



شناسایی عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری

سمانه الماسی^۱، حسین عیدی^{۲*}، همایون عباسی^۳، بهزاد فروغی^۴، جرونیمو گارسیا فرناندز^۵

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۳/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۵

چکیده

هدف از این تحقیق شناسایی عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری بود. روش تحقیق، کیفی و گردآوری داده‌ها با مصاحبه و بررسی ادبیات انجام شد. جامعه رؤسا و اعضای هیأت علمی علوم ورزشی کشور، مراکز رشد و کارآفرینی، پارک‌های علم و فناوری و دیگر مسئولان مرتبط با تحقیق بودند. نمونه تحقیق به صورت نظری تعیین شد و طی آن ۱۴ مصاحبه انجام شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. طبق یافته‌ها ۱۸ مقوله اصلی در قالب ۱۲ عامل درون سازمانی (هدایت فرآیند تحقیقاتی، نیازسنجی، برنامه‌ریزی استراتژیک، تقویت زیرساخت‌های حمایتی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، استفاده از فناوری و تکنولوژی، نیروی انسانی متخصص، تعاملات هدفمند، ایجاد بینش مثبت به دانشکده، توانمندشدن دانشکده، خلق و توسعه فرصت‌های شغلی ورزشی و علم به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات) و ۷ عامل برون سازمانی (قوانین حمایتی از نوآوری، دوراندیشی و ثبات در تدوین راهبردها، حمایت مالی دولتی، مبارزه با مافیای ورزشی، حمایت از تولید ملی، حمایت‌های رسانه‌ای و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری) در راستای برقراری این ارتباط منتج گردید؛ که هر کدام به زیر مجموعه‌های دیگری تقسیم می‌گردند. طبق نتایج تعیین عوامل درون و برون سازمانی به دانشکده و دانشجویان علوم ورزشی کمک می‌کند تا بتوانند با این مراکز ارتباط برقرار کرده و ضمن تحقق ایده‌های نوآورانه خود بتوانند دانشجویان این رشته را خود اشتغالی و خلق ثروت برای دانشکده و جامعه تشویق کنند.

کلید واژه‌ها: نوآوری، اشتغال‌زایی، کسب و کار، انکوباتور، ورزش.

Email: s_almasi68@yahoo.com

Email: eydihossein@gmail.com

Email: eydihossein@gmail.com

Email: eydihossein@gmail.com

Email: jeronimo@us.es

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران*

۳. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۴. استادیار مدیریت بازرگانی بین‌الملل، دانشگاه آ‌ی‌شو، کوشینگ، تایوان

۵. استادیار تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه سویلا، سویلا، اسپانیا

مقدمه

دانشگاه‌ها نقش مهمی در آموزش و پژوهش هر جامعه‌ای دارند. در دهه‌های اخیر دانشگاه‌ها با هدف اثرگذاری در تغییر و تحولات اقتصادی و اجتماعی اقدام به انجام سومین مأموریت خود یعنی جهت‌گیری کارآفرینانه و توسعه و انتقال فناوری کرده‌اند (واکی، وان، واپول و قومان^۱، ۲۰۱۹: ۱۹۷). زیرا خلق و مدیریت نوآوری در محیط دانشگاه به‌واسطه استراتژی‌های فراهمی کردن منابع، جهت رقابت و توسعه اقتصادی مهیا می‌باشد (جریرو، آریون، کامیناگام و اورانگ^۲، ۲۰۱۸: ۴۱۸). در سراسر جهان، نقش‌های ابتدایی و سنتی دانشگاه‌ها به‌عنوان تأمین‌کنندگان آموزش و خلق‌کنندگان دانش علمی، به دانشگاه‌های کارآفرین در حال تغییر هستند (سان، ژانگ، کاو، دانگ، کانتول^۳، ۲۰۱۹: ۱۰۸). در راستای این تغییر انکوباتورها و پارک‌های علم و فناوری به‌وجود آمدند. پارک‌های علمی اولین بار در سال ۱۹۵۰ در ایالات متحده (اولین پارک علمی در سیلکون والی آمریکا) به‌وجود آمدند. انکوباتورها نیز در دهه ۱۹۸۰، ابتدا در دانشگاه‌های دولتی و سپس در بخش خصوصی تأسیس شدند (کلوستوفن، لادمارگ، ودبرن و مارگ^۴، ۲۰۲۰: ۱۵۶). مراکز رشد یا انکوباتورها^۵ (ICs) و پارک علم و فناوری^۶ (STPs) حلقه‌های اتصال دولت، دانشگاه و صنعت هستند و دانش و تخصص دانشمندان و پژوهشگران را در خدمت صنعت قرار می‌دهند (سالوادور و همکاران^۷، ۲۰۱۹: ۱۶۹).

انکوباتور مکانی است که در آن از ایده‌های نوآورانه و تبدیل آنها به شرکت‌های موفق حمایت می‌شود (وانگلیمپیاریت^۸، ۲۰۱۶: ۲۱). پارک علم و فناوری نیز سازمانی است که توسط متخصصان تخصصی اداره می‌شود و هدف اصلی آن افزایش ثروت جامعه با ارتقاء فرهنگ نوآوری و رقابت در مشاغل مرتبط و دانش بنیان (لکالی، ناکارت، اسپیدون^۹، ۲۰۱۹: ۵۶۲) و حمایت از مشاغل (البحاری، بارگ، پرز و مودروگو^{۱۰}، ۲۰۱۸: ۲۵۴) است. دو هدف عمده انکوباتور و پارک‌های علم و فناوری افزایش توسعه اقتصادی و یا کاهش بیکاری در یک منطقه و نیز محرکی جهت استارت‌آپ‌های مبتنی بر فناوری جدید می‌باشد. هدف اصلی این دو مرکز کارآفرینی حمایت از استارت‌آپ‌ها و انتقال دانش است. آنها این کار را با پشتیبانی‌هایی شامل فضای مشترک اداری و خدمات تجاری عمومی (مانند رایانه، چاپگر و ...)، مشاوره‌های مدیریت، جهت کاهش خطا و بقای شرکت‌های نوظهور و مربیگری در زمینه تجارت، مشاوره در زمینه دانش فن‌آوری و جنبه‌های قانونی آنها و دسترسی به منابع مالی و فعالیت‌های شبکه داخلی و خارجی برای مستأجران انجام می‌دهند (وان^{۱۱}، ۲۰۲۰: ۱۰۳)، همچنین به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کنند تا به سرمایه‌داران^{۱۲} متصل شوند (اولینس، ون و نیستن^{۱۳}، ۲۰۱۷: ۶۷۹).

در واقع این دو مرکز زیرساخت‌های فنی، تدارکاتی، اداری و مالی را برای پشتیبانی از شرکت‌های نوپا جهت ورود به بازار فراهم می‌کنند. هدف ابتدایی مراکز رشد و پارک علم و فناوری توسعه و رشد شرکت‌های مبتنی بر فناوری جدید^{۱۴} (واسکوس، برگ و ریکو^{۱۵}، ۲۰۱۶: ۱۳۹) و ترویج انتقال دانش از دانشگاه‌ها به شرکت‌های زایشی و دوم توسعه رشد اقتصادی منطقه (کوشارانندو و پاردیتا^{۱۶}، ۲۰۱۶: ۴۵۱) است؛ این مراکز به‌عنوان یک ابزار سیاست اقتصادی برای مقاومت در برابر

1. Wakkee, Van, Vaupell & Ghuman
2. Guerrero, Urbano, Cunningham & Organ
3. Sun, Zhang, Cao, Dong & Cantwell
4. Klofsten, Lundmark, Wennberg & Bank
5. Incubators
6. Science and Technology Parks
7. Salvador et al
8. Wonglimpiyarat
9. Lecluyse, Knockaert & Spithoven
10. Albahari, Barge, Pérez & Modrego
11. van
12. venture capitalists
13. Eveleens, Van & Niesten
14. New Technology-Based Firms
15. Vásquez, Barge & Rico
16. Kusharsanto & Pradita

تغییرات اقتصادی کلان و تحریک کارآفرینی (تولا و کونتینی^۱؛ ۲۰۱۵: ۴۹۸) و ایجاد شغل جهت رشد اقتصادی (وان، ۲۰۲۰: ۱۰۵) در نظر گرفته می‌شوند. اغلب دو مفهوم مراکز رشد و پارک علم و فناوری مترادف یکدیگر به کار می‌روند (وانگلیمپاریت، ۲۰۱۶: ۲۳). تأثیری که این دو بر اشتغال آفرینی و خلق ثروت (لکلای و همکاران^۲، ۲۰۱۹: ۵۶۴) و نیز تبدیل ایده‌های دانشجویان به محصول (به‌عنوان یک پایگاه) دارند؛ سبب شباهت بیشتر این دو مکان شده است (استال، آندرسون و فونیچو^۳، ۲۰۱۶: ۹۳) تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور در زمینه ارتباط دانشگاه با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری انجام شده است. در این زمینه غفاری، شکیبی و تاش (۱۳۹۹: ۲۰) بیان نموده‌اند قابلیت فناوری اطلاعات تأثیر معنی‌داری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد. لذا شرکت‌ها جهت استقرار در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌بایست به نقش قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ابعاد آن در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی توجه کنند. همچنین یادگار، عباسی، شریفی (۱۳۹۸: ۷۶) در تحقیق خود در رابطه با ویژگی‌های مدیران در مراکز رشد بیان نمودند با افزایش سطح تفکر انتقادی مدیران، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و رفتار نوآورانه آنها افزایش می‌یابد. همچنین بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران با رفتار نوآورانه از طریق تفکر انتقادی رابطه معنی‌دار و مثبتی برقرار است. پایدار فرد، احمد پور، میرسپاسی و رحیمی (۱۳۹۸: ۲۱۲) نیز بیان داشته‌اند منشأ ایده‌ها بر نوع ورود و ارائه خدمات در مراکز رشد اثرگذار است. همچنین محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۸) بیان کرده‌اند جهت ایده‌یابی و انجام مسئولیت اجتماعی و نیز تأمین مالی مستقیم و غیر مستقیم پروژه‌های ورزشی می‌توان از تأمین مالی جمعی در کسب و کارهای تثبیت شده ورزشی چه به صورت کالا و چه خدمات استفاده نمود. این تأمین مالی در سه محور اصلی شامل؛ خصوصیات سازمان جمع سپار، ویژگی‌های فناورانه و نیز ویژگی‌های محیطی که سازمان جمع سپار در آن به کسب و کار می‌پردازد می‌باشد.

حبیبی، اصغری و جعفری (۱۳۹۷: ۸) نیز بیان داشته‌اند عوامل مکانیزم‌های حمایتی دولت و دانشگاه، وجود تیم‌های مشاوره‌ای باتجربه، ساختار سازمانی شرکت‌های مستقر در مراکز رشد، زمینه فعالیت این شرکت‌ها بر توسعه و رشد شرکت‌های فناور دانشگاهی تأثیر گذارند. شاهدی (۱۳۹۵: ۱۱۳) بیان داشته است جهت استقرار شرکت‌های دانش بنیان در مراکز رشد؛ منابع انسانی، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، تأمین سرمایه، فرهنگ مشارکتی و قوانین تأثیر گذارند.

وطن‌خواه و رضایی مقدم (۱۳۹۴: ۳۹) نیز بیان داشته‌اند سه عامل ایجاد فرصت‌ها، کارآفرینانه بودن اعضای هیئت علمی و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده به‌ترتیب سه مؤلفه با اهمیت در ایجاد دانشکده کارآفرین می‌باشد. عنایتی و عالی پور (۱۳۹۳: ۲۶) بیان داشته‌اند حمایت دولت و نظام آموزشی از علوم انسانی، داشتن چشم‌انداز و نیازسنجی علوم انسانی و ارزش‌گذاری‌ها در استقرار مراکز رشد زایشی علوم انسانی دانشگاهی مؤثر است. میرغفوری و همکاران (۱۳۹۲: ۲۷) کسب دانش و اطلاعات جدید، به‌کارگیری و تسهیم تخصص و دانش موجود بین کارکنان، دسترس به فناوری‌های جدید و پیشرفته، دانش، تخصص و تعهد کارکنان، ارائه برنامه آموزشی متنوع برای تجهیز کردن ذهن و مهارت‌های نوآورانه در کارکنان را به‌عنوان مهمترین عوامل تأثیرگذار بر ارتقاء نوآوری در شرکت‌های مستقر در مراکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری یزد شناخته شدند. سیدرات و فریکا^۴ (۲۰۱۸: ۳۲) هم بیان نمودند کیفیت مدیریت و انواع دانشگاه بر توسعه کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد. در واقع تأثیر مدیریت به‌واسطه تشویق دانشجویان به کارآفرینی، هدایت دانشجویان به انجام پروژه‌های تیمی در مراکز رشد دانشگاه، حضور فعال مدیر به‌عنوان عضو دارای تجربه در تیم‌های کاری، سخنگوی تیم بودن در محافل عمومی، می‌باشد. گوموسای و بوهن^۵ (۲۰۱۸: ۳۷۶) در تحقیق خود بیان داشتند که سه عامل اصلی در عدم توسعه مهارت کارآفرینی در دانشگاه‌ها مهارت‌کننده‌های ارتباطی، ساختاری و فرهنگی - شناختی می‌باشند.

1. Tola & Contini
2. Lecluyse et al
3. Stal, Andreassi, Fujino
4. Sidrat & Frikha
5. Gümüşay & Bohné

دلمارکو و همکاران^۱ (۲۰۱۸: ۱۰۹) نیز در تحقیق خود بیان می‌دارند؛ جهت داشتن یک دانشگاه کارآفرین وجود ۵ آیت ضروری است که شامل: ۱. ایجاد دیدگاه کارآفرینانه در دانشگاه از طریق سخنرانی در همه دانشکده‌ها جهت حضور در مراکز رشد؛ ۲. برقراری ارتباط دانشگاه با صنایع محلی؛ ۳. ارائه مکان و تجهیزات آزمایشگاهی به دانشجویان؛ ۴. مقدمات نوآوری و ۵. تحقیقات گروهی دانشجویان به همراه اساتید برجسته، است. همچنین محمد کاظمی و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند بین پرداختن به کارآفرینی و شایستگی‌هایی از جمله شایستگی‌های استراتژیک، یادگیری، انگیزه، شخصیت، اخلاق و خانواده‌گرایی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. اما انگیزه‌های دیگری نیز برای پرداختن به نوآوری و کارآفرینی در افراد مشاهده شده است. در این زمینه مرادی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داده‌اند، برخی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه فقر در جوامع می‌باشد. در واقع میل به ثروت جویی و تقدس ثروت، اعتقاد به حمایت ماورایی، ترس از آینده، مزیقه مالی و ناسازگاری با فرهنگ قالب در جوامع فقیر از جمله عوامل مؤثر بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در جوامع فقیر می‌باشند.

راتن^۲ (۲۰۱۲: ۷۴) هم در بررسی کارآفرینی در ورزش بیان می‌کند که توسعه کارآفرینی در ورزش تحت تأثیر عواملی همچون مسائل حاکمیتی، عوامل محیطی، تغییر شیوه‌های تحقیق و روی آوردن به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در ورزش، توجه به عرصه‌های بین‌المللی و نحوه کارآفرینی آنان، توجه به نیازهای ورزشی سازمان‌ها و نوآوری در راستای رفع آن، عوامل سازمانی و عوامل فردی می‌باشد. همچنین محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۱) بیان داشته‌اند که فرصت‌های کسب و کارهای کارآفرینانه زیادی در ورزش وجود دارد. سه گروه عمده از فرصت‌ها مشتمل بر فرصت‌های خدماتی، ایجاد و فروش و بازاریابی هستند. از این میان، گروه فرصت‌های خدماتی بالاترین رتبه و گروه ایجاد و فروش پایین‌ترین رتبه را دارند. در واقع باید گفت اهمیت ارتباط مراکز رشد و پارک علم و فناوری در داخل و خارج دانشگاه به قدری زیاد است که امروزه تولید دانش در کنار انتشار موفق و کاربرد مؤثر آن در تولید، به یک هدف جهانی تبدیل شده است (سان و همکاران^۳، ۲۰۱۹: ۵۵۱) و بسیاری از دانشگاه‌ها در کشورهای مختلف جهان به دنبال روش‌هایی برای کارآفرینی دانشگاهی و انتقال دانش و فناوری حاصل از تحقیقات دانشگاهی به صنعت و تجاری‌سازی آن هستند (سوتانتو و گینه‌وزیان^۴، ۲۰۱۹: ۲۷۳) در این میان ورزش و علوم مرتبط با آن به‌عنوان یک رشته دانشگاهی، پا را از حیطه‌های عمومی و آماتوری فراتر گذاشته و در زمینه‌های خاصی رده‌های اول تکنولوژی (ماهونی و هوارد^۵، ۲۰۰۱: ۲۷۸)، اقتصاد (هامه و همکاران^۶، ۲۰۱۷: ۹۶) و حتی بازار جهانی را به خود اختصاص می‌دهد. ورزش صنعتی است که بخش اعظمی از اقتصاد جامعه را به خود اختصاص می‌دهد (مانزریتر^۷، ۲۰۰۵) و تأثیرات زیادی بر جنبه‌های اجتماعی-سیاسی و سلامت (لیندسی و داربی^۸، ۲۰۱۹: ۷۸۲) جامعه دارد. اما با وجود زمینه‌های شغلی این صنعت (پیس و استاتلر^۹، ۲۰۰۲: ۴۵۸) تحقیقات کمی در زمینه نوآوری در بخش‌های مختلف ورزشی صورت گرفته است (سونسون و هامبریگ^{۱۰}، ۲۰۱۹: ۵۴۸) و هنوز بسیاری از زمینه‌های شغلی ورزش خصوصاً در کشورهای در حال توسعه شناخته نشده و بکر و دست نخورده باقی مانده‌اند. در واقع محققان مدیریت ورزشی در درجه اول انواع نوآوری‌های موجود در ورزش جامعه را مورد بررسی قرار داده‌اند اما تأکید کمتری بر روند نوآوری داشته‌اند (سونسون، آندرسون و ماهونی^{۱۱}، ۲۰۲۰: ۶۶۲). همچنین اساتید علوم ورزشی بیشتر تمرکزشان روی تولید محتوای مرتبط با توسعه بدنی است تا نوآوری در تولید محصولات ورزشی. این در حالی است که کارآفرینی در ورزش می‌تواند گزینه‌ای مناسب برای فارغ

1. Dalmarco

2. Ratten

3. Sun et al

4. Soetanto & van Geenhuizen

5. Mahony & Howard

6. Hemme, Morais, Bowers & Todd

7. Manzenreiter

8. Lindsey & Darby

9. Pitts & Stotlar

10. Svensson & Hambrick

11. Svensson, Andersson & Mahoney

التحصیلان گرایش‌های مختلف علوم ورزشی باشد (راتن و جونس^۱، ۲۰۱۸: ۴۹۱).

راتن و جونس (۲۰۱۸: ۴۹۷) بیان کردند که آموزش کارآفرینی در ورزش، دانشجویان را برای بازار کار یا برای خود اشتغالی آماده می‌کند. با این حال، دانشگاه‌ها در زمینه پرداختن به آموزش کارآفرینی در برنامه مدیریت ورزشی خود عمل کرده‌اند و بیشتر تمرکزشان بر تربیت متخصصان ورزشی مانند مربی یا معلم ورزش است. در واقع بین آموزش مدیریت ورزشی و نیاز مدیران شرکت‌های ورزشی به فارغ‌التحصیلان بخش ورزش یک شکاف وجود دارد (داسچیر و سوتریدو^۲، ۲۰۱۸: ۲۳۱). مدیران ورزشی نیز می‌توانند با استفاده از پرورش استعداد و ایده‌های ذهنی به نوآوری دست پیدا کنند (سعیدی، کهندل، زارعی و خدایاری، ۱۳۹۹: ۱) زمینه‌های متعددی در ورزش وجود دارد که می‌توان و باید امروز از دیدگاه کارآفرینی به آنها پرداخته شود (گونزالس، مورنو و هارواس^۳، ۲۰۱۸: ۱۱۸). چنین رویکردی ضروری است زیرا بهبود روند آموزشی متخصصان آینده ورزشی، به‌ویژه از نظر اشتغال آتی آنها در اقتصاد جهانی ضروری است (بونو و کلابوگی^۴، ۲۰۱۷: ۲۵). صنعت ورزش به‌عنوان یک پدیده جهانی سرمایه‌داری مورد بررسی قرار می‌گیرد (مانزریتر^۵، ۲۰۰۵: ۱۱۶) و دانشگاه‌ها را به جهت تأمین نیازهای مصرف‌کنندگان در جامعه، به چالش کشیده است (پاپ و همکاران^۶، ۲۰۱۷: ۱۰۱). در واقع ورزش امروزه با تحولات گسترده‌ای در زمینه علم و فناوری مواجه است (عامری، عباسی و جمشیدی، ۱۳۹۸: ۳)، در نتیجه فرصت‌های شغلی متعددی پیش روی فارغ‌التحصیلان این رشته تحصیلی قرار گرفته است (پیرس^۷، ۲۰۱۹: ۲۶). این در حالی است که بسیاری از فارغ‌التحصیلان این رشته تحصیلی بیکار مانده و یا به مشاغلی غیرمرتبط با رشته تحصیلی خود روی آورده‌اند.

به‌عنوان مثال واقفی نظری (۱۳۹۴: ۱۸۶) در پژوهش خود اشاره داشتند که درصد پائینی از دانشجویان علوم ورزشی کشور از وضعیت اشتغال خود احساس رضایت می‌کنند و در انتخاب شغل آزادی دارند، به‌طوری که دغدغه یافتن شغل آینده یکی از مشکلات آنها به‌شمار می‌آید. اما به استناد تحقیقاتی همچون تحقیق (اروستات^۸، ۲۰۰۸: ۲۵) که نشان داد میزان درآمد و اشتغال‌زایی مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در کشورهایی همچون آمریکا، اسپانیا، فرانسه، ایتالیا و پرتغال بسیار بالا می‌باشد؛ می‌توان گفت توسعه ورزش در این مکان‌ها می‌تواند بخشی از استراتژی توسعه اقتصادی کشورها باشد؛ که ضمن ایجاد اشتغال برای دانشجویان رشته علوم ورزشی، سبب درآمدزایی برای دانشگاه و دانشکده‌های علوم ورزشی شود. در این مراکز دانشجویان علوم ورزشی می‌توانند با راه‌های ایده‌پردازی و پرورش ایده آشنا شوند، با سایر مستأجران در این مراکز ارتباط برقرار کرده و به ایده‌پردازی‌های بین رشته‌ای بپردازند و محصولاتشان را در غالب شرکت‌های اسپین‌آف دانشگاهی تولید کنند. امروزه ورزش بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی انسان است. حجم وسیع تبادلات مالی در صنعت ورزش، تغییر شیوه زندگی و افزایش اوقات فراغت مردم، رویدادهای رو به گسترش ملی، منطقه‌ای، قاره‌ای و جهانی، ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و... همه و همه فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار کارآفرینان ورزشی قرار می‌دهد (پیرس، ۲۰۱۹: ۲۹)، تا بتوانند از فرصت‌های موجود و یا ممکن در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، توزیعی و یا سایر جنبه‌های فرعی مرتبط با ورزش برای خلق فعالیت‌های جدید و کسب و کارهای کارآفرینانه نوپا استفاده نمایند (گانزاله و همکاران^۹، ۲۰۱۸: ۱۱۹).

با توجه به تحقیقات انجام شده در داخل و خارج از کشور که پیشتر بیان شد می‌توان بیان داشت همان‌گونه که تحقیقات گذشته نشان می‌دهند مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری با فراهم نمودن امکانات و خدمات مورد نیاز افراد به آنها کمک می‌کنند تا ایده‌های خود را به محصول تبدیل کنند؛ اما باز هم نوعی بی میلی برای حضور در این مراکز وجود دارد؛ در واقع

1. Ratten & Jones
2. de Schepper & Sotiriadou
3. González, Moreno & Hervás
4. Boni & Calabuig
5. Manzenreiter
6. Popp et al
7. Pierce
8. Eurostat
9. González et al

افرادی که وارد این مراکز می‌شوند؛ ممکن است با چالش هدایت ضعیف، توانایی کار تیمی، نحوه مدیریت صحیح وظایف در تیم، ضعف در دانش و اطلاعات و مواردی از این دست مواجهه شوند. لذا مراکز رشد جهت جذب صاحبان ایده باید انعطاف‌پذیری معقولی برای افراد مختلف و نیازهای مختلف آنان داشته باشد. همچنین طبق تحقیقات انجام شده داشتن دیدگاه استراتژیک، به‌کارگیری فناوری‌های نوین، پذیرش انتقاد، داشتن ویژگی‌های کارآفرینانه، تأمین منابع مالی، تأمین زیرساخت‌های لازم، ارائه برنامه‌های آموزشی و سیستم‌های تشویقی، حمایت‌های دولت، مهارت‌های ارتباطی و میل به ثروت‌جویی همه و همه در ایجاد جو ایده‌پردازی و نوآوری در پرتو مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری اثرگذار هستند، دانشکده‌های علوم ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند؛ از آن جایی که تاکنون ارتباط مناسبی بین دانشکده‌های علوم ورزشی با این مراکز برقرار نشده است می‌بایست به جستجوی علت آن پرداخت. زیرا طبق تحقیق انجام شده فرصت‌های شغلی خدماتی، فروش و بازاریابی متنوعی در ورزش وجود دارد. ارتباط تنگاتنگی که علوم ورزشی با اکثر علوم، از جمله علوم پزشکی، روانشناسی، کامپیوتر، مکانیک و مواردی از این دست دارد، سبب شده است؛ که استقرار این رشته در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری بیش از پیش احساس شود. زیرا علوم ورزشی علاوه بر ارائه خدمات متنوع در زمینه‌های فیزیولوژی ورزشی، رفتار حرکتی، آسیب شناسی و حرکات اصلاحی و بیومکانیک ورزشی؛ در هریک از زمینه‌های مذکور قادر به ارائه محصول فیزیکی نیز می‌باشد؛ و برای این که ایده‌های دانشجویان این رشته منتهی به یک محصول گردد، چه خدماتی و چه کالا، همانند دیگر علوم، نیازمند استقرار در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری هستند؛ تا از امکانات این مراکز برای تبدیل ایده خود به نوآوری و محصول استفاده نمایند. به‌نظر می‌رسد با ارائه عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر استقرار دانشکده‌های علوم ورزشی در این مراکز، زمینه‌ساز حضور دانشکده‌های علوم ورزشی در این مراکز شده و پیرو آن شاهد رشد و شکوفایی ایده‌ها و نوآوری‌های ورزشی، اشتغال‌زایی و نیز درآمدزایی برای دانشکده‌های علوم ورزشی و دانشگاه‌ها باشیم. لذا سؤال تحقیق این است که چه عوامل درون و برون سازمانی بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری تأثیر دارند؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت از نوع پژوهش‌های کیفی اکتشافی محسوب می‌شود و از نظر هدف از نوع کاربردی است. در این پژوهش از رویکرد نوحاسته (گلیزر) استفاده شد. بر مبنای رویکرد نوحاسته چهارچوب اولیه‌ای مورد نظر نبوده و کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها مقوله‌بندی شده و سپس مقوله‌های ایجاد شده با یکدیگر مقایسه شدند؛ تا مقوله‌های اصلی و ابعاد هر یک شناسایی و استخراج گردد. بنابراین، همه مقولات و چگونگی روابط بین آنها برآمده از تحلیل داده‌ها بود. البته، در این مرحله مراجعه به ادبیات نظری پژوهش کمک زیادی به هر چه دقیقتر شدن مقوله‌بندی‌ها کرد. لذا با توجه به این که درباره‌ی ماهیت مسئله این پژوهش؛ یعنی عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری از قبل نظریه‌ای وجود ندارد؛ بنابراین، این شرایط ضرورت استفاده از نظریه زمینه محور را در این پژوهش توجیه می‌کند. بدین منظور، مصاحبه‌ای نیمه ساختار یافته و عمیق با خبرگان و صاحب‌نظران انجام شد و در ادامه، داده‌ها تحلیل شدند. در مطالعات کیفی، به دلیل این که بررسی داده‌ها توسط نرم‌افزار، کامل‌تر و با دقت بیشتری انجام می‌شود؛ نرم‌افزارها در حمایت از اعتبار و صحت داده‌ها کمک‌کننده‌اند. بر این اساس برای تعیین کدها و موضوعات اصلی از نرم افزار NVivo نسخه ۸ استفاده شد.

مراحل جمع‌آوری داده‌ها

جمع‌آوری داده‌ها به دو طریق انجام شد: (۱) مصاحبه نیمه ساختار یافته یک به یک، (۲) اسناد کتبی و الکترونیکی.

مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته

منبع اول داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته بود که با ۱۴ نفر از صاحب‌نظران و متخصصان در حوزه کارآفرینی ورزشی در

کشور ایران در سال ۱۳۹۹ انجام شد (جداول ۱). جامعه آماری که برای انجام مصاحبه انتخاب شد، شامل صاحبان نظران آگاه به موضوع از جمله اعضای هیأت علمی و رؤسای دانشکده‌های علوم ورزشی، معاونین پژوهشی دانشگاه‌های دارای دانشکده علوم ورزشی، رؤسای مراکز رشد و مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های دارای دانشکده علوم ورزشی، رؤسای پارک‌های علم و فناوری، صاحبان استارت‌آپ‌های ورزشی، تیم‌های کاری مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری که در پروژه‌های مرتبط با ورزش در حال فعالیت هستند و یا از این مراکز خدمات دریافت کرده‌اند (صاحبان ایده) و رئیس مرکز نوآوری و فناوری‌های ورزشی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی در کشور ایران بودند. در نمونه‌گیری پژوهش کیفی که آن را نمونه‌گیری هدفمند می‌نامند، در این تحقیق نیز از روش نمونه‌گیری هدفمند با رویکرد گلوله برفی استفاده شد. حجم نمونه در حین فرایند تحقیق مشخص گردید، زیرا در پژوهش‌های کیفی اشباع شدن اطلاعات مهم‌تر از تعداد افراد مورد مطالعه می‌باشد، با در نظر گرفتن نکات فوق در مجموع در این مطالعه ۱۴ مصاحبه انجام و ضبط گردید.

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

ردیف	تخصص	تعداد
۱	عضو هیأت علمی دانشکده علوم ورزشی	۱
۲	رئیس دانشکده علوم ورزشی	۲
۳	معاون پژوهشی دانشگاه‌هایی دارای رشته علوم ورزشی	۲
۴	رئیس مراکز رشد و کارآفرینی دانشگاه‌های دارای رشته علوم ورزشی	۳
۵	رئیس مرکز پارک علم و فناوری	۲
۶	صاحب استارت‌آپ ورزشی	۱
۷	تیم‌های کاری مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری که در پروژه‌های مرتبط با ورزش در حال فعالیت هستند	۲
۸	رئیس مرکز نوآوری و فناوری‌های ورزشی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی	۱
	مجموع	۱۴

هر مصاحبه به فراخور میزان تمایل مصاحبه شونده به موضوع از ۲۵ دقیقه تا ۶۰ دقیقه طول کشید. مصاحبه‌ها، با کسب اجازه از مصاحبه‌شوندگان به صورت کامل ضبط شده و همچنین در طول مصاحبه یادداشت‌برداری هم انجام می‌شد.

- اسناد کتبی و الکترونیک^۱

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

در ادامه به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته و با هدف افزایش دقت و درستی تجزیه و تحلیل‌ها، تمامی مصاحبه‌ها ضبط و سپس هر مصاحبه به‌طور جداگانه، واژه به واژه تایپ شد. پژوهشگر هر مصاحبه ضبط شده و یادداشت‌های مرتبط با آن را بلافاصله در ۲۴ ساعت اول با دقت و سطر به سطر مطالعه کرده و مفاهیمی که به ذهن می‌رسید را یادداشت می‌نمود. این مرحله از نخستین مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها در روش داده بنیاد است که اصطلاحاً به آن کدگذاری می‌گویند و سپس با استفاده از روش تحلیل داده‌ها که در روش داده بنیاد تجویز شده است، اطلاعات گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش تحلیل داده‌ها که در روش گلیزر تجویز شده است؛ شامل سه مرحله کدگذاری (باز، محوری

1. Written and electronic documents

و گزینشی) می‌باشد. در کدگذاری باز متن مصاحبه بارها و بارها، سطر به سطر خوانده و برای بخش‌های مهم، هر مفهومی که به ذهن می‌رسید در نظر گرفته می‌شد. سپس بخش‌های مرتبط علامت‌گذاری گردیده و به آنها کد و یادداشت تحلیلی، اختصاص می‌گرفت. در پژوهش حاضر و در مرحله کدگذاری باز تعداد ۱۱۸ کد استخراج گردید، اما به‌علت تشابه معنایی و تکراری بودن اطلاعات، این کدها در یکدیگر ادغام و تجمیع شده و نهایتاً به ۸۶ کد باز کاهش پیدا نمود. در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می‌شود، فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده از حالت کاملاً باز خارج می‌شود و شکل گزیده به خود می‌گیرد. به بیان دیگر کدگذاری باز به بروز محورهای مشترکی در مجموعه داده گردآوری شده منجر می‌شود که این محورها به مرحله بعدی کدگذاری جهت‌گیری‌های تازه‌ای می‌بخشد. در این تحقیق کدهای باز به ۱۸ کد محوری تقسیم شدند. در این تحقیق در نهایت ۱۸ کد محوری در قالب ۲ دسته عوامل درون سازمانی و برون سازمانی تقسیم‌بندی شدند. همچنین برای محاسبه پایایی مصاحبه از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب) استفاده گردید و طی آن محقق به‌همراه یک همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به‌کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل داده‌ها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز (درصد)
۱	اول	۵۴	۲۱	۱۲	۷۷/۷۷
۲	سوم	۴۱	۱۷	۷	۸۲/۹۲
۳	دوازدهم	۳۲	۱۴	۴	۸۷/۵۰
	کل	۱۲۷	۵۲	۲۳	۸۱/۸۸

همان‌طور که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد تعداد کل کدهای ثبت شده توسط هر دو نفر (محقق و فرد همکاری کننده) برابر ۱۲۷، تعداد کل توافقات بین این کدها ۵۲ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۱۷ می‌باشد. پایایی بین دو کدگذار با استفاده از فرمول ذکر شده ۸۱/۸۸ درصد است که از ۶۰ بالاتر بوده بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است.

یافته‌های پژوهش

شرح و بسط عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، بر اساس تحلیل داده‌ها، کدهای باز، محوری و گزینشی در جدول ۳ آورده شده است. طبق نتایج تحقیق ۱۱۸ کد باز به ۱۸ کد محوری تقسیم شدند، در نهایت ۱۸ کد محوری در قالب ۲ دسته عوامل درون سازمانی و برون سازمانی تقسیم‌بندی شدند.

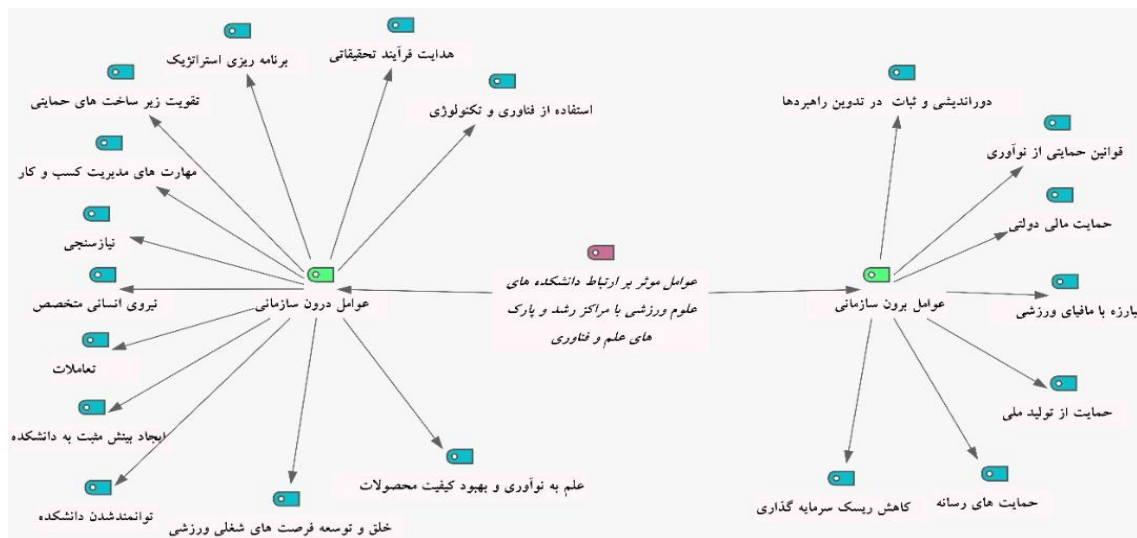
جدول ۳: مفاهیم احصاء شده از مراحل کدگذاری‌ها

کدگذاری گزینشی	مقوله‌های فرعی (محوری)	کدگذاری باز	مفاهیم
عوامل درون سازمانی	هدایت فرآیند تحقیقاتی	فرآیندهای تحقیقاتی	وجود فرآیندهای مشخص در دانشکده جهت تعریف پروژه انجام تحقیقات
		ترغیب به تحقیقات نوآورانه	وجود فرآیندهایی جهت ترغیب دانشجویان به تحقیقات نوآورانه در دانشکده
		هدایت ایده‌های نوآورانه	وجود فرآیندهایی جهت هدایت ایده‌های نوآورانه به مراکز
	نیازسنجی	سبک زندگی اقشار مختلف مردم	توجه به سبک زندگی اقشار مختلف مردم جهت ایده‌پردازی
		خواسته‌های اختصاصی مردم	تشخیص خواسته‌های اختصاصی مردم جهت ایده‌پردازی
		نیازهای تأمین نشده هرم جمعیتی	توجه به نیازهای تأمین نشده هرم جمعیتی جهت ایده‌پردازی
		نیازهای تأمین نشده بازار	توجه به نیازهای تأمین نشده بازار جهت ایده‌پردازی
		نیازهای مشتریان ورزشی	توجه به نیازهای مشتریان ورزشی به منظور ایده‌پردازی
		مشکلات مشتریان ورزشی	توجه به مشکلات مشتریان ورزشی به منظور ایده‌پردازی
		تعیین خواسته‌های مشتریان	نظرسنجی از مشتریان با هدف تعیین خواسته‌هایشان برای ایده‌پردازی
		طبقه‌بندی مشتریان	طبقه‌بندی مشتریان بر اساس نیازهایشان به منظور ایده‌پردازی
		کمیته‌های خدمات و محصولات موجود	توجه به کمیته‌های خدمات و محصولات موجود
		تطبیق کسب و کار با تقاضاهای مشتریان ورزشی به منظور	تطبیق کسب و کار با تقاضاهای مشتریان ورزشی به منظور ایده‌پردازی
		امکان‌سنجی	امکان‌سنجی نیازمندی‌های تشخیص داده شده مشتریان ورزشی و تلاش برای رفع آن
		برنامه‌ریزی استراتژیک	خلق استراتژی‌های مرتبط با نوآوری
	کلان‌نگری		برنامه‌ریزی و توجه مسئولان ورزشی دانشکده در به سرانجام رساندن ایده‌های ورزشی
	توجه به ارزشهای علوم ورزشی		بهبود توجه و تفکر مسئولان ورزشی دانشکده در رابطه با اصالت و ارزش‌های رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی
	تأمین منابع		برنامه‌ریزی و تلاش مسئولان ورزشی دانشکده جهت تأمین منابع مورد نیاز ترویج کارآفرینی و ایده‌پردازی
	تقویت زیرساخت‌های حمایتی	خدمات فنی و تخصصی	ارائه خدمات فنی و تخصصی از سوی مراکز
		خدمات اداری و اجرایی	ارائه خدمات اداری و اجرایی از سوی مراکز
		خدمات تجهیزاتی و تسهیلاتی	ارائه خدمات تجهیزاتی و تسهیلاتی از سوی مراکز
		خدمات عمومی و دفتری	ارائه خدمات عمومی و دفتری از سوی مراکز
		اجاره بها زیر قیمت بازار	اجاره بها زیر قیمت بازار از طرف مراکز
		استفاده بهینه از ظرفیت دانشکده	استفاده بهینه از ظرفیت سخت افزاری دانشکده‌های علوم ورزشی توسط صنایع منطقه
	مهارت‌های مدیریت کسب و کار	ارتقاء مهارت مدیریت تجاری	کمک به ارتقاء مهارت مدیریت تجارت صاحبان ایده‌های نوآورانه ورزشی توسط مراکز
		ارتقاء مهارت حفظ منابع تجاری	کمک به ارتقاء مهارت حفظ منابع تجاری در صاحبان ایده‌های نوآورانه ورزشی توسط مراکز
		ورود با ریسک کم به بازار	کمک جهت ورود با ریسک کم به بازار توسط مراکز

استفاده از فناوری و تکنولوژی	ترغیب به کاربرد تکنولوژی	ترغیب به کاربرد فناوری و تکنولوژی در ایده‌های نوآورانه ورزشی توسط مراکز
	بهره از فناوری‌های پیشرفته	استفاده از فناوری و تکنولوژی‌های پیشرفته در تبدیل ایده‌های نوآورانه ورزشی به کالا و خدمات در مراکز
نیروی انسانی متخصص	مدیر نوآور	بهره‌مندی از مدیران نوآور در سمت مدیریت دانشکده
	مشاوران حرفه‌ای مراکز	بهره‌مندی از مشاوران حرفه‌ای مراکز جهت تبدیل ایده‌های ورزشی به محصول
	اساتید نوآور	بهره‌مندی از اساتید نوآور در هیئت علمی دانشکده
تعاملات هدفمند	جلسات مشترک میان دانشکده و مدیران مراکز	جلسات مشترک میان دانشکده و مدیران مراکز در راستای تحقق ایده‌های ورزشی
	استقرار کارگروهی از نیروهای انسانی متخصص	استقرار کارگروهی از نیروهای انسانی متخصص (رابطین) در دانشکده جهت تبادل اطلاعات با مراکز
	اشتراک‌گذاری منابع و اطلاعات	اشتراک‌گذاری منابع و اطلاعات بین دانشکده با مراکز
	برقراری ارتباطات بین فردی	برقراری ارتباطات بین فردی جهت تبادل اطلاعات در مراکز در راستای تحقق ایده‌های ورزشی
ایجاد بینش مثبت به دانشکده	دیدگاه مثبت سازمان‌ها به دانشکده	ایجاد دیدگاه مثبت در سازمان‌ها به دانشکده جهت سرمایه‌گذاری بر ایده‌های ورزشی با معرفی دستاوردهای دانشکده
	بینش مثبت جامعه به دانشکده	توسعه بینش مثبت جامعه به دانشکده به‌عنوان یک مؤسسه پیشرو و فعال در توسعه اقتصادی/ علمی ایران
	افزایش تقاضا	افزایش تقاضا برای محصولات ورزشی به جهت بالا بودن کیفیت آن در جامعه
توانمند شدن دانشکده	توانمندی درنوآوری	توانمندی علمی اساتید و دانشجویان در زمینه ایده پردازی و نوآوری
	رقابت سازنده دانشگاهی	رقابت سازنده دانشکده در دانشگاه‌های دولتی، آزاد، علمی - کاربردی و ... در جهت دانش بنیان شدن
	کسب وجهه و منزلت برای دانشکده	کسب وجهه و منزلت برای دانشکده از طریق عضویت در مراکز
	افزایش اعتبار دانشکده در جامعه	افزایش اعتبار دانشکده‌های علوم ورزشی در جامعه
خلق و توسعه فرصت‌های شغلی ورزشی	خلق بازارهای جدید	خلق بازارهای جدید محصولات ورزشی به کمک نوآوری دانشجویان این رشته
	جذب فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی به بازار کار	کمک مراکز به جذب بیشتر کارآموزان و فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی در بازار کار
	ایجاد فرصت‌های شغلی ورزشی	ایجاد فرصت‌های شغلی ورزشی مناسب
	کارآفرینی فردی	زمینه سازی جهت اشتغال فردی
	توسعه بخش خصوصی در ورزش	ترغیب شرکت‌های کوچک و متوسط دانش مدار در راستای توسعه بخش خصوصی در ورزش
	ارتباط نزدیک بین بخش خصوصی و بخش دولتی در زمینه ورزش	ارتباط بیشتر بخش خصوصی و بخش دولتی فعال در زمینه ورزش
	توسعه خوشه‌های صنعتی مرتبط با ورزش	توسعه خوشه‌های صنعتی مرتبط با ورزش از راه ارتباطات دانشکده با صنایع از طریق مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری
	پیشبرد روابط تجاری	پیشبرد روابط تجاری بین شرکت‌های زایشی مستقر در مراکز با شرکت‌های علوم ورزشی
بهره‌مندی از فرصت‌های تجاری ورزشی و بین‌المللی	بهره‌مندی از فرصت‌های تجاری ورزشی در عرصه داخلی و بین‌المللی	

علم به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات	امکان دستیابی به اطلاعات فناورانه جدید	دستیابی دانشجویان، دانش‌آموختگان و اساتید علوم ورزشی به اطلاعات فناورانه جدید در مراکز
	بهبود شایستگی‌های علمی دانشجویان علوم ورزشی در زمینه کارآفرینی	بهبود شایستگی‌های علمی دانشجویان علوم ورزشی در زمینه کارآفرینی
	چابک‌سازی گروه‌های ورزشی	چابک‌سازی گروه‌های ورزشی مستقر در مراکز در راستای ایده‌پردازی بیشتر
	تحریک نوآوری	تحریک نوآوری در دانشکده با استفاده از دستاوردهای تحقیقاتی دیگران در مراکز
	توسعه نوآوری در کالاهای ورزشی	توسعه نوآوری‌ها در کالاهای ورزشی از راه ارتباطات کاری و علمی دانشکده با مراکز
	بهبود کیفیت محصولات ورزشی	ایجاد رقابت میان محصولات ورزشی و بهبود کیفیت آن به واسطه ایده‌های نوآورانه در ورزش
	افزایش بازدهی کار تیمی	افزایش بازدهی نیروی کار مستقر در مراکز به‌واسطه کار تیمی
	شایستگی‌های فنی در تولیدات ورزشی	افزایش شایستگی‌های فنی در خلق کالاهای ورزشی از راه ارتباطات کاری و علمی دانشکده با مراکز
قوانین حمایتی از نوآوری	قوانین توسعه نوآوری	ابلاغ قوانین توسعه نوآوری دانشگاهی از سوی سازمان مدیریت برنامه‌ریزی
	قوانین الزام‌آور توسعه نوآوری	ابلاغ قوانین الزام‌آور توسعه نوآوری دانشگاهی از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
	قوانین و مقررات رسمی تجاری‌سازی	قوانین و مقررات رسمی تجاری‌سازی ایده‌های خلاقانه
	توسعه محصولات با کارآفرینی	بخشنامه‌های توسعه محصولات از طریق کارآفرینی در دانشگاه
	قوانین و مقررات تبدیل ایده به محصول	وجود قوانین و مقررات جهت تبدیل ایده به محصول در دانشگاه
	مستثنی بودن از قانون کار	حمایت مالی از مستثنی بودن شرکت‌های دانشگاهی مستقر در مراکز از قانون کار
عوامل برون سازمانی	دوراندیشی در سیاست‌گذاری‌های علمی - پژوهشی	دوراندیشی در سیاست‌گذاری‌های علمی - پژوهشی دانشگاه‌ها
	ثبات سیاست‌گذاری‌های علمی - پژوهشی	ثبات در سیاست‌گذاری‌های علمی - پژوهشی دانشگاه‌ها
	آینده‌نگری به نتایج تحقیقات علمی - پژوهشی	آینده‌نگری دولتمردان در رابطه با کاربردی بودن تحقیقات علمی - پژوهشی
	تخصیص بودجه تحقیق و توسعه	تخصیص بودجه تحقیق و توسعه به دانشگاه توسط دولت
	تخصیص بودجه به صدا و سیما	تخصیص بودجه به صدا و سیما جهت ساخت برنامه‌هایی با مضمون کارآفرینی
	حمایت‌های مالی	حمایت‌های مالی دولتی از صاحبان ایده و کارآفرینان
	کاهش رانت در ورزش	مبارزه با شکل‌گیری رانت‌ها در عرصه‌های ورزشی
	کاهش انحصارگرایی	مبارزه با انحصارگرایی در عرصه‌های ورزشی
	جلوگیری از قاچاق بی‌رویه محصولات ورزشی خارجی به بازار ایران	جلوگیری از قاچاق بی‌رویه محصولات ورزشی خارجی به بازار ایران
	کاهش واردات محصولات ورزشی	کاهش واردات محصولات ورزشی
حمایت از تولید ملی	برندهای ورزشی داخلی	ایجاد برندهای ورزشی ایرانی
	تقویت بازارهای داخلی	تقویت بازارهای داخلی در ارائه محصولات و خدمات ورزشی

حمایت‌های رسانه‌ای	تقویت تسهیلات مالی	ارائه تسهیلات مالی به تولیدکنندگان محصولات ورزشی
	ترویج جو کارآفرینی دانشگاهی	ایجاد جو کارآفرینی دانشگاهی در رسانه‌ها با تبلیغات مستمر در این زمینه
	معرفی کارآفرینان برتر دانشگاهی	ساخت برنامه‌های رسانه‌ای جهت معرفی کارآفرینان برتر دانشگاهی
	مسابقات کارآفرینانه دانشگاهی	تهیه و تدوین برنامه‌هایی با مضمون رقابت در کارآفرینی دانشگاهی
کاهش ریسک سرمایه‌گذاری	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری جهت تبدیل ایده به محصول برای دانشکده در مراکز
	تسریع در روند تجاری‌سازی	تسریع در روند تجاری کردن دستاوردهای پژوهشی
	حمایت از تولیدکنندگان ورزشی	توجه به وجود تولیدکنندگان محصولات ورزشی که تجربه رقابت ندارند
	کمک به شرکت‌های نوپای ورزشی	تداوم حیات شرکت‌های نوپای ورزشی در سال‌های دشوار اولیه



شکل ۱: مدل تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این تحقیق شناسایی عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری بود. در واقع با تعیین این عوامل می‌توان به برقراری ارتباط بین دانشکده‌های علوم ورزشی کشور با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری کمک نمود و زمینه‌های ایجاد اشتغال برای دانشجویان علوم ورزشی و نیز خلق محصولات فناورانه در رشته علوم ورزشی را فراهم کرد. طبق نتایج این تحقیق عوامل درون سازمانی که مربوط به دانشگاه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی است و در واقع از طریق این دو محقق می‌گردد شامل هدایت فرآیند تحقیقاتی، نیازسنجی، برنامه‌ریزی استراتژیک، تقویت زیرساخت‌های حمایتی، مهارت‌های مدیریت کسب و کار، استفاده از فناوری و تکنولوژی، نیروی انسانی متخصص، تعاملات هدفمند، ایجاد بینش مثبت به دانشکده، توانمندشدن دانشکده علوم ورزشی، خلق و توسعه فرصت‌های شغلی ورزشی و علم به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات می‌باشد. باید بیان داشت هدایت دانشجویان رشته علوم ورزشی به سوی تمرکز بر تحقیقات نوآورانه (دلماکور و همکاران، ۲۰۱۸) و ارائه این تحقیقات به مراکز مورد نظر یکی از علت‌های شکل‌گیری این ارتباط است. همانگونه که محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۱) بیان داشته‌اند فرصت‌های کسب و

کارهای کارآفرینانه زیادی در ورزش در قالب سه گروه عمده فرصت‌های خدماتی، ایجاد و فروش و بازاریابی وجود دارد. در واقع پرداختن به نوآوری توسط خود دانشکده‌های علوم ورزشی از طریق ارتباط با مراکز رشد و پارک‌های علوم ورزشی سبب خلق بازارهای بازاریابی جدید محصولات ورزشی، کمک مراکز به جذب بیشتر کارآموزان و فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی در بازار کار و ترغیب شرکت‌های کوچک و متوسط دانش مدار در راستای توسعه بخش خصوصی در ورزش خواهد شد. از طرفی همان‌گونه که رضایی مقدم (۱۳۹۴) بیان نموده است کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده عاملی در ایجاد یک دانشگاه کارآفرین است. از آنجا که اکثریت دانشگاه‌های دولتی و آزاد در کشور مجهز به مرکز رشد و یا پارک‌های علم و فناوری هستند، لذا بخش اعظمی از کمرنگ بودن حضور دانشکده‌های علوم ورزشی در این مراکز مربوط به عوامل دورن سازمانی است. دانشکده‌ای علوم ورزشی باید در فرایندهای تحقیقاتی خود تجدید نظر کنند بدین معنا که فرایندهای مشخصی برای انجام تحقیقات ورزشی در راستای هدایت این تحقیقات به نوآوری و نیز هدایت آنها به مراکز رشد تعریف کنند. لذا بر عهده دانشکده‌های علوم ورزشی است که با توجه به تنوع بالایی که در کالا و خدمات ورزشی (گونزالس و همکاران، ۲۰۱۸) دارند زمینه‌های ترغیب دانشجویان به نوآوری در تحقیقات و تلاش برای خلق محصولات بدیع را فراهم آورند. از طرفی همان‌گونه که محمد کاظمی و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند بین پرداختن به کارآفرینی و شایستگی‌هایی از جمله شایستگی‌های استراتژیک، یادگیری، انگیزه، شخصیت، اخلاق و خانواده‌گرایی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نشان می‌دهد برای خلق کارآفرینی در دانشکده‌های علوم ورزشی خلق استراتژی مبتنی بر توسعه نوآوری، فناوری، کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها، برنامه‌ریزی و تغییر یا بهبود طرز تفکر رؤسا و مسئولان دانشکده‌های علوم ورزشی جزو نخستین گام‌های تحقق کارآفرینی و نوآوری در این دانشکده‌ها خواهد بود. در واقع باید با دیدگاهی استراتژیک و برنامه‌ریزی مبتنی بر آن انگیزه و روح نوآوری و کارآفرینی را در دانشکده‌های علوم ورزشی تزیق نمود.

اما در رابطه با این که چگونه دانشکده‌ها می‌توانند زمینه‌های نوآوری در محصولات خود را شناسایی کنند باید اذعان داشت نیازسنجی کلید این مسئله است. سالانه صدها پایان‌نامه و رساله در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری در دانشکده‌های علوم ورزشی نگارش و دفاع می‌شود اما اکثریت این پایان‌نامه‌ها کاربردی نیستند و یا اگر در مواردی اندک هم کاربردی باشند به محصول (کالا و خدمات) تبدیل نمی‌شوند. لذا در گام دوم برای هدایت دانشکده‌های علوم ورزشی به سمت این مراکز باید به نیازسنجی پرداخت و با توجه به سبک زندگی مردم، خواسته‌های اختصاصی مردم، توجه به نیازهای ورزشی جامعه که تاکنون تأمین نشده است (راتن، ۲۰۱۲)، توجه به مشکلات ورزشی جامعه و مواردی از این دست؛ تحقیقات دانشکده را به سمت حل این مسائل با دیدگاهی نوآورانه سوق داد. زیرا همان‌گونه که پایدار فرد و همکاران (۱۳۹۸) بیان داشته است نوع ایده بر زمینه‌سازی جهت ورود به این مراکز تأثیرگذار است. حبیبی و همکاران (۱۳۹۷) بیان می‌دارد زمینه فعالیت شرکت و افرادی که قصد ورود به این مراکز را دارند با اهمیت است. در واقع به دلیل این که طرح و ایده‌های افراد جهت ورود به این مراکز دآوری می‌شود باید با توجه به نیازسنجی و تفکر به فکر خلق محصولات نوآورانه‌ای بود که مورد توجه این مراکز قرار گیرد. لذا بر عهده مدیریت دانشکده (سیدرات و فریکا، ۲۰۱۸) و عوامل مرتبط به آن خواهد بود که با داشتن یک برنامه استراتژیک مناسب به خلق استراتژی‌های مرتبط با نوآوری در دانشکده بپردازد و توجه همه اعضای دانشکده اعم از معاونین، اعضای هیئت علمی و دانشجویان را به ایده‌پردازی و خلق محصولات نوآورانه جلب کند (گوموسای و بوهن، ۲۰۱۸) و در این راه با تأمین منابع لازم زمینه هدایت دانشجویان و اساتید را به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری فراهم آورد اما این وابسته به این خواهد بود که در وهله اول دانشکده‌های علوم ورزشی رشته خود را به‌عنوان یک رشته کاربردی و سرشار از موقعیت‌های شغلی درک کنند و به اصالت و ارزش این رشته یقین داشته باشند. در این زمینه عنایتی و عالیپور (۱۳۹۳) بیان داشته است داشتن چشم انداز و نیازسنجی رشته‌های مرتبط با علوم انسانی و ارزش‌گذاری‌ها در استقرار رشته‌های علوم انسانی در مراکز رشد دانشگاهی مؤثر است. جهت‌گیری‌های استراتژیک مدیریت (برونل و همکاران، ۲۰۱۲) در رابطه با نوآوری و ایده‌پردازی در دانشکده سبب هدایت آن به سمت و سوی نوآوری و به سرانجام رساندن ایده‌های ورزشی هدایت شود. همان‌گونه که (پیرس، ۲۰۱۹) بیان می‌دارد فرصت‌های شغلی متعددی پیش روی فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی قرار دارد؛ که چنین ارتباطی

با این مراکز و هدایت برنامه‌ریزی استراتژیک مسئولان دانشکده به سمت نوآوری می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد اشتغال در دانشکده گردد.

در زمینه تأمین منابع هم دانشکده‌های علوم ورزشی و هم مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری نقش دارند. دانشکده‌ها باید بتوانند از ظرفیت‌هایی که دارند استفاده بهینه کنند. مراکز دانشگاهی نیز باید خدمات فنی و تخصصی، اداری، تجهیزات، خدمات عمومی و اجاره بها زیر قیمت بازار (لامین و همکاران، ۲۰۱۸)، خود را در اختیار دانشجویان نوآور علوم ورزشی قرار دهد و در واقع به قابلیت‌های نوآورانه دانشکده علوم ورزشی اعتماد کند. از آن جایی که دانشکده‌های علوم ورزشی کمتر با مهارت‌های کسب و کار و بازار آشنا هستند باید با کمک مدیران این مراکز مهارت‌های مدیریت کسب و کار خود را ارتقاء دهند تا دانشجویان و اساتید نوآور ورزشی بتوانند ضمن مدیریت کسب و کار خود با ریسک کمتری به بازار کار وارد شوند و بتوانند منابع تجاری (واسکوز و همکاران، ۲۰۱۶) حاصل از خلق محصولات نوآورانه خود را حفظ و توسعه دهند. اما در راستای تبدیل ایده نوآورانه به محصول مراکز باید بتوانند فناوری (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹) و تکنولوژی‌های مورد نیاز دانشجویان علوم ورزشی خصوصاً در رشته‌های آزمایشگاهی همچون فیزیولوژی و بیومکانیک ورزشی را فراهم آورند و یا اگر این تجهیزات را دارند ضمن آشنا نمودن ایده‌پردازان ورزشی با این تجهیزات آنان را به استفاده از فناوری و تکنولوژی در ایده‌های نوآورانه ورزشی خود ترغیب کنند. در واقع همان‌گونه که محمدکاظمی و همکاران بیان داشته‌اند می‌توان از تأمین مالی جمعی در کسب و کارهای تثبیت شده ورزشی بهره‌گرفت بدین صورت که از طریق تأمین مالی جمعی منابع مالی مورد نیاز جهت ایده‌یابی و انجام مسئولیت اجتماعی و نیز تأمین مالی مستقیم و غیرمستقیم پروژه‌های ورزشی را فراهم نمود. در واقع این سیستم تأمین مالی جمعی که درون هر سازمانی شکل می‌گیرد خود تحت تأثیر اکوسیستم‌های تأمین مالی محیطی قرار دارد و نیازمند تلاش حاکمیت برای تحقق آن است. در واقع تلاش جهت تأمین منابع مالی در درون سازمان و با همکاری حاکمیت در محیط بیرون از سازمان سبب می‌شود بتوانیم به ایده‌های نوآورانه در سازمان‌های ورزشی جامعه عمل پیوشانیم و در این تحقیق این ایده در دانشکده‌های علوم ورزشی با همکاری ریاست دانشگاه و مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری که در جوار دانشگاه هستند قابلیت عملی شدن دارد.

در این میان نیروی انسانی متخصص نیز نقش مهمی ایفا می‌کند. همان‌گونه که پیش‌تر ذکر شد مدیران دانشکده‌های علوم ورزشی نقش مهمی در هدایت دانشجویان و اساتید به این مراکز دارند (یادگار و همکاران، ۱۳۹۸). لذا انتخاب مدیران نوآور در سمت مدیریت دانشکده می‌تواند نقش مهمی در برقراری این ارتباط داشته باشد. همچنین دعوت از مشاوران این مراکز (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۷) به دانشکده و رای‌زنی با آنان جهت تشویق و هدایت اساتید جهت خلق ایده‌های نوآورانه و هدایت دانشجویان به این راه مهم و ضروری است. همان‌گونه که محمدکاظمی و همکاران (۲۰۱۶) اشاره نمودند یادگیری جزو شایستگی‌های مورد نیاز برای کارآفرینی است. لذا بهره‌مندی از مشاوران حرفه‌ای مراکز جهت تبدیل ایده‌های ورزشی به محصول و نیز بهره‌مندی از علم و تجربه اساتید نوآور در هیئت علمی دانشکده جهت آموزش به دانشجویان علوم ورزشی گامی مؤثر در تحقق ایده‌پردازی و نوآوری در این دانشکده‌ها خواهد بود. در واقع این تعاملات هدفمند میان دانشکده و این مراکز نه تنها منجر به تقویت ایده‌پردازی در دانشکده می‌شود بلکه راهی جهت تحقق ایده‌های ورزشی است. بدین منظور می‌توان کارگروهی از متخصصین در دانشکده در نظر گرفت که مسئول برقراری ارتباط با این مراکز است و از طرفی ایده‌های نوآورانه را در دانشکده سازمان‌دهی می‌کند. با تمام این تفاسیر تا زمانی که دیدگاه مراکز رشد به دانشکده‌های علوم ورزشی تغییر نکند، کما این که در حال حاضر اکثر این مراکز علم ورزش را به‌عنوان علمی که قابلیت خلق محصولات نوآورانه بی‌شماری را دارد به رسمیت نمی‌شناسند، باید گفت در وهله اول باید دیدگاه مراکز و حتی جامعه را به دانشکده‌های علوم ورزشی تغییر داد و این بر عهده دانشکده‌های علوم ورزشی خواهد بود که با تبلیغات و معرفی هر چه بیشتر دستاوردهای خود به جامعه و مراکز به ایجاد بینش مثبت به دانشکده‌های علوم ورزشی کمک کنند و با توانمندسازی اساتید و دانشجویان خود

در زمینه ایده‌پردازی و نوآوری، خلق رقابت سازنده و اثبات خود به مراکز جهت حضور در آن، به توانمندشدن هر چه بیشتر دانشکده کمک کند. در این راستا دانشکده‌های علوم ورزشی باید بتوانند به کمک نوآوری دانشجویان خود به خلق بازارهای جدید روی آوردند تا بتوانند با ایجاد نیاز در جامعه و ایده‌پردازی به مراکز راه پیدا کنند. مراکز نیز باید با رسمیت شناختن رشته علوم ورزشی زمینه‌های حضور و ایجاد فرصت‌های شغلی در بازار کار را برای دانشکده‌های علوم ورزشی فراهم سازند و با ترغیب شرکت‌های خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بر ایده‌های نوآورانه ورزشی منجر به خلق شرکت‌های زایشی ورزشی و بهره‌مندی از فرصت‌های تجاری برای دانشکده و دانشگاه شوند.

دیگر نتایج تحقیق نشان داد عوامل برون‌سازمانی شامل قوانین حمایتی از نوآوری، دوراندیشی و ثبات در تدوین راهبردها، حمایت مالی دولتی، مبارزه با مافیای ورزشی، حمایت از تولید ملی، حمایت‌های رسانه‌ای و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری مؤثر بر ایجاد ارتباط بین دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری هستند. در عوامل بیرون سازمانی باید بیان داشت دوراندیشی و ثبات در تدوین راهبردهای مرتبط با سیاست‌گذاری‌های علمی - پژوهشی دانشگاه‌ها (دلاماکور و همکاران، ۲۰۱۸) در کشور در چند سال اخیر بسیار مورد توجه بوده است و طی آن دولتمردان را به آینده‌نگری در رابطه با تحقیقات علمی - پژوهشی دانشگاهی سوق داده است. در این راستا ایجاد قوانین حمایتی از نوآوری (راتن، ۲۰۱۲) از جمله قوانین الزام‌آور جهت نوآوری از سوی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به دانشگاه‌ها ابلاغ شده است. چنین قوانینی دانشکده علوم ورزشی را مجاب می‌کند تا قوانین و مقررات رسمی را در راستای تجاری‌سازی ایده‌های خلاقانه دانشجویان و اساتید به کار گیرد و در واقع یک نیرو محرکه برای انجام این کار در دانشکده خواهد بود زیرا این قوانین ابلاغی شامل بخشنامه‌هایی در رابطه با توسعه محصولات دانشگاهی از طریق کارآفرینی است و بر تبدیل ایده بر محصول تأکید دارد. همچنین در این قوانین مستثنی بودن شرکت‌های دانشگاهی مستقر در مراکز از قانون کار «قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۲۰۲۰)؛ مواد ۲۱ و ۴۸» بیان شده است که به دانشجویان دانشکده کمک می‌کند تا بدون نگرانی از پرداخت اجاره بها، مالیات و مواردی از این دست به ایده‌پردازی و خلق محصول بپردازند. همچنین حمایت‌های مالی (قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ مواد ۲۱ و ۴۸) که در این زمینه وجود دارد می‌تواند به تسهیل ارتباط بین دانشکده و مراکز کمک کند. تخصیص بودجه تحقیق و توسعه به دانشگاه توسط دولت و حمایتی که دولت از صاحبان ایده و کارآفرینان در ایران دارد و نیز بودجه‌ای که صرف ساخت برنامه‌هایی با مضمون کارآفرینی در رسانه می‌شود همه و همه حمایت‌های مالی است که می‌تواند کمی از مشکلات و موانع ارتباط بین دانشکده و مراکز را کاهش دهد و زمینه‌ساز حضور دانشکده‌های علوم ورزشی در مراکز گردد، اگر چه افراد مورد مصاحبه در این تحقیق بیان داشته‌اند این حمایت‌ها به اندازه کافی نیست و می‌بایست بودجه تحقیق و توسعه و نیز حمایت از صاحبان ایده و کارآفرینان بیشتر باشد اما همین میزان می‌تواند نقطه قوتی برای دانشکده‌های علوم ورزشی باشد تا به ایده‌پردازی و نوآوری روی آورند.

از دیگر اقدامات دولت ایران که می‌تواند زمینه‌ساز برای هدایت دانشکده‌های علوم ورزشی به سمت این مراکز باشد حمایت از تولیدات داخلی از طریق کاهش واردات و ایجاد برندهای ورزشی داخلی و کمک به تولیدکنندگان داخلی است. همچنین در این راستا مبارزه با مافیای ورزشی نیز صورت گرفته است که مبارزه با قاچاق محصولات ورزشی یکی از این اقدامات می‌باشد. در این زمینه مبارزه با شکل‌گیری رانت در عرصه‌های ورزشی کشور، مبارزه با انحصارگرایی تا حدودی انجام شده است اما نیاز به تلاش و رسیدگی بیشتری دارد اما در زمینه جلوگیری از قاچاق بی‌رویه محصولات ورزشی خارجی به بازار ایران، تاکنون تلاش‌های زیادی صورت رفته است و ما امروزه شاهد حمایت از تولید داخلی با ایجاد برندهای ورزشی ایرانی و تقویت بازارهای داخلی در ارائه محصولات و خدمات ورزشی برندهای ورزشی مختلفی خصوصاً در رابطه با پوشاک ورزشی در کشور هستیم. از طرفی در شکل‌گیری ارتباط دانشکده و مراکز حمایت‌های رسانه‌ای نیز نقش بسزایی دارند که حتی می‌توانند به دانشکده‌های علوم ورزشی در معرفی هرچه بیشتر بهتر محصولات خود کمک کنند. با حمایت‌های مالی دولت که پیشتر بیان

کردیم رسانه‌های داخلی برنامه‌های متنوعی در رابطه با ایجاد جو کارآفرینانه (چاندوری، ۲۰۱۱) در دانشگاه‌ها، معرفی کارآفرینان برتر و نیز برنامه‌های رقابتی در کارآفرینی دانشگاهی تهیه و پخش می‌کنند که این به‌عنوان یک تلنگری است که می‌تواند دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ورزشی را به سمت مراکز سوق دهد. در واقع در چند سال اخیر رسانه به‌صورت جدی به معرفی کارآفرینی، استارت‌آپ و نوآوری روی آورده است. لذا می‌تواند با ساخت برنامه‌های رسانه‌ای جهت معرفی کارآفرینان برتر ورزشی در تهیه و تدوین برنامه‌هایی با مضمون رقابت در کارآفرینی ورزشی به‌صورت اختصاصی به موضوع ورزش بپردازد و دانشجویان و اساتید این رشته را زمینه‌های کارآفرینی در ورزش جهت ایده‌پردازی آشنا سازد. دیگر عامل برون سازمانی تأثیرگذار کاهش ریسک سرمایه‌گذاری است دولت باید این اطمینان را به ایده‌پردازان و سرمایه‌گذاران بدهد که ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش دهد از طریق کاهش واردات و قاچاق محصولات ورزشی، از طریق تسریع در روند تجاری کردن دستاوردهای پژوهشی و نیز حمایت از تولیدکنندگان ورزشی داخل کشور. همچنین دولت باید با دادن تسهیلات ویژه به این مراکز (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۷) کمک کند تا تداوم حیات شرکت‌ها نوپای ورزشی در سال‌های دشوار اولیه ورود به بازار با مشکلات مواجه نشود و با دادن تسهیلات و تخفیفات ویژه مالیاتی، بیمه و وام‌های بلاعوض مشوق ایده‌پردازی و هدایت همه دانشکده‌ها از جمله دانشکده‌های علوم ورزشی به سمت این مراکز شود. علی‌رغم تلاش‌هایی که در چند سال اخیر مبنی بر برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی به دانشجویان علوم ورزشی صورت گرفته است اما تاکنون هنوز اکثریت دانشجویان با مباحث ایده‌پردازی، نوآوری، استارت‌آپ و... بیگانه هستند. این نشان می‌دهد روند هدایت تحقیقاتی این دانشکده باید سمت و سوی تازه در راستای تربیت دانشجویان نوآور تغییر پیدا کند. لذا علت را باید در اساس و پایه که همان دانشکده و آموزش‌های دانشکده است، جویا شد. به نظر می‌رسد برای تحقق این ارتباط بین دانشکده و مراکز، باید کمی به عقب برگشت و در انتخاب مدیران ورزشی در رأس کشور، وزارت علوم و آموزش و پرورش تجدید نظر نمود. در ایران کمترین ساعت درسی به ورزش اختصاص دارد. چنین بی‌اهمیت انگاشتن ورزش از سنین کودکی سبب می‌شود نه تنها دانش‌آموز بلکه جامعه اهمیت چندانی به ورزش به‌عنوان یک علم ندهند. نتیجه چنین سیاست‌هایی سبب شده امروزه در دانشگاه‌ها مدیران مراکز، دانشکده علوم ورزشی و دستاوردهای علمی آن را به رسمیت نشناسند و اصولاً بر این باورند که دانشجویان این دانشکده قادر به نوآوری و خلق محصول نیستند. اما اگر دانشکده‌ها بتوانند ضمن بازنگری در محتوای آموزشی خود با کمک مدیران رده بالاتر دانشجویان را تشویق کنند که به سمت ایده‌پردازی روی آوردند می‌توان شاهد خلق ایده‌های ورزشی زیادی در دانشکده‌های علوم ورزشی باشیم. در این راه می‌توان با حمایت مالی از پایان‌نامه‌های نوآورانه دانشجویی سبب تشویق دانشجویان شد. از طرفی ارتباط و حمایت هرچه بیشتر پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی در کشور ایران با دانشکده‌ها می‌تواند به رشد و پرورش بیشتر ایده‌ها و هدایت آنان به سمت مراکز کمک کند. همچنین استقرار یک پایگاه‌های اطلاعاتی که وضعیت صنعت ورزش در کشور ایران، جهت بازاریابی استارت‌آپ‌های ورزشی را نشان می‌دهد می‌تواند هم به ایده‌پردازان دانشگاهی و تازه‌کار و هم مراکز جهت سرمایه‌گذاری‌هایی با ریسک کم کمک کند. در حال حاضر آینده برای ایده‌های ورزشی و این که آیا این ایده بازاری خواهد داشت یا خیر در کشور ایران مبهم است و این یک مانع بزرگ بر سر راه اسپانسرها و بخش خصوصی جهت حمایت از ایده‌های ورزشی است. با در نظر گرفتن عواملی درون و برون سازمانی که پیش‌تر بیان شد می‌توان ارتباط بین دانشکده با مراکز را برقرار نمود و شاهد خلق محصولات نوآورانه در ورزش و خلق ثروت و اشتغال و نیز بهبود کیفیت زندگی جامعه بود. همان‌گونه که مرادی و همکاران (۱۳۹۷) بیان داشته‌اند در کشورهای فقیر میل به کسب ثروت و ترس از آینده مالی و در مضیقه مالی بودن افراد را به کارآفرینی ترغیب می‌نماید. کشور ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه و نیز جمعیت جوان و مشکلات اشتغال‌زایی برای آنان به شدت نیازمند توسعه کارآفرینی است که از طریق برقراری ارتباط بین دانشکده‌ها با این مراکز تا حد زیادی این نیاز مرتفع می‌گردد.

پیشنهادات برخاسته از تحقیق

نتایج این تحقیق اگرچه در کشور ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه به‌دست آمده است؛ اما رای‌زنی با همکاران این مقاله که از کشورهای اسپانیا و چین هستند نشان داد که این دغدغه در بخش ورزش این کشورها نیز وجود دارد؛ لذا پیشنهاد می‌شود این تحقیق به‌صورت مقایسه‌ای با دیگر کشورها نیز انجام شود تا بتوان موانع توسعه ایده‌های نوآورانه ورزشی در دیگر کشورها را مشخص نمود و از تجربیات آنان در این زمینه بهره برد. با مرور نتایج حاصل از این تحقیق می‌توان به این نتیجه رسید که بسترهای ارتباط بین دانشکده‌های علوم ورزشی با انکوباتورها و پارک‌های علم و فناوری در کشور ایران مهیا می‌باشد و حتی این مراکز در اکثریت دانشگاه‌های ایران مشغول به فعالیت هستند اما این که چرا تاکنون دانشکده‌های علوم ورزشی به این مراکز ورود پیدا نکرده‌اند، مربوط به عوامل مداخله‌گری است که باید در تحقیقات آتی بیشتر بدان پرداخته شود. همان‌گونه که نتایج این تحقیق و تحقیقات گذشته نشان می‌دهند، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری با فراهم نمودن امکانات و خدمات مورد نیاز افراد به آنها کمک می‌کنند تا ایده‌های خود را به محصول تبدیل کنند؛ اما باز هم نوعی بی‌میلی برای حضور در این مراکز وجود دارد؛ و یکی از دلایل آن، این می‌باشد؛ که صاحبان ایده تمایل و اعتمادی برای به اشتراک گذاشتن ایده خود و راه‌های عملی نمودن آن را ندارند؛ از طرفی افرادی که وارد این مراکز می‌شوند؛ ممکن است با چالش توانایی کار تیمی و نحوه مدیریت صحیح وظایف در تیم مواجهه شوند (مک آدام و مک آدام، ۲۰۰۸). لذا تحقیقات آینده می‌تواند بر ویژگی‌های روانشناختی دانشجویان علوم ورزشی در این زمینه متمرکز شود تا بتوان با علم روانشناسی در ورزش دانشجویانی با روحیه کارآفرینی، استقلال‌طلبی و ریسک‌پذیر تربیت نمود. از طرفی با توجه به دیگر نتایج این تحقیق و نقش دیگر ارگان‌ها در شکل‌گیری ارتباط دانشکده با مراکز و نیز همان‌گونه که راتن (۲۰۱۲) در بررسی کارآفرینی در ورزش بیان می‌کند که توسعه کارآفرینی در ورزش تحت تأثیر عواملی همچون مسائل حاکمیتی، عوامل محیطی، تغییر شیوه‌های تحقیق و روی آوردن به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در ورزش، توجه به عرصه‌های بین‌المللی و نحوه کارآفرینی آنان، توجه به نیازهای ورزشی سازمان‌ها و نوآوری در راستای رفع آن، عوامل سازمانی و عوامل فردی می‌باشد؛ دانشکده‌های علوم ورزشی می‌توانند از نتایج این تحقیق برای تولید محصولات نوآورانه خود استفاده کنند. این دانشکده‌ها می‌توانند با شناسایی و تقویت نقاط قوت خود به‌عنوان عوامل درون سازمانی و استفاده از امکانات دانشگاه و مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری به اشتغال‌زایی و تولید ثروت بپردازند. در این راه علاوه بر تمرکز بر منابع و قوت‌های داخلی دانشگاه باید از فرصت‌ها و بسترها، تسهیلات و امکاناتی که دولت در اختیار آنها می‌گذارد به‌عنوان عوامل برون‌سازمانی آگاه باشند و بتوانند با استفاده از کمک‌ها و حمایت‌های دولت به خلق محصولات نوآورانه بپردازند. در عین حال دانشکده‌های علوم ورزشی باید موانعی که بر سر راه ارتباطشان با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری وجود دارد را بشناسند و برای برطرف کردن آن اقدام کنند. بخشی از عوامل مداخله‌گر که مانع ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌شود مربوط به خود دانشکده‌های علوم ورزشی است و شامل مواردی مانند فقدان آموزش‌های کارآفرینانه است. در واقع بین آموزش در ورزش و نیاز مدیران شرکت‌های ورزشی به این علم یک شکاف وجود دارد، به همین دلیل دانشکده‌های علوم ورزشی باید افراد نوآور در زمینه ورزش تربیت کنند تا بتوانند هدایت فرآیندهای تحقیقاتی و آموزش و تربیت نیروی متخصص را محقق سازند. همان‌گونه که راتن (۲۰۱۸) بیان نموده است، نیاز به تغییراتی در آموزش رشته علوم ورزشی هست تا تأکید بیشتری بر آموزش کارآفرینی داشته باشد. از طرفی بخش اعظمی از عوامل برون‌سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با این مراکز مربوط به دولت و سیاست است به همین دلیل پیشنهاد می‌شود کشورها برای داشتن محصولات نوآورانه ورزشی، از مدیران ورزشی کارآفرین در سمت ریاست ورزش کشور خود بهره گیرند. همچنین دولت‌ها می‌توانند ضمن آگاهی از موانعی که ممکن است بر سر راه نوآوری در ورزش قرار گیرد مانند قاچاق محصولات ورزشی و یا وجود مافیای ورزشی برنامه‌ریزی بهتری برای رفع این موانع و هدایت هرچه بیشتر دانشکده‌های علوم ورزشی به سوی

نوآوری و نیز در نهایت هدایت آنان به سوی ارتباط با این مراکز داشته باشند. باید بیان داشتن مهارت‌های کارآفرینی ورزشی بسیاری، مورد نیاز و توجه کارفرمایان است (پیرس، ۲۰۱۹) و فرصت‌های شغلی زیادی برای رشته علوم ورزشی وجود دارد، به همین دلیل دانشکده‌های علوم ورزشی می‌توانند با تجدید نظر در شیوه آموزش خود و توجه به بسترها و عوامل اثرگذار بر برقراری این ارتباط، به تولید محصولات نوآورانه بپردازند، تا ضمن اشتغال‌زایی و ثروت آفرینی، به رفاه و سلامت جامعه و اقتصاد کشور نیز کمک کنند. پیشنهاد می‌گردد تحقیقات آتی به ارائه استراتژی‌هایی مبنی بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری بپردازد. همچنین پیشنهاد می‌گردد یک تحقیق کیفی در رابطه با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری که محصولات نوآورانه ورزشی چه در زمینه کالا و چه خدمات ارائه می‌دهند انجام شود و در آن مسیر و نیز تجارب مفید در راه تبدیل ایده ورزشی به محصول نشان داده شود.

منابع

- پایدارفرد، داود؛ احمدپور داریانی، محمود؛ میرسپاسی، ناصر؛ رحیمی نیک، اعظم (۱۳۹۸). «ارائه الگوی استراتژی اثربخش جذب واحدهای نوپا در مراکز رشد ایران»، مجله مدیریت بهره‌وری، شماره ۴۹: ۲۱۴-۱۹۵.
- حبیبی، روزبه؛ اصغری، زهرا؛ جعفری، کامران (۱۳۹۷). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه مراکز رشد واحدهای فناوری دانشگاه (مطالعه موردی: مرکز رشد واحدهای فناوری دانشگاه گیلان)» مجله رشد فناوری، شماره ۱۴: ۹-۱.
- سادات واقفی نظری، راحله؛ فراهانی، ابوالفضل؛ اسد، محمدرضا؛ خدادادی، محمد رسول (۱۳۹۴). «انتظارات شغلی دانشجویان تربیت بدنی از دیدگاه شغلی و شغل آنها در دانشگاه‌های آزاد تهران»، مجله مدیریت ورزش، شماره ۷: ۱۷۵-۱۸۹.
- سعیدی، الهام؛ کهندل، مهدی؛ زارعی، علی؛ خدیاری، عباس (۱۳۹۹). «تأثیر مدل ذهنی بر نوآوری باز در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران با نقش میانجی مدیریت استعداد»، مجله پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، شماره ۱۹: ۱۶۷-۱۵۵.
- سیدعامری، میرحسن؛ عباسی، همایون؛ جمشیدی، عزت‌الله (۱۳۹۸). «تبیین اثر ظرفیت جذب، حکمرانی سازمانی و سایش اجتماعی بر رفتار نوآورانه کارکنان وزارت ورزش و جوانان ایران»، مجله پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، شماره ۱۷: ۱۷-۱.
- شاهدهی، مانا (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی فرآیندهای مدیریت تکنولوژی در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در مراکز رشد فناوری (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان مستقر در مرکز رشد و کارآفرینی دانشگاه صنعتی امیرکبیر)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت گرایش انتقال تکنولوژی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- عظیمی دلارستانی، عادل (۱۳۹۴). طراحی مدل کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی، پایان نامه دکتری، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شمال.
- عنایتی، ترانه؛ عالی‌پور، علیرضا (۱۳۹۳). «پیشنهاد مدل مراکز رشد زایشی علوم انسانی دانشگاهی حرکت به سمت دانشگاه‌های نسل چهارم»، مجله نشریه رشد و فناوری، شماره ۳۹: ۲۸-۲۰.
- غفاری، حسن؛ آهنگ، فرحناز؛ ریسی، ابوبکر؛ شاهیکی، تاش ماهیم (۱۳۹۹). «تأثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در شرکت‌های در حال رشد پارک علم و فناوری زاهدان»، مجله رشد فناوری، شماره ۱۶: ۲۲-۱۲.
- میرغفوری، حبیب‌الله؛ صایادی تورانلو، حسین و همکاران (۱۳۹۲). «رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقا نوآوری در شرکت‌های وابسته به مراکز رشد با استفاده از تکنیک TOPSIS فازی؛ مطالعه موردی پارک علم و فناوری یزد»، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، شماره ۹: ۱۹-۲۹.
- وطن‌خواه، نسیم؛ رضائی‌مقدم، کورش (۱۳۹۴). «مؤلفه‌ها و موانع ایجاد دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان عضو و غیرعضو تعاونی دانشجویی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز، مجله تعاون و کشاورزی، شماره ۱۵: ۴۰-۱۷.
- یادگاری، رضا؛ عباسی، ابراهیم؛ اشرفی مجید؛ آزما فریدون (۱۳۹۸). «تأثیر خصوصیات کارآفرینی مدیران بر رفتار نوآورانه با نقش میانجی مطالعه تفکر انتقادی در شرکت‌های دانش بنیان (مطالعه موردی: مراکز توسعه واحدهای فناوری دانشگاه آزاد اسلامی)»، مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، شماره ۹: ۷۹-۵۳.
- Albahari, A., Barge-Gil, A., Pérez-Canto, S., & Modrego, A. (2018). "The influence of science and

- technology park characteristics on firms' innovation results". *Papers in regional science*, 97: 253-279.
- Boni, A., & Calabuig, C. (2017). "Education for global citizenship at universities: Potentialities of formal and informal learning spaces to foster cosmopolitanism. *Journal of Studies in International Education*", 21: 22-38.
 - Choudhury, Puyel Sen. (2011). "Media in Development communication". *Media Journal-Indian*, 2.
 - Creswell, J. W., & Poth, C. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications. Thousand Oaks, CA.
 - Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). "Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil". *Technological Forecasting and Social Change*, 135: 99-111.
 - De Schepper, J., & Sotiriadou, P. (2018). "A framework for critical reflection in sport management education and graduate employability". *Annals of Leisure Research*, 21(2): 227-245.
 - Eurostat, N. (2008). *Rev. 2-statistical classification of economic activities in the European community*. Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg.
 - Eveleens, C. P., Van Rijnsoever, F. J., & Niesten, E. M. (2017). "How network-based incubation helps start-up performance: a systematic review against the background of management theories". *The Journal of Technology Transfer*, 42: 676-713.
 - González-Serrano, M. H., Moreno, F. C., & Hervás, J. C. (2018). "Sport management education through an entrepreneurial perspective: Analysing its impact on Spanish sports science students". *The International Journal of Management Education*. 8: 115-123.
 - Guerrero, M., Urbano, D., Cunningham, J., & Organ, D. (2018). "Entrepreneurial universities in two European regions: A case study comparison". *The journal of technology Transfer*, 39: 415-434.
 - Gümüşay, A. A., & Bohné, T. M. (2018). "Individual and organizational inhibitors to the development of entrepreneurial competencies in universities". *Research Policy*. 47: 363-378.
 - Hemme, F., Morais, D. G., Bowers, M. T., & Todd, J. S. (2017). "Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry". *Sport management review*, 20: 92-104.
 - Klofsten, M., Lundmark, E., Wennberg, K., & Bank, N. (2020). "Incubator specialization and size: Divergent paths towards operational scale". *Technological Forecasting and Social Change*, 151: 119821.
 - Kusharsanto, Z. S., & Pradita, L. (2016). "The important role of science and technology park towards Indonesia as a highly competitive and innovative nation". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 227: 545-552.
 - Lamine, W., Mian, S., Fayolle, A., Wright, M., Klofsten, M., & Etzkowitz, H. (2018). "Technology business incubation mechanisms and sustainable regional development". *The Journal of Technology Transfer*, 43: 1121-1141.
 - Lecluyse, L., Knockaert, M., & Spithoven, A. (2019). "The contribution of science parks: A literature review and future research agenda". *The Journal of Technology Transfer*, 44: 559-595.
 - Lindsey, I., & Darby, P. (2019). "Sport and the Sustainable Development Goals: Where is the policy coherence?" *International Review for the Sociology of Sport*, 54: 793-812.
 - Mahony, D. F., & Howard, D. R. (2001). "Sport business in the next decade: A general overview of expected trends". *Journal of sport management*, 15: 275-296.
 - Manzenreiter, W. (2005). "The business of sports in a globalising world. Paper presented at the United Nations University Global Seminar", *Sport and Physical Education-Peace, Exchange and Development*, Gonowan, Okinawa.
 - McAdam, M., & McAdam, R. (2008). "High tech start-ups in University Science Park incubators: The relationship between the start-up's lifecycle progression and use of the incubator's resources". *Technovation*, 28: 277-290.
 - Mohammadkazemi, R., Rasekh, N., & Navid, M. (2016). "The effect of entrepreneurial competencies on innovation: A case study of professional sport clubs". *International Business Research*, 9: 57-64.
 - Pierce, D. (2019). "Analysis of sport sales courses in the sport management curriculum. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 24: 17-29.
 - Pitts, B., & Stotlar, D. (2002). *Foundations of Sport Marketing*. In: Morgantown, WV: Fitness Information Technology.
 - Popp, N., Simmons, J., & McEvoy, C. (2017). "Sport ticket sales training: Perceived effectiveness and impact on ticket sales results". *Sport Marketing Quarterly*, 26: 99-109.
 - Ratten, V. (2012). "Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research". *International journal of entrepreneurial venturing*, 4: 65-76.
 - Ratten, V., & Jon Eveleens es, P. (2018). "Future research directions for sport education: Toward an entrepreneurial learning approach". *Education + Training*, 60: 490-499.
 - Salvador, D. S., Toboso-Chavero, S., Nadal, A., Gabarrell, X., Rieradevall, J., & da Silva, R. S. (2019).

- “Potential of technology parks to implement Roof Mosaic in Brazil”. *Journal of Cleaner Production*, 235: 166-177.
- Sidrat, S., & Frikha, M. A. (2018). “Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university”. *The Journal of High Technology Management Research*, 29: 27-34.
 - Sidrat, S., & Frikha, M. A. (2018). “Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university”. *The Journal of High Technology Management Research*, 29(1): 27-34.
 - Soetanto, D., & van Geenhuizen, M. (2019). “Life after incubation: The impact of entrepreneurial universities on the long-term performance of their spin-offs”. *Technological Forecasting and Social Change*, 141: 263-276.
 - Stal, E., Andreassi, T., & Fujino, A. (2016). “The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. *RAI Revista de Administração e Inovação*”, 13(2): 89-98.
 - Statistical Center of Iran (2020). “The unemployment rate”. [https://www.amar.org.ir.\(persion\)](https://www.amar.org.ir.(persion)).
 - Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Sage publications*.
 - Sun, S. L., Zhang, Y., Cao, Y., Dong, J., & Cantwell, J. (2019). “Enriching innovation ecosystems: The role of government in a university science park”. *Global Transitions*, 1: 104-119.
 - Svensson, P. G., & Hambrick, M. E. (2019). “Exploring how external stakeholders shape social innovation in sport for development and peace”. *Sport management review*, 22(4): 540-552.
 - Svensson, P. G., Andersson, F. O., Mahoney, T. Q., & Ha, J.-P. (2020). “Antecedents and outcomes of social innovation: A global study of sport for development and peace organizations”. *Sport management review*, 23(4): 657-670.
 - Tola, A., & Contini, M. V. (2015). “From the diffusion of innovation to tech parks, business incubators as a model of economic development: the case of “Sardegna Ricerche”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 176: 494-503.
 - Van Rijnssoever, F. J. (2020). “Meeting, mating, and intermediating: How incubators can overcome weak network problems in entrepreneurial ecosystems”. *Research Policy*, 49(1): 103884.
 - Vásquez-Urriago, Á. R., Barge-Gil, A., & Rico, A. M. (2016). “Science and technology parks and cooperation for innovation: Empirical evidence from Spain”. *Research Policy*, 45(1): 137-147.
 - Vásquez-Urriago, Á. R., Barge-Gil, A., & Rico, A. M. (2016). “Which firms benefit more from being located in a Science and Technology Park? ” Empirical evidence for Spain. *Research Evaluation*, 25(1): 107-117.
 - Wakkee, I., van der Sijde, P., Vaupell, C., & Ghuman, K. (2019). “The university's role in sustainable development: Activating entrepreneurial scholars as agents of change”. *Technological Forecasting and Social Change*, 141: 195-205.
 - Wonglimpiyarat, J. (2016). “The innovation incubator, university business incubator and technology transfer strategy: The case of Thailand”. *Technology in Society*, 46: 18-27.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

الماسی، سمانه؛ عیدی، حسین؛ عباسی، همایون؛ فروغی، بهزاد؛ گارسیا فرناندز، جرونیمو (۱۴۰۰). «شناسایی عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر ارتباط دانشکده‌های علوم ورزشی با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱۱ (۲۲): ۱۶۱-۱۸۰.