مالکیت مادی و معنوی در استارت‌آپ‌ها	۰۰۱۹۷۷۲/	۲	۰۱۴۸۷/	۳۳	
	ایجاد مراجع رسیدگی به اختلافات حوزه استارت آپ‌ها در دانشگاهها	۰۰۳۰۰۱/	۶	۰۱۳۲۱/	۳۵	
	ایجاد و بهسازی قوانین و مقررات حوزه استارت آپ‌ها در دانشگاهها	۰۰۲۳۵۰۹/	۱	۰۳۱۸۵/	۱۹	
	حمایت پژوهشگاه تربیت بدنی/کمیته ملی المپیک/ ادارات ورزش و جوانان از استارت آپ ها	۰۰۱۸۴۳۴/	۳	۰۲۰۰۴/	۲۷	
۱۳۱۴۰۸	تبلیغ و معرفی استارت آپ‌های ورزشی در رسانه‌های دیجیتال و مکتوب دانشگاه	۰۰۱۰۲۳۴/	۴	۰۱۳۰۰/	۳۶	فرهنگی اجتماعی
	کاهش تعرفه تبلیغ تلویزیونی استارت آپ‌های ورزشی	۰۰۰۶۱۶۵/	۵	۰۱۰۸۹/	۳۹	
	گسترش نگرش کارآفرینی در سازمانهای ورزشی	۰۰۰۹۹۱۴/	۴	۰۱۱۲۶/	۲۸	
	افزایش طرفداری از ورزش‌ها توسط خانواده ها	۰۰۰۲۷۱۱/	۶	۰۰۷۵/	۴۱	
	معرفی رایگان استارت آپ‌های ورزشی معتبر توسط اینفلوئنسرها	۰۰۲۷۲۵۰/	۱	۰۲۰۱۱/	۲۶	
	تغییر رویکرد دانشجویان در نحوه استفاده بهینه از اینترنت و فضای مجازی	۰۰۱۵۴۷۵/	۲	۰۱۴۰۲/	۳۴	
۱۳۱۴۰۸	تغییر تصورات و باورهای ذهنی دانشجویان از مشاغل دولتی	۰۰۱۳۲۰۴/	۳	۰۲۹۲۱/	۲۰	
	آموزش و بخش استارت آپ‌های ورزشی در شبکه‌های استانی	۰۰۰۹۶۲۵/	۵	۰۱۲۹۸/	۳۷	

بر اساس خروجی تحلیل شبکه ای، زیرمعیارهای تمامی بندی شده اند (جدول شماره: ۹).

خوشه‌های اصلی پژوهش بصورت کلی به صورت زیر رتبه

جدول ۹. رتبه بندی کلی بدست آمده زیر معیارها

رتبه	وزن	عوامل فرعی	رتبه	وزن	عوامل فرعی	رتبه	وزن	عوامل فرعی
۲۹	۰۱۷۵۴/	مشاوره در طراحی مدل‌های کسب و کار...	۱۵	۰۳۸۴۷/	داشتن تعامل با اجتماع و صنعت ورزش	۱	۰۱۸۰۵۱/	داشتن هوش اجتماعی و هیجانی بالا
۳۰	۰۱۷۰۲/	کسب مدارک بخش صنعت ...	۱۶	۰۳۶۹۲/	واگذاری حداقل نقدینگی ...	۲	۰۹۷۵۰/	داشتن انگیزه و صبر و پشتکار
۳۱	۰۱۶۹۸/	دسترسی آزاد به کتابخانه‌های معتبر بصورت آنلاین	۱۷	۰۳۵۹۳/	تدریس همراه با بحث گروهی و تیمی	۳	۰۸۸۲۳/	ارتباط و شبکه سازی دانشجویان ...
۳۲	۰۱۵۸۷/	انتشار تحقیقات دانشجویی ...	۱۸	۰۳۳۸۶/	تنظیم مجدد سیلابس درسی ...	۴	۰۷۲۳۴/	ایجاد رغبت و انگیزه ورود به مشاغل کار آفرینانه ...
۳۳	۰۱۴۸۷/	برطرف کردن خلاءهای قانونی در مالکیت ...	۱۹	۰۳۱۸۵/	ایجاد و بهسازی قوانین و مقررات ...	۵	۰۷۲۱۴/	داشتن روحیه ایده پردازانه و خلاق و آینده نگر

رتبه	وزن	عوامل فرعی	رتبه	وزن	عوامل فرعی	رتبه	وزن	عوامل فرعی
۳۴	./۰۱۴۰۲	تغییر رویکرد دانشجویان در نحوه استفاده ...	۲۰	./۰۲۹۲۱	تغییر تصورات و باورهای ذهنی ...	۶	./۰۷۰۰۸	حضور سیستم ایده پرداز مدیریت در راس مدیریت
۳۵	./۰۱۳۲۱	ایجاد مراجع رسیدگی به اختلافات حوزه ...	۲۱	./۰۲۹۲۰	افزایش تخصص و دانش اساتید...	۷	./۰۶۱۱۷	حمایت مالی از پایان نامه با موضوعات ...
۳۶	./۰۱۳۰۰	تبلیغ و معرفی استارت آپ‌های ورزشی در رسانه‌های دیجیتال و مکتوب دانشگاه	۲۲	./۰۲۷۵۶	مشارکت اساتید و مسولین دانشکده ...	۸	./۰۵۸۲۴	داشتن نیاز به موفقیت و تمایل به ریسک پذیری
۳۷	./۰۱۲۹۸	آموزش و پخش استارت آپ‌های ورزشی در شبکه‌های استانی	۲۳	./۰۲۶۸۷	ارائه وام‌های بلند مدت با نرخ بهره پایین توسط دانشگاه	۹	./۰۵۴۵۴	ایجاد گرایش مدیریت کارآفرینی ورزش در مقطع ارشد
۳۸	./۰۱۱۲۶	گسترش نگرش کارآفرینی در سازمانهای	۲۴	./۰۲۳۹۸	جنسیت	۱۰	./۰۵۰۵۹	به رسمیت شناختن برند استارت آپ‌ها در امور مالی ...
۳۹	./۰۱۰۸۹	کاهش تعرفه تبلیغ تلویزیونی استارت آپ‌ها...	۲۵	./۰۲۳۱۲	تسهیل حضور سرمایه گذاران خصوصی...	۱۱	./۰۴۸۲۹	داشتن حمایت خانواده و دوستان
۴۰	./۰۰۸۱	دعوت از سخنرانان مطرح کارفرینی بعنوان مهمان در دانشکده	۲۶	./۰۲۰۱۱	معرفی رایگان استارت آپ‌های ورزشی معتبر توسط اینفلونسرها	۱۲	./۰۴۴۱۱	داشتن مهارت‌های تصمیم گیری
۴۱	./۰۰۷۵	افزایش طرفداری از ورزش‌ها توسط خانواده‌ها	۲۷	./۰۲۰۰۴	حمایت پژوهشگاه تربیت بدنی...	۱۳	./۰۴۲۹۷	ایجاد فرصت کارآموزی و تجربه اندوزی ...
			۲۸	./۰۱۸۱۲	ایجاد دفاتر حضور مربیان ومدیران...	۱۴	./۰۳۹۱۲	برگزاری سمینار و کارگاههای تخصصی در دانشکده...

با یکدیگر همبستگی منطقی دارند. زیر معیارها بر مبنای خوشه‌های اصلی موثر در رشد استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور به شرح جدول زیر قرار گرفتند (جدول شماره‌های: ۱۵-۱۰):

با توجه به نتایج، مشخص شد حضور و وجود افراد پر انگیزه و دارای نوع خلاقانه در تمامی سطوح (فردی، دانشکده و دانشگاه و اجتماع) برای آموزش و ایجاد انگیزه شروع یک کسب و کار نوپا در محیط دانشکده از ضروریات می‌باشد و تهیه امکانات و تسهیلات مالی و زیرساختی در اولویت‌های بعدی قرار دارند. با بررسی رتبه بندی معیارهای اصلی با رتبه بندی کلی ریزمعیارهای آنها می‌توان گفت عوامل به ترتیب اهمیت

جدول ۱۰. رتبه بندی زیر معیارهای عامل فردی موسس

عامل فردی موسس		
رتبه	وزن	زیر مولفه ها
۱	۰/۱۶۸۰۳	داشتن انگیزه و صبر و پشتکار
۲	۰/۱۶۲۴۹	داشتن روحیه ایده پردازانه و خلاق و آینده‌نگر
۳	۰/۱۳۹۵۶	داشتن نیاز به موفقیت و تمایل به ریسک‌پذیری
۴	۰/۱۳۱۴۳	داشتن هوش اجتماعی و هیجانی بالا
۵	۰/۱۱۸۰۹	داشتن تعامل با اجتماع و صنعت ورزش
۶	۰/۱۰۳۹۵	داشتن حمایت خانواده و دوستان
۷	۰/۰۸۹۶۴	داشتن مهارت‌های تصمیم‌گیری
۸	۰/۰۸۶۸۴	جنسیت

جدول ۱۳. رتبه بندی زیر معیارهای عامل محیط آموزشی دانشکده

عامل محیط آموزشی دانشکده		
رتبه	وزن	زیر مولفه‌ها
۱	۰/۱۴۵۰	ایجاد رغبت و انگیزه ورود ..
۲	۰/۱۰۸۸	حضور سیستم ایده پرداز ...
۳	۰/۰۷۲۸۶	ایجاد گرایش مدیریت....
۴	۰/۰۵۲۶۴	ایجاد فرصت کارآموزی
۵	۰/۰۵۱۲۶	تنظیم مجدد سیلابس درسی ..
۶	۰/۰۴۶۹۱	افزایش تخصص و دانش ...
۷	۰/۰۴۳۸۰	تدریس همراه با بحث گروهی ..
۸	۰/۰۳۸۷۵	مشاوره در طراحی مدل ...
۹	۰/۰۳۷۲۵	دسترسی آزاد به کتابخانه...

جدول ۱۱. رتبه بندی زیر معیارهای عامل محیط اقتصادی دانشگاه

عامل محیط اقتصادی دانشگاه		
رتبه	وزن	زیر مولفه‌ها
۱	۰/۱۰۸۱	به رسمیت شناختن برند استارت آپ‌ها در امور مالی دانشگاه
۲	۰/۰۷۸۲	حمایت مالی از پایان نامه با موضوعات راه اندازی استارت آپ ...
۳	۰/۰۶۹۱۲	واگذاری حداقل نقدینگی و سرمایه اولیه برای راه اندازی...
۴	۰/۰۵۸۱۴	تسهیل حضور سرمایه گذاران خصوصی در محیط دانشگاه
۵	۰/۰۳۲۸۵	ارائه وام‌های بلند مدت با نرخ بهره پایین توسط دانشگاه

جدول ۱۴. رتبه بندی زیر معیارهای عامل امکانات و تسهیلات

عامل امکانات و تسهیلات		
رتبه	وزن	زیر مولفه‌ها
۱	۰/۰۲۳۵۰۹	ایجاد و بهسازی قوانین
۲	۰/۰۱۹۷۷۲	برطرف کردن خلاهای قانونی ...
۳	۰/۰۱۸۴۲۴	حمایت پژوهشگاه تربیت‌بندی ...
۴	۰/۰۱۰۳۳۴	تبلیغ و معرفی استارت‌آپ‌های ...
۵	۰/۰۰۶۱۶۵	کاهش تعرفه تبلیغ تلویزیونی ...
۶	۰/۰۰۳۰۰۱	ایجاد مراجع رسیدگی به ...

جدول ۱۵. رتبه بندی زیر معیارهای عامل فرهنگی و اجتماعی

عامل فرهنگی و اجتماعی		
رتبه	وزن	زیر مولفه‌ها
۱	۰/۰۲۷۲۵۰	معرفی رایگان استارت‌آپ‌های
۲	۰/۰۱۵۴۷۵	تغییر رویکرد دانشجویان ...
۳	۰/۰۱۳۲۰۴	تغییر تصورات و باورهای ...
۴	۰/۰۰۹۹۱۴	گسترش نگرش کارآفرینی ...
۵	۰/۰۰۹۶۲۵	آموزش و پخش استارت‌آپ‌های ...
۶	۰/۰۰۲۷۱۱	افزایش طرفداری از ...

جدول ۱۲. رتبه بندی زیر معیارهای عامل شبکه سازی و تکنولوژی

عامل شبکه سازی و تکنولوژی		
رتبه	وزن	زیر مولفه‌ها
۱	۰/۰۳۲۱۵	ارتباط و شبکه سازی دانشجویان ..
۲	۰/۰۲۱۴۵	ایجاد دفاتر حضور مربیان ومدیران ..
۳	۰/۰۱۳۸۹	کسب مدارک بخش صنعت ..
۴	۰/۰۱۳۵۷	برگزاری سمینار و کارگاهها...
۵	۰/۰۱۱۵۵	مشارکت اساتید و مسولین دانشکده ..
۶	۰/۰۰۶۱۴۶	دعوت از سخنرانان مطرح کارفرینی..
۷	۰/۰۰۶۱۵۲	انتشار تحقیقات دانشجویی ..

بحث و نتیجه گیری

دانشگاهها محلی سرشار از افراد با هوش و بلند پرواز در رشته‌های تحصیلی متفاوت می‌باشند. دانشجویان بدلیل سن کمتر تمایل به ریسک پذیری بیشتری دارند. دانشگاهها بعنوان نهاد کارآفرینی و منبع رشد استارت‌آپ‌های جوانان و دانشجویان در نظر گرفته می‌شوند (کانو^{۳۶}، ۲۰۱۹)، (گیپ و هانون^{۳۷}، ۲۰۰۶)، (جون^{۳۸} و همکاران، ۲۰۰۰). نحوه رشد و شروع یک کسب و کار نوپا از محیط دانشگاه دارای اهمیت است. استارت‌آپ‌ها را می‌توان در دو مرحله، قبل از ورود به بازار و بعد از ورود به بازار مورد مطالعه قرار داد. از این رو تحقیق حاضر، سعی دارد با هدف شناسایی عوامل موثر بر رشد و موفقیت استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور قبل از ورود به بازار و در محیط دانشکده ها، راه شکوفایی و رشد دانشجویان کشور را هموارتر سازد.

بعد از تجزیه و تحلیل نظرات خبرگان، عوامل اصلی موثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور شناسایی و بر اساس خروجی نرم افزار تحلیل شبکه به ترتیب: ۱- عوامل فردی مؤسس ۲- عوامل محیط آموزشی دانشکده ۳- عوامل شبکه سازی و تکنولوژی ۴- عوامل اقتصادی دانشگاه ۵- امکانات و تسهیلات ۶- عوامل فرهنگی و اجتماعی، اولویت بندی شدند (جدول شماره: ۸).

از آنجا که تاکنون تحقیقاتی در زمینه شناسایی عوامل موثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویی از محیط دانشکده‌ها صورت نگرفته است نمی‌توان نتایج این پژوهش را در هیچ موردی بصورت قطعی با دیگر پژوهش‌ها مورد مقایسه قرار داد. فتح آبادی (۱۳۹۶)، در پژوهشی به شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در اکوسیستم کارآفرینی ایران با استفاده از تحلیل سلسه مراتبی پرداخت. و به ترتیب عوامل: ۱- تامین مالی، ۲- بازاریابی، ۳- سرمایه انسانی، ۳- دولت، ۴- محصول و فناوری، ۵- فرهنگ و موسسات آموزشی را بعنوان عوامل موثر در پایداری استارت‌آپ‌ها در بازار کسب و کار شناسایی کرد. عوامل مالی، سرمایه انسانی، دولت، فناوری و فرهنگ با عوامل موثر این پژوهش به نوعی هم خوانی دارد ولی از لحاظ جایگاه و رتبه عوامل با یکدیگر همسو نمی‌باشند. بدلیل اینکه دو پژوهش از دو روش تحلیلی متفاوت و از دو منظر کاملا متفاوت استارت‌آپ‌ها را بررسی نموده اند این ناهمسوئی منطقی می‌باشد.

پژوهش حاضر از کامل ترین روش تصمیم گیری چند معیاره ارائه شده تا کنون، بهره برده است (ساعتی و وراگاس، ۲۰۱۳). فرایند تحلیل شبکه افزون بر ارتباط سلسه مراتبی یک طرفه، ارتباط تمامی معیارها و زیر معیارها با یکدیگر و وابستگی‌های درونی آنها را بصورت شبکه مد نظر قرار می‌دهد و تصمیم گیری‌های صحیح تری را امکان پذیر می‌سازد.

نتیجه این قسمت تحقیق بیان دارد، جهت موفقیت و رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی از محیط دانشکده‌ها اولویت‌ها به ترتیب اهمیت آنها بررسی و مورد برنامه ریزی قرار گیرند. ترتیب عامل‌ها نشان از اهمیت هر کدام و اثر گذاری آن در جایگاه خود را دارد. خبرگان اعتقاد دارند عوامل معرفی شده این تحقیق هم پوشانی زیادی با یکدیگر دارند به گونه ای که اگر هر عامل در اولویت مطرح شده، برنامه ریزی و اجرا گردد، به خودی خود زمینه ظهور و اجرای عامل بعدی را بسیار تسهیل می‌نماید.

در اولویت بندی معیارهای اصلی تحقیق بالاترین وزن متعلق به عوامل فردی مؤسس بود (جدول شماره: ۸). اگر چه تحقیقاتی در حوزه استارت‌آپ‌های دانشجویی در کشور انجام گرفته ولی با ادبیات تحقیقی حوزه کارآفرینی هم راستا می‌باشد. (چانگ رینگ و همکاران، ۲۰۱۹)، بنیانگذاران را بعنوان یکی از عوامل موثر در رشد و موفقیت استارت‌آپ‌های دانشجویان کره ای و استارت‌آپ‌های سرمایه گذاری معرفی می‌کند. وان ژلدن و همکاران^{۳۹} (۲۰۰۱۸)، نشان دادند اهداف و رفتار کارآفرینان به واسطه نگرش فردی آنان به کارآفرینی شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر استارت‌آپ‌ها بصورت خود به خود بوجود نمی‌آید و توسط نگرش فرد مؤسس تعیین می‌شود. کیم^{۴۰} (۲۰۱۲)، از موارد موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط به نقش و مشخصات مدیران شرکت‌ها بعنوان عامل تاثیر گذار یاد کرده است. خاشعی و اسدی (۱۳۹۸)، در تحقیق خود اعتماد به نفس بیش از حد و کاذب، پافشاری و اصرار بر تصمیمات با وجود نتایج منفی یک مؤسس استارت‌آپ را از دلایل شکست استارت‌آپ‌ها بیان می‌نمایند.

کم سن و سال بودن مؤسسين استارت‌آپ‌ها و موفقیت ناگهانی آنها، باعث شده است که بیشتر توجهات به زندگی و عقاید مؤسس کسب و کارهای بزرگ به مانند گوگل و فیسبوک به عنوان عامل موفقیت جلب شود. ما زمانی آنها را

شناختیم که تقریباً به قله‌های موفقیت نزدیک شده بودند اما واقعیت این است که آنها راه دشواری در گمنامی طی کرده اند تا به اینجا برسند مرور تاریخچه آنها نشان می‌دهد اولین گام در رسیدن به قله موفقیت، همان داشتن انگیزه و سخت کوش بودن موسس استارت آپ است.

اعتقاد خبرگان کشور در مورد موفقیت استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور هم بر همین است که تمرکز و اقدام در جهت افزایش عوامل نگرشی و رفتاری جوانان حتی در مقاطع تحصیلی دانشگاه می‌تواند آنان را در جهت رغبت و انگیزه شروع کسب و کارهای نوپا در محیط دانشکده مصمم تر سازد و موفقیت آنان را تضمین بیشتری نماید. پژوهش نشان می‌دهد هرچه دانشجویان از لحاظ شخصیتی و رفتاری دارای فاکتورهای مرتبط بالغ تری باشد، احتمال شروع و موفقیت استارت آپ‌های آنها بیشتر خواهد بود و پیشنهاد می‌دهد جهت ایجاد استارت آپ‌های موفق در محیط دانشکده، آموزش و تقویت صلاحیت‌های فردی دانشجویان از ملزومات اولیه این حوزه در نظر گرفته شود.

زیر معیارهای عوامل فردی در ده رتبه اولویت بندی شدند (جدول شماره: ۱۰). داشتن انگیزه و صبر و پشتکار موسس بعنوان اولویت اول این عامل در تحقیقات (یون^{۴۱} و همکاران، ۲۰۰۸)، (لی و همکاران، ۲۰۱۴)، هم بعنوان عامل موثر شناسایی شد. داشتن روحیه خلاق و ایده پرداز موسس در تحقیقات (یون و همکاران، ۲۰۰۸)، (سونگ و همکاران، ۲۰۱۲)، (چانگ و همکاران، ۲۰۱۹)، داشتن تمایل به ریسک پذیری موسس در تحقیقات (لی و همکاران، ۲۰۱۴، ۱۹۹۸)، (داکلاس و شپرد^{۴۳}، ۲۰۰۲)، (سگال و همکاران، ۲۰۰۵)، داشتن مهارت‌های تصمیم گیری با مولفه مهارت‌های سازمانی تحقیقات (لیم^{۴۵}، ۲۰۱۵)، داشتن هوش هیجانی و اجتماعی بالا با مولفه شناخت فرصت‌های کسب و کار نوپا در تحقیقات (کیم، ۲۰۱۶)، (باوم و همکاران^{۴۶}، ۲۰۰۱)، مولفه حمایت خانواده و دوستان در تحقیقات (ژائو و همکاران^{۴۷}، ۲۰۱۴)، و زیر معیار جنسیت در تحقیقات (چو و همکاران^{۴۸}، ۲۰۱۶)، بعنوان مولفه‌های اثر گذار در کارآفرینی و استارت آپ‌ها بیان شدند. بی شک تاثیرات فرایندهای

روانشناختی در مستحکم شدن فعالیت‌های بشر در جوامع بر کسی پوشیده نمی‌باشد. ایجاد رغبت و پشتکار از محیط‌های خانواده، اساتید، دانشکده، دانشگاه و جامعه نشات می‌گیرد. اگر چه بعضی پژوهش‌ها معتقدند مردان بیشتر مستعد کارآفرینی نسبت به زنان می‌باشند (گوپتا و همکاران^{۴۹}، ۲۰۰۹)، (ژائو و همکاران، ۲۰۰۵). ولی این تحقیق نشان می‌دهد جنسیت شخص موسس اولویتی در موفقیت آن ایجاد نمی‌کند و در استارت آپ‌ها که همیشه با ریسک همراه می‌باشد باید بدون دیدگاه جنسیتی در حمایت و آموزش به رشد تمامی دانشجویان نگاه یکسانی را ارائه داد.

محیط آموزشی دانشکده در اولویت دوم معیارهای اصلی تحقیق جهت موفقیت استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی قرار گرفت (جدول شماره: ۸). این مولفه با تحقیقات داخلی و خارجی در حوزه کارآفرینی و استارت آپ‌ها به نوعی هم خوانی دارد. (والتر و همکاران^{۵۰}، ۲۰۱۳)، (پرمنند و همکاران، ۲۰۱۶)، (تدافی و احمد وند، ۱۳۹۶)، (فتح آبادی، ۱۳۹۶). پژوهش‌های پیشین بر ضرورت آموزش کارآفرینی از محیط‌های دانشگاهی جهت موفقیت دانشجویان تاکید دارند. خبرگان این تحقیق نیز اعتقاد دارند، گرایش و رشد استارت آپ‌های دانشجویان متأثر از روح محل تحصیل، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک اهداف آموزشی دانشکده‌ها می‌باشد. ایجاد فرصت و زمینه پیشرفت یکی از مهم ترین عوامل موثر در راه اندازی استارت آپ‌ها می‌باشد. دانشکده‌ها می‌توانند با آموزش استارت آپ‌ها به دانشجویان به افزایش اشتغال جوانان در کشور امیدوار باشند.

زیر معیارهای عامل محیط آموزشی دانشکده‌ها در نه رتبه اولویت بندی شدند (جدول شماره: ۱۳). ایجاد رغبت و انگیزه جهت ورود به مشاغل کارآفرینانه توسط اساتید بعنوان مهمترین عامل و دسترسی آزاد به کتابخانه‌های معتبر بصورت آنلاین بعنوان اولویت آخر رتبه بندی شدند. این عوامل با دیگر تحقیقات به نوعی همسو می‌باشد. محمدی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود نشان دادند مدرسان دانشگاهی برای پرورش مهارت‌های کارآفرینی باید: (۱) خود به مهارت‌های کارآفرینی مسلط باشند؛ (۲) با شیوه‌های تدریس آشنا باشند؛ (۳) با دانشجویان ارتباط اثر بخش داشته باشند؛ (۴) با ایجاد راه اندازی کسب و کار جدید آشنا باشند؛ (۵) بتوانند محیط کسب و کار را تجزیه و تحلیل کنند. لاناپان و دوراج^{۵۱} (۲۰۱۱)، روش‌های آموزش کارآفرینی را بحث گروهی، نوشتن گزارش فردی،

41- Yun & et al

42- Song & et al

43- Douglas & Shepherd

44- Segal & et al

45- Lim

46- Baum & et al

47- Zhao & et al

48- Cho & et al

49- Gupta & et al

50- Walter & et al

51- Lonappan & Devaraj

سخنرانان و برگزاری سیمینار و کارگاه تخصصی با تحقیقات (لاناپان و دوراج، ۲۰۱۱)، (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳)، (فیتچر و تیمان^{۵۵}، ۲۰۱۴)، عامل کسب مدرک و انتشار تحقیقات ورزش در صنعت با تحقیقات (کوراتکو^{۵۶}، ۲۰۱۵) که در حوزه کارآفرینی در دانشگاهها پژوهش شده اند، به نوعی هم خوانی دارد. نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد، استارت‌آپ‌هایی که در مراحل اولیه از شبکه‌های اجتماعی بهره برده اند، نسبت به سایر شرکت‌ها سن بقاء بالاتری داشته و در کسب و کار خود موفق تر بوده اند. این پژوهش بیان دارد ایجاد شبکه و استفاده از تکنولوژی برای موفقیت استارت‌آپها ضروری می‌باشد. شبکه سازی از طریق ایجاد تعامل بین کارآفرینان علاوه بر قرار دادن اطلاعات در اختیار آنها، دسترسی سریع به دانش بازار را نیز امکان پذیر می‌سازد. تغییرات سریع در محیط را شناسایی می‌کند و کلید موفقیت رشد استارت آپها در محیط دانشگاهی در شبکه سازی می‌باشد.

عوامل اقتصادی دانشگاه در اولویت چهارم عوامل موثر در رشد استارت آپ‌های دانشجویی قرار گرفت (جدول شماره: ۸). تامین بودجه مورد نیاز استارت آپها بعنوان یک عامل موثر در تحقیقات (کیم و همکاران، ۲۰۰۶)، (چئون و همکاران، ۲۰۱۴) مطرح می‌شود. برهمگان واضح است لزوم سرمایه کافی برای حضور شرکت‌های نوپا بسیار ضروری می‌باشد. با توجه به آمار منتشر شده ۹۰ درصد استارت آپها بدلیل کمبود سرمایه ورشکست می‌شوند و این یک واقعیت است سرمایه برای حضور پایدار استارت آپها به مانند یکی از بال‌های پرواز آنها می‌باشد (مند علی زاده، ۱۳۹۳)، (گودرزی، ۱۳۹۵)، (اشرفیان، ۱۳۹۸)، (فتح آبادی، ۱۳۹۶). ولی از دیدگاه خبرگان جهت راه اندازی یک استارت آپ دانشجویی مسائل مالی بصورت کلی در رتبه چهارم قرار دارد و بحث جذب سرمایه در شروع یک استارت آپ در کنار سایر عوامل اولیه قرار دارد. با کمی دقت در کسب و کارهای نوپا بزرگ دنیا می‌توان نتیجه گرفت که آنها برخاسته از گاراژ و خوابگاه بوده اند و از پشتوانه مالی ناچیز برخوردار بوده اند و با حداقل امکانات شروعی معقولانه داشته اند.

زیر معیارهای عوامل اقتصادی در پنج اولویت رتبه بندی شدند (جدول شماره: ۱۱). واگذاری حداقل نقدینگی و سرمایه اولیه برای راه اندازی توسط تحقیقات (کیم و همکاران، ۲۰۰۶)، (چئون و همکاران، ۲۰۱۴) مورد تاکید قرار گرفت. ارائه وام‌های

پروژه گروهی و مشاهده فیلم و برگزاری مسابقه می‌داند. کوراتکو^{۵۲} (۲۰۰۵)، منابع انتشاراتی، مشاهده مستقیم فعالیت کارآفرینان، دسترسی به کتاب‌های تخصصی کارآفرینی و مجلات دانشگاهی را بعنوان منابع مهم کارآفرینی تلقی می‌کند. علیزاده (۱۳۸۰)، از دلایل مشکلات شغلی دانش آموختگان رشته علوم ورزشی به نامتناسب بودن سیلابس درسی با توجه به نیاز شغلی فارغ التحصیلان، و نامتناسب بودن شیوه‌های ارزشیابی اساتید اشاره می‌کند. بنابراین اهداف و روند آموزشی دانشکده‌ها بعنوان یکی از عوامل مهم رشد استارت آپها باید تغییر کند.

نتیجه این قسمت پژوهش بیان می‌کند، دانشجو از طریق آموزش می‌تواند کارآفرین شود، ایده‌های خود را راه اندازی و تجاری سازی کند. دیدگاه ایده پردازانه مدیریت دانشکده یکی از مهم ترین عامل در توانمند سازی و تغییر نگرش کارکنان، اساتید و دانشجویان می‌باشد. و پیشنهاد می‌شود با تغییر سیلابس درسی نظری به دروس نوآورانه و خلاق، ایجاد گرایش جدید کارآفرینی و فراهم نمودن جو مشارکتی بستر لازم برای شروع کسب و کارنوپا توسط دانشجویان در محیط دانشکده‌ها آغاز گردد.

عوامل شبکه سازی و تکنولوژی در اولویت سوم جهت رشد استارت آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور جای گرفت (جدول شماره: ۸). این عامل در تحقیقات (آراستی و همکاران، ۱۳۹۳)، (لاناپان و دوراج، ۲۰۱۱) حوزه کارآفرینی و در تحقیقات (سیم و همکاران^{۵۳}، ۲۰۱۵)، (کیم و همکاران، ۲۰۰۶)، حوزه استارت آپها بعنوان عامل موثر معرفی شده است. دانشکده‌ها می‌توانند با ایجاد محیطی که کارکنان و دانشجویان با یکدیگر بصورت شبکه، کار گروهی انجام می‌دهند در جهت نوآفرینی و کاهش اتلاف منابع در رشد استارت آپ‌های دانشجویی گامی موثر را ایفا نمایند. براساس دیدگاه خبرگان هر چه ارتباط و شبکه سازی بین دانشجویان کارآفرین و مشکلات صنعت ورزش کشور بیشتر باشد، ایده‌های کاربردی بیشتری به دانشجویان القا خواهد گردید.

زیر معیارهای عوامل شبکه سازی و تکنولوژی این پژوهش در هفت الویت رتبه بندی شدند (جدول شماره: ۱۲). ارتباط و شبکه سازی دانشجویان با یکدیگر با تحقیقات (سونگ و همکاران^{۵۴}، ۲۰۱۲)، (لی، ۲۰۱۷)، (مشدئی، ۱۳۹۰)، دعوت از

توسط دانشجویان علوم ورزشی می‌توان از عامل فرهنگی و اجتماعی یاد کرد (جدول شماره: ۸). این عامل در تحقیقات (هام و کو، ۲۰۱۷)، (چئو و همکاران، ۲۰۱۶)، (فتیحی زاده، ۱۳۹۶) بعنوان یک عامل تاثیر گذار در موفقیت استارت آپ‌ها مطرح می‌شود. ایجاد فرهنگ حمایت اجتماعی از استارت آپ‌ها بدون شک در رشد آنها موثر می‌باشد. وجود اعتماد عمومی بخصوص برای استارت آپ‌هایی که خرید و فروش بصورت آنلاین دارند بسیار حیاتی است. که هنوز این اعتماد بصورت گسترده در کشور شکل نگرفته است. از طرفی هم هنوز فرهنگ استقبال از راه اندازی کسب و کار و اشتغال زایی از طریق استارت آپ‌ها در کشور شکل نگرفته است و از موسسین استارت آپ‌ها بعنوان یک فرد شکست خورده در حوزه کسب و کار اجتماع یاد می‌شوند. که این خود باعث شده بسیاری از افراد به این حوزه وارد نشوند.

زیر معیارهای عوامل فرهنگی و اجتماعی در شش مولفه رتبه بندی شدند (جدول شماره: ۱۵). میری (۱۳۸۵)، در پژوهش خود بیان می‌کند در راستای پیدایش موثر کارآفرینی در اجتماع، عوامل سیاسی و اجتماعی از قبیل سازمانها و نهادهای مختلف غیر انتفاعی باید مدتی به شناسایی و تشویق کارآفرینان مبادرت ورزند. مرجانی (۱۳۹۳)، در پژوهش خود بر ضرورت حمایت کارآفرینی در جهت کاهش آسیب‌های اجتماعی و افزایش اشتغال جوانان از این طریق تاکید می‌کند. نتایج این قسمت پژوهش بیان دارد صحنه گذاران ورزشی نقش مهمی در فرهنگ سازی اجتماعی دارند، آنها می‌تواند با معرفی استارت آپ‌های معتبر دید دانشجویان به استارت آپ‌ها، نحوه استفاده از اینترنت و مشاغل دولتی را تغییر دهند. آموزش و پخش استارت آپ‌های ورزشی باعث می‌شود وضعیت استارت‌های ورزشی بیشتر و بهتر شود. و امید داشت با حضور خانواده‌ها در محیط‌های ورزشی استارت آپ‌های ورزشی رونق بیشتری داشته باشند. مسلماً آموزش و آشنایی با کارآفرینان موفق از طریق رسانه‌ها باعث تغییر دیدگاه دانشجویان نسبت به انتخاب آینده شغلی آنها خواهد گردید و کمتر به دنبال مشاغل دولتی خواهند رفت.

در این تحقیق تمام زیر معیارهای موثر در رشد استارت آپ‌های دانشجویان بصورت کلی هم رتبه بندی گردیدند (جدول شماره: ۹). از نتایج این قسمت پژوهش، می‌توان بعنوان عصاره این پژوهش یاد نمود. این یکی از خاصیت‌های پژوهش‌هایی با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه ای است.

بلند مدت و حضور سرمایه گذاران خصوصی بعنوان عوامل موثر در کارآفرینی در تحقیقات پیشین نیز تاکید شده است (مند علی زاده، ۱۳۹۳)، (گودرزی، ۱۳۹۵)، (اشرفیان، ۱۳۹۸). نتیجه این قسمت تحقیق بیان دارد که نباید از انگیزه ای که امور مالی به جوانان در جهت شروع کسب و کارهای نوپا می‌دهد غافل شویم و باید پرداخت‌های مالی بعنوان پاداش‌های تشویقی در شروع استارت آپ‌ها به دانشجویان ارائه گردد تا در ماههای اولیه تاسیس که ضرر ده هستند، بتوانند به خوبی این مرحله را تا سودهی سپری نمایند.

در شروع راه اندازی یک استارت آپ دانشجویی عامل امکانات و تسهیلات در جایگاه پنجم قرار دارد (جدول شماره: ۸). در تحقیقات (سویتاریس، ۲۰۰۷)، (والتر، ۲۰۱۳)، (پتر من همکاران، ۲۰۰۳) به اهمیت حمایت و پشتیبانی دانشگاهها و نهادهای سیاست گذار از استارت آپ‌های دانشجویی تاکید شده است که به نوعی هم راستا با نتایج این تحقیق می‌باشد.

زیر معیارهای عوامل امکانات و تسهیلات در شش اولویت رتبه بندی شدند (جدول شماره: ۱۴). مولفه بهسازی قوانین و مقررات استارت آپ‌ها با تحقیقات (کیم و همکاران، ۲۰۱۴)، (چئو و همکاران، ۲۰۱۴)، حمایت پژوهشگاه تربیت بدنی و کمیته بین المللی المپیک و مراجع رسیدگی با تحقیقات (چئو و همکاران، ۲۰۱۶)، (چانگ، ۲۰۱۶) همسو می‌باشد. نتایج این قسمت پژوهش تاکید دارد، در جهت موفقیت استارت آپ‌ها پشتیبانی‌های دولت و دانشگاه در جهت بهبود خط مش‌های برنامه ریزی، حمایت‌های مشاوره ای در راه اندازی استارت آپ‌ها بطور جد در جریان باشد. منطقی است که نباید از ایجاد و تسهیل قوانین و مقررات استارت آپ‌ها در دانشکده‌ها غافل شویم تا خالهایی که اکثر موسسین استارت آپ‌ها از سخت گیری ثبت شرکت توسط دولت گله دارند را پر کنیم. تبلیغات ورود به بازار را تسهیل می‌کند، باید کمترین هزینه‌های تبلیغات را برای استارت آپ‌ها مد نظر قرار داد. به اعتقاد خبرگان این پژوهش بهتر است با توجه به اینکه استارت آپ‌ها توسط دانشجویان جوان و کم تجربه هدایت می‌شود از سمت ارگان‌هایی بالا دستی از قبیل: پژوهشگاه تربیت بدنی، سازمان ورزش و جوانان و کمیته بین المللی المپیک حمایت و مورد مشاوره قرار گیرند.

بعنوان آخرین عامل موثر در شروع و رشد یک استارت آپ

57- Souitaris

58- Walter

59- Peterman & et al

سیاست گذاری شود. برای این موفقیت باید ساختارها تغییر کند. این پژوهش لزوم آموزش موثر، تقویت شاخص‌های شخصیتی و رفتاری دانشجویان در جهت انگیزش بیشتر آنان، ارائه مشاوره و حمایت دانشگاه و دانشکده، انتخاب مدیران آگاه و توانا را بعنوان بخشی از مولفه‌های موفقیت در رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان می‌داند.

با توجه به شرایط اقلیمی متفاوت دانشکده‌ها و استعداد‌های متفاوت دانشجویان رشته علوم ورزشی کشور، اگر عوامل مطرح شده بصورت هوشمندانه به کار گرفته شود دانشجویان راحت تر به سمت استارت‌آپ‌ها سوق داده خواهند شد و بعنوان یک شغل به این حوزه نگاه خواهند کرد. پاره ای از پیشنهادات در طی تحقیق اشاره شد. در پایان پیشنهادات راهبردی برخاسته از این پژوهش ارائه می‌گردد:

۱) راه اندازی سامانه ای تحت عنوان نیازمندی‌های صنعت ورزش کشور و افراد جامعه، با حضور مدیران صنعت، دانشجویان و مسئولین دانشکده‌های علوم ورزشی، کارآفرینان و سرمایه گذاران جهت بکارگیری نتایج تحقیقات دانشجویی و ایده پردازی و نوآوری در استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور؛ ۲) لزوم راه اندازی استارت‌آپ‌ها توسط دانشجویان ولو خرد و ناچیز تا جهت اشتغال دانشجویان حتی بعد از فارغ التحصیلی از دانشگاه امیدوار بود؛ ۳) حضور مدیران خلاق و کارآفرین در راس مدیریت دانشکده‌ها؛ ۴) ایجاد و بهسازی قوانین و مقررات استارت‌آپ‌های دانشجویی در دانشگاهها؛ ۵) ایجاد هر چه زودتر گرایش مدیریت کارآفرینی در ورزش در مقطع کارشناسی ارشد علوم ورزشی؛ ۶) تغییر سیلابس‌های درسی و تغییر نحوه تدریس همراه با بحث گروهی و تیم سازی دانشجویان؛ ۷) حمایت از استارت‌آپ‌های دانشجویان در نمایشگاه‌های ملی و بین المللی توسط دانشکده‌ها؛ ۸) همکاری بیشتر بین نهادهای متولی در جهت تامین زیر ساخت‌های آموزشی دانشکده‌ها و اجرای دوره‌های کارآموزی دانشجویان در نهادهای خارج از دانشگاه؛ ۹) تبلیغ استارت‌آپ‌های دانشجویان در رسانه‌های مکتوب و دیجیتال سطح دانشگاه‌های کشور؛ ۱۰) برگزاری دوره‌های آموزش راه اندازی استارت‌آپ‌ها بصورت مستمر در دانشکده‌ها بصورت سمینار و کارگاه.

با توجه به اینکه هیچ گونه اطلاعات دقیقی در مورد استارت‌آپ‌های دانشجویی در کشور وجود ندارد و تاکنون پژوهشی در این خصوص انجام نگرفته است، این تحقیق با محدودیت تعمیم نتایج همراه است و همچنین خبرگان استارت‌آپ‌های ورزشی تحت مطالعه این تحقیق بیشتر مشمول

اطلاع از نحوه چیدمان ترکیب عوامل موثر با توجه به تاثیر گذاری آنان، برای شروع استارت‌آپ‌ها از محیط دانشکده‌ها، بسیار راهگشای تصمیمات دانشجویان و دانشگاهیان خواهد بود و بصورت کاربردی باعث وحدت رویه در این حوزه خواهد گردید.

ده اولویت برتر ریز معیارها بر لزوم وجود انگیزه و آموزش دانشجویان، تشویق آنان توسط اساتید و حضور سیستم مدیریتی خلاق در دانشکده و دانشگاه را تاکید می‌کند. بالاترین اهمیت زیر معیارها در رتبه‌های اول و دوم مربوط به داشتن هوش اجتماعی و هیجانی بالا و داشتن انگیزه و صبر و پشتکار از عوامل فردی موسس می‌باشد. اکثر تحقیقات نشان می‌دهد، شور و شوق، استقلال، چشم انداز و ذکاوت بنیانگذار استارت‌آپ‌ها از اهمیت ویژه برخوردار است. در اولویت سوم، شبکه سازی دانشجویان مطرح می‌شود و از آنجا که موسسین استارت‌آپ‌های دانشجویی از سن کمی برخوردار می‌باشد و از صلاحیت‌های فنی پایینی برخوردار می‌باشند لزوم شبکه سازی دانشجویان در دانشگاه از عوامل موفقیت آنها ذکر می‌شود. در این تحقیق زیر معیارهای اقتصادی در رتبه‌های هفتم و دهم قرار گرفتند که نشان می‌دهد اگر چه عوامل اقتصادی در اولویت‌های بالا مطرح نشده، ولی از تاثیر گذاری آن نباید غافل باشیم. نتایج این بخش پژوهش به اهمیت ارتقا و آموزش عوامل فردی دانشجویان از طریق تغییر اهداف و رویه‌های آموزشی توسط سیستم هدفمند و خلاق در دانشکده‌ها تاکید دارند. با مطالعه زیر معیارها می‌توان تفاسیر متعددی را برداشت نمود.

اگر بخواهیم مسیر اقتصاد مقاومتی در حوزه اشتغال مولد را نیز دنبال کنیم لاجرم ناگزیریم ظرفیت استارت‌آپ‌ها را به شدت مورد توجه قرار دهیم. ظرفیتی که می‌تواند فرصت‌های شگرفی را پیشروی خودباوری و تقویت زیرساخت‌های بومی در کشور قرار دهد. استارت‌آپ‌ها پخش جدایی ناپذیر فرایند تحول و دگرگونی در بازار رو به گسترش دنیای امروز هستند و معمولا هزینه راه اندازی پایینی دارند و به جهت تکرارپذیر و مقیاس پذیر بودن منحنی رشد آنان شتاب بسیاری دارد و با ایجاد و توسعه این کسب و کارها سیاستی مهم در تسریع رشد اوضاع اقتصادی کشور و همچنین ایجاد مشاغل جدید برای جوانان، را شاهد خواهیم بود.

به طور خلاصه و بصورت یک جمع بندی کلی از این پژوهش می‌توان گفت، عوامل موثر در رشد و راه اندازی استارت‌آپ‌های دانشجویان دانشکده‌های علوم ورزشی باید بعنوان یک شاهراه اشتغال زایی جوانان در جوامع دانشگاهی

اندازگیری موفقیت استارت آپ‌های دانشجویی معرفی گردد. در پایان از تمامی مدیران محترم دبیرخانه‌های مناطق دهگانه دانشگاه‌های وزارت علوم کشور که چراغ راه ما در به ثمر رسیدن این پژوهش بودند صمیمانه قدردانی می‌نماییم.

حمایت‌های اقتصادی دولت بودند تا سیستم‌های پشتیبانی دانشگاه‌ها؛ لذا پیشنهاد می‌گردد تحقیقاتی در زمینه رفع محدودیت‌های این تحقیق و مطالعه استارت آپ‌های دیگر رشته‌های دانشگاهی انجام پذیرد و شاخص و معیارهایی جهت

REFERENCES

- Amini, M., Jamshidi, R., Heydarinejad, S. (2014). Prioritization of entrepreneurship barriers of physical education students by TOPSIS method. *Research on Educational Sport*, 2(6), 15-32. (Persian)
- Arasti, Z., Heidari, H., Mobaraki, M. (2014). Evaluation of effectiveness of "Guest Speaker" teaching method in entrepreneurship students. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(3), 389-406. doi: 10.22059/jed.2014.52491. (Persian)
- Azimzadeh, S. M., Pitts, B., Ehsani, M., & Kordnaeij, A. (2013). The vital factors for small and medium sized sport enterprises startups. *Asian Social Science*, 9(5), 243.
- Baum, J.R., Locke, E.A. and Smith, K.G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Blank, S. (2012). How to Build a Great Company, Step by Step, the Common Wealth Club of California. 14 August 2012.
- Brush, C. G. (2014). Exploring the concept of an entrepreneurship education ecosystem. *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century* (pp. 25-39). Emerald Group Publishing Limited.
- CANU, A. (2019). Assessing student startup teams interactions through performative patterns approach.
- Chang, S.D., Lee, Z.H. (2013). A Study on the influencing effects of university students' e-Business startup intention. *The e-Business Studies*, 14(3), 37-53.
- Cho, Y.J., Lee, B.Y. (2016). A study on social environmental factors affecting university students' entrepreneurial intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(4), 17-25.
- Cusumano, M. A. (2013). Evaluating a startup venture. *Communications of the ACM*, 56(10), 26-29.
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(3), 81-90.
- Farahani, A., Goudarzi, M., Naderi, N. (2010). The Role of Formal Education and Extra-Curricular Programs of Physical Education (MSc courses) in Providing Entrepreneurial Skills for Postgraduates from Senior Students' Viewpoints. *Journal of Sport Management*, 2(6), 101-219. (Persian)
- Fath abadi, M. (2018). Identifying and Prioritizing Factors Influencing the Success of Entrepreneurial Ecosystem Startups in Iran. *MBA thesis*, Kharazmi University of Iran. (Persian).
- Frederiksen, D. L., & Brem, A. (2017). How do entrepreneurs think they create value? A scientific reflection of Eric Ries' Lean Startup approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 169-189.
- Forbes, D. P., & Milliken, F. J. (1999). Cognition and corporate governance: Understanding boards of directors as strategic decision-making groups. *Academy of management review*, 24(3), 489-505.
- Fichter, K. and Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524.
- Garonne, C., & Davidsson, P. (2016). An exploration of the phenomenon of business planning in nascent and young firms. In *Models of start-up thinking and action: Theoretical, empirical and pedagogical approaches*. Emerald Group Publishing Limited.
- Gibb, A., & Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4(1), 73-110.
- Goudarzi, M., Jalali Farahani, M., Rajabi, H., & Hamidi, M. (2017). The Design and Codification of Development Model of Entrepreneurial Skills for Students of Sport Management in Iran. *New Trends in Sport Management*, 5(18), 9-21. (Persian)
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(2), 397-417.
- Ham, H. U., & Ko, C. R. (2016). The Technology Licensing Office as Factor of

- Success for Spin-off: Case Study of a Research Lab Startup of Korea. *Asian Journal of Innovation & Policy*, 5(2).
- Jalali Naeini, G., mohammadrezaee loraki, Y. (2011). Sketching Fuzzy Plan for Implementation of E-Business in Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Business Administration Researches*, 2(4), 107-123 (Persian).
 - Khashei, V., Asady, R. (2019). Designing a model of Strategic Control in Internet-based Startups. *Journal of Strategic Management Studies*, 10(37), 125-139.
 - Kim, H. (2012). The entrepreneurial factors and entrepreneurial intention on student. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 263-271.
 - Kim, H.C., Song, C.H. and An, B.R. (2016). A study on effects of personal characteristics on startup opportunity and entrepreneurial intention of startup. *Korean Management Consulting Review*, 16(3), 75-87.
 - Kim, S. and Jo, Y.H. (2006). Study of core subjects and success strategy of venture companies in each growing stage. *e-Business Review*, 7(1), 119-141.
 - Klofsten, M., & Jones-Evans, D. (2000). Comparing academic entrepreneurship in Europe—the case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14(4), 299-309.
 - Ko, Chang-Ryong & An, Jong-In. (2019). Success Factors of Student Startups in Korea: From Employment Measures to Market Success. 8. 97-121. 10.7545/ajip.2019.8.1.097.
 - Korea Institute of Startup and Entrepreneurship Development (2018). Report on the Results of the Statistical Survey of University Startup in 2017.
 - Kuratko. D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and chal- lenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5) 577-598.
 - Lee, H.H., Hwang, B.Y. and Gong, C.H. (2017). A study on the factors that determine the initial success of startup. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(1), 1-13.
 - Lee, M.J. and Kim, J.G. (2013). The effects of entrepreneurial intention and entrepreneurship on entrepreneurial success. *Journal of Digital Convergence*, 11(9), 56-65.
 - Lee, Y.H. and Park, S.H. (2014). A study on the success factors of venture entre-preneurs and entrepreneurship education. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(6), 231-244.
 - Lim, A., Kim, H.C. and Kim, K.P. (2015). The effect of youth entrepreneurs' competence on entrepreneurial behavior and entrepreneurial performance. *Korean Management Consulting Review*, 15(3), 143-154.
 - Lonappan, J. and Devaraj, K. (2011). Pedagogical innovations in teaching entrepreneurship. Eight AIMS International Conference on Management, January 1-4, 513-518.
 - Mandalizadeh, Z., Honari, H. (2011). An Investigation of the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport: As an Interdisciplinary Area. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 2(2), 113-136. doi: 10.7508/isih.2010.06.006. (Persian)
 - Mardanshahi, M., Tajik Esmaeili, A., Mobaraki, M. (2014). in Junior and Senior Students of State Universities (Case Study: State Universities of Mazandaran Province). *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(4), 755-771. doi: 10.22059/jed.2014.53628. (Persian)
 - Marjani, T., Sadri, S. (2014). Development of Social Entrepreneurship; Problems, Effective Factors, and Solutions. *Organizational Culture Management*, 12(2), 277-297. doi: 10.22059/jomc.2014.51184. (Persian)
 - Mohamadi, GH., Farasatkah, M., Farokh, SH. (2012). Entrepreneurship Professors and Trainers Skills for Nurturing Entrepreneurs in Universities. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(1), 185-201. doi: 10.22059/jed.2012.24661. (Persian)
 - Mortezaezhad, N., Attaran, M., Hosseinikhah, A., Abbasi, E. (2017). The Components of Entrepreneurship Curriculum based on the Comparative Approach. *Journal of Curriculum Studies*, 12(44), 49-80. (Persian)
 - Moshdey, A. (2011). Analysis of the Effects of Social Networks on Entrepreneurial Opportunity Identification. , 6(15), 69-80. (Persian)
 - Movahedi, R., Shirkhani, M., Talebi, B. (2017). The Study of Effective Factors on Improving the Quality of Education: Case Study in College of Agriculture, Bu-Ali Sina Universty. *Higher Education Letter*, 10(37), 79-110. (Persian)
 - nadafi, R., Ahmadvand, M. (2017). Identification and Prioritization of Development Factors of Startups Using Q methodology. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(3), 517-534. doi: 10.22059/jed.2018.236443.652249. (Persian)
 - Nasirzadeh, A., Farahani, A., Vatandoust, M. (2018). Investigating and Analyzing Effective

- Factors on Entrepreneurship of Iranian Physical Education Graduates. *Sport Management Studies*, 10(47), 131-152. doi: 10.22089/smrj.2018.1099. (Persian)
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
 - Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. *World Development*, 77, 311-327.
 - Ramezanezhad, R., Malek akhlagh, E., Boroumand, M., Hematinezhad, M., Razavi, S. (2013). Analysis of physical education and sport sciences graduates' employment and their position in Iran based on strategic position and action evaluation matrix (SPACEM). *Sport Management and Development*, 2(1), 1-19.
 - Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Currency.
 - Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2013). The logic of priorities: applications of business, energy, health and transportation. *Springer Science & Business Media*.
 - Safari, S., Samiazadeh, M. (2012). Needs Assessment of Entrepreneurship knowledge and Skill Education a Comparative Approach in Different Fields of Humanities. *Technology of Education*, 7(1), 65-79. (Persian).
 - Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*.
 - Seraji, F. (2018). Promotion and development of entrepreneurship competencies in university students. *Iranian Journal of Engineering Education*, 20(78), 37-56. doi: 10.22047/ijee.2018.117793.1511. (Persian)
 - Shin, D.P., Bae, Y.K. and Son, S.H. (2018). The Present and Implications of Technology-based Business Activation Support Policy. *KISTEP Issue Weekly, KISTEP*, 266(08).
 - Sim, Y.H., Gill, W.G. and Kim, S.K. (2015). Study on the perception gap between technology-based entrepreneurs and startup facilitators about success factors for startup. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(2), 43-57.
 - Song, E. S., & Lee, S. K. (2012). A Study on Influences on Results of Inauguration of Enterprise by Characteristics of Young Businessmen's Inauguration-Focusing on Young CEO Promoting Project in Gyeongsangbukdo. *Korean Local Government Review*, 14(3), 177-193.
 - Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
 - Tojjari, F., Khodayari, A. (2006). Study on Entrepreneurship Preparedness in Education: An Analysis of the Basis of Measuring the Size of Entrepreneurship in Sport (ERI). *Research in Sport Sciences*. Spring 2006: 4(10). (Persian)
 - 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. doi: 10.22059/jsm.2015.55159. (Persian)
 - van Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923-941.
 - Walter, S. G., Parboteeah, K. P., & Walter, A. (2013). University departments and self-employment intentions of business students: A cross-level analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175-200.
 - Yun, J. R., Kim, H. C., & Kim, K. S. (2008). An empirical research on successful factor of venture business. *Korean Business Review*, 1(1), 39-67.
 - Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.
 - Zhao, S., Bai, X., & Zhao, Y. (2014). A study of Chinese entrepreneurs and philanthropic behavior. In *Handbook of research on entrepreneurs' engagement in philanthropy*. Edward Elgar Publishing.