

نقش میانجی‌گری مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی در تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد و خودکامیابی راه‌اندازی کسب و کار ورزشی

محمدرسول خدادادی^{۱*}، حکیمه متفکری^۲، باقر سلیمانی^۳

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز

۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

۳. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه جامع امام حسین (ع)

تاریخ دریافت: (۹۷/۰۱/۲۵) تاریخ پذیرش: (۹۸/۰۲/۱۸)

The Effect of Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention and self- fulfillment with the mediating role of entrepreneurial skills

M. R. Khodadadi^{1*}, H. Motefakeri², B. Soleimani³

1. Assistant Professor of Sport Management, University of Tabriz

2. M.A in Sport Management

3. M.A in Educational Management, Imam Hussein University

Received: (2018 April 14)

Accepted: (2019 May 18)

Abstract

The aim of this study is to research the effect of individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial intention and self-fulfillment with the mediating role of entrepreneurial skills. The statistical population of the study is the master's degree students of sport sciences in the universities of the country. Using random cluster sampling, 364 students were selected. To collect data four standard questionnaires was used. After translation and re-translation of the questionnaires, all of the four questionnaires were reviewed by the experts of sport management to ensure the formal and content validity. For reliability of questionnaires, Cronbach's alpha coefficient test was used and reliability of entrepreneurship orientation 0.84, entrepreneurship intention 0.79, entrepreneurship skills 0.90 and self-censorship questionnaire 0.87 was achieved. Data analysis was performed using SPSS version 20 and Amos software. Findings show that the extracted values for entrepreneurial orientation pathways and entrepreneurial skills (0.57), entrepreneurial skills and entrepreneurial intention (0.61) were significant ($p < 0.05$). Also, the extracted values for entrepreneurial orientation and entrepreneurial skills (0.57), entrepreneurial skills and self-cognitive skills (0.25) were significant ($p < 0.05$). Finally, educational departments can increase the entrepreneurial motivation, along with the strengthening of entrepreneurial skills, to create self-orientation and entrepreneurial intention in sport science students.

Keywords

Entrepreneurial Orientation, entrepreneurial skills, self-fulfillment, entrepreneurial intention

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه و خودکامیابی راه‌اندازی کسب و کار ورزشی با در نظر گرفتن نقش میانجی مهارت‌های کارآفرینانه است. جامعه آماری پژوهش دانشجویان کارشناسی ارشد علوم ورزشی دانشگاه‌های کشور می‌باشند. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای تعداد ۳۶۴ نفر از دانشجویان انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از چهار پرسشنامه استاندارد جهت‌گیری کارآفرینی، قصد کارآفرینی، مهارت‌های کارآفرینی و خودکامیابی استفاده شد. بعد از ترجمه و ترجمه مجدد پرسشنامه‌ها، برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی هر چهار پرسشنامه از نظرات متخصصان مدیریت ورزشی و برای پایایی پرسشنامه‌ها از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌های جهت‌گیری ۰/۸۴، قصد ۰/۷۹، مهارت‌های کارآفرینی ۰/۹۰ و پرسشنامه خودکامیابی ۰/۸۷ بدست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نسخه ۲۰ نرم‌افزار SPSS و Amos انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، مقادیر استخراج شده برای مسیرهای جهت‌گیری کارآفرینانه و مهارت‌های کارآفرینانه (۰/۵۷)، مهارت‌های کارآفرینانه و قصد کارآفرینی (۰/۶۱) معنی‌دار بودند ($p < 0/05$). همچنین مقادیر استخراج شده برای مسیرهای جهت‌گیری کارآفرینانه و مهارت‌های کارآفرینانه (۰/۵۷)، مهارت‌های کارآفرینانه و خودکامیابی (۰/۲۵) معنی‌دار بودند ($p < 0/05$). در نهایت این‌که گروه‌های آموزشی می‌توانند با بالا بردن انگیزه کارآفرینی به همراه تقویت مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینی، زمینه خودکامیابی و قصد کارآفرینی را در دانشجویان علوم ورزشی بوجود آورند.

کلید واژه‌ها

جهت‌گیری کارآفرینانه، مهارت‌های کارآفرینانه، خودکامیابی، قصد کارآفرینانه.

*Corresponding Author: ???????

E-mail: ???????

* نویسنده مسئول: محمدرسول خدادادی

مقدمه

در جهان رقابتی امروز سازمان‌ها و جوامعی موفق هستند که قادر به بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش در جهت ارتقاء و تربیت منابع انسانی باشند، چرا که دیگر مواد اولیه، زمین و سایر مواد طبیعی منبع مهم و اساسی به شمار نمی‌روند و تضمین حیات و تداوم بقای جوامع، نیازمند استفاده بهینه از نیروی کار فعال، بخصوص نیروی نخبه و کارآفرین می‌باشد. برخلاف گذشته، ثروتمندترین مردم افراد دانش‌مدار و کارآفرین می‌باشند که پیشه‌ی آن‌ها کارآفرینی است. اگر به روند رشد و توسعه جهانی توجه داشته باشیم در می‌یابیم که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود. به همین منظور است که کارآفرینی را یکی از مولفه‌های رشد همه سازمان‌ها عنوان کرده‌اند (استیون و همکاران، ۲۰۱۱). صنعت ورزش نیز از این قاعده مستثنی نیست، ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تامین سلامت و نشاط جامعه می‌باشد، که بر بهره‌وری ملی و در نتیجه بر رونق اقتصادی کشور تاثیر مثبت می‌گذارد. صنعت ورزش در کشور ما در حال تحول و رو به توسعه است و همین تحرک می‌تواند زمینه‌های مناسبی برای فعالیتهای کارآفرینانه در کنار ورزش میسر سازد (زارع و همکاران، ۱۳۸۶).

به‌طور کلی کارآفرینی فرایند خلق پدیده‌ای جدید و باارزش است که از طریق راه‌اندازی یک کسب‌وکار و با اختصاص دادن زمان و تلاش مورد نیاز و نیز با در نظر گرفتن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی به منظور رسیدن به رضایت شخصی، پاداش‌های مالی و ارضای نیاز استقلال‌طلبی صورت می‌گیرد (فیض‌بخش و عبداللهی، ۱۳۸۹). تصمیم‌گیری برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و به تعبیری قصد کارآفرینی، یکی از مهمترین مراحل توسعه رفتارها و اقدامات کارآفرینی است. گارتنر و وسپر^۲ (۱۹۹۴) مشاهده کردند که کارآفرینی می‌تواند به عنوان فرایندی تصور شود که در طول زمان اتفاق می‌افتد. در این فرایند، قصد کارآفرینانه اولین گام اصلی در فرایند آغاز است که روش ایجاد کسب‌وکار در آینده را به جلو سوق می‌دهد. قصد کارآفرینانه بیانگر کوششی است که فرد برای انجام دادن رفتار کارآفرینی در آینده انجام می‌دهد. هر رفتاری از جمله کارآفرینی به برنامه‌ریزی‌هایی نیاز دارد که می‌توان آن را از طریق قصد و نیت پیش‌بینی کرد (آجنز^۳، ۱۹۹۱). محققان قصد کارآفرینی را از پیش‌بینی‌کننده‌های بسیار قوی در توسعه رفتار کارآفرینانه و

به نوعی مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار فرد دانسته‌اند (کریمی، ۱۳۹۵). از این‌رو، بخش مهمی از مبانی نظری و مطالعات تجربی در حوزه کارآفرینی به چگونگی شکل‌گیری تصمیم افراد برای کارآفرینی و توسعه رفتارهای کارآفرینانه آنها اختصاص یافته است.

باید توجه داشت که شروع و یا تلاش برای مالکیت یک کسب و کار شخصی چیزی نیست که ناگهان اتفاق بیفتد بلکه حاصل یک فرایند جستجو و تحقیق است که هدف کارآفرینانه را رهبری و تعیین می‌کند. فرد یا افرادی که قصد راه‌اندازی سازمانی را دارند دارای نگرش‌ها، علایق، ارزش‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی هستند (لی و وانگ^۴، ۲۰۰۴). آثار و تحقیقات قابل ملاحظه‌ای وجود دارد که در جهت تحقیق در مورد عواملی که منجر به هدف کارآفرینی می‌شود انجام شده‌اند (لینان و همکاران^۵، ۲۰۰۷). این مطالعات تجربی، ویژگی‌ها و مهارت‌های فردی مشخصی را در میان کارآفرینان در حال ظهور شناسایی کرده‌اند. این ویژگی‌ها به عنوان تاثیر کلیدی بر قصد کارآفرینانه دیده شده‌اند. از دیدگاه لامپکین و دس^۶ (۱۹۹۶)، جهت‌گیری کارآفرینانه می‌تواند به عنوان ویژگی‌های روانی، ارزش‌ها و نگرش‌هایی تلقی شود که با انگیزه شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط قوی دارد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶). ابعاد جهت‌گیری کارآفرینانه مثل ریسک‌پذیری و پیشگامی، قصد شروع یک کار و عملکرد شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهد. جهت‌گیری کارآفرینانه قابلیت مهمی در کارآفرینی و مدیریت عملکرد یک شرکت است و به عنوان نگرش فرد به شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد یک کسب و کار جدید تعریف شده است که این نگرش می‌تواند مطلوب یا نامطلوب باشد. طی سال‌ها تحقیقات مختلفی رابطه مثبت میان جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد شرکت را حمایت کرده‌اند. به عنوان مثال گاپتا و باترا^۷ (۲۰۱۵) اذعان کرده‌اند که جهت‌گیری کارآفرینانه رابطه قوی و مثبتی با عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط در هند دارد (گاپتا و باترا، ۲۰۱۵). رایبسون و استابراد^۸ (۲۰۱۴) که ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی فردی را در دانشجویان نروژی مطالعه کردند دریافتند که همه دانشجویان نمره بالایی در ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی و قصد کارآفرینی بعد از گذراندن یک دوره کارآفرینی، کسب کردند اما در ریسک‌پذیری پایین‌ترین امتیاز را داشتند. تاتیلان و داوون^۹ (۲۰۱۲) با مطالعه دانشجویان دانشگاه دریافتند که دانشجویان با تجربه کارآفرینی،

6. Lumpkin and Dess
7. Gupta and Batra
8. Robinson and Stubberud
9. Taatila and Down

1. Steven et al
2. Gartner and Vesper
3. Ajzen
4. Lee and Wong
5. Linan et al

ارتباطی و بین فردی، مهارت‌های دیجیتالی، دانش اقتصادی، امور مالی، توسعه حرفه‌ای، مدیریت مالی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت خطر و مدیریت استراتژیک (بورگس، ۲۰۰۷). تجاری و خدایاری (1385) با مقایسه میزان آمادگی کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر تربیت بدنی و علوم ورزشی در حوزه ورزش، به این نتیجه رسیدند که ۵۰ درصد آزمودنی‌ها آمادگی خود را برای آغاز کار در ۵ سال آینده، زیاد اعلام کردند اما دانشجویان معتقدند که از دانش و مهارت متوسطی برخوردار هستند و برای کارآفرین شدن در ورزش باید بسیار بیشتر از آموخته‌های خود بیاموزند. ایمانی (۱۳۸۴) طی مطالعه‌ای نتیجه می‌گیرد که بین دارا بودن آموزش‌های رسمی دانشگاهی و ویژگی‌های کارآفرینی از جمله مهارت‌های فردی، انگیزه فردی، خطرپذیری، نیاز به پیشرفت و خلاقیت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. فینی و همکاران^{۱۳} (۲۰۰۹) نیز بیان کردند که مهارت‌های کارآفرینی با قصد کارآفرینی ارتباط معناداری دارد (فینی، ۲۰۰۹). همچنین سوختانلو و همکارانش^{۱۴} (۲۰۰۹) در پژوهش خود دریافتند قصد کارآفرینی موثر بین دانشجویان به میزان زیادی با مهارت‌های کارآفرینی آنها مرتبط است. در پژوهش کسکین و همکارانش^{۱۵} (۲۰۰۲) که برای بررسی شایستگی‌های کارآفرینان انجام شد توانایی خطرپذیری و کنترل و عملکرد مستقل نیز به عنوان متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد افرادی که خود را در مرکز وقایع می‌بینند، متعهدانه عمل می‌کنند، وقایع را دنبال می‌کنند و معتقدند که توانایی کنترل زندگی خود را دارند. اما افراد دیگر حس کنترل بیرونی دارند و معتقدند که وقایع زندگی آنها نتیجه عوامل بیرونی مانند شانس و غیره است.

باید توجه داشت کارآفرینی از جهات بسیاری بررسی شده است. دیدگاه‌ها و مدل‌های بسیاری با موفقیت‌های کم و زیاد ارائه شده‌اند. اما وقتی به تصمیم فردی برای شروع یک کسب‌وکار برمی‌گردیم چیزی که اهمیت دارد انگیزه فرد است بدون توجه به دیگران و پیامدی که می‌تواند بر شرکت و وسیع‌تر از آن بر جامعه داشته باشد. دانستن اینکه چه چیزی فرد را برای شروع یک کار برمی‌انگیزاند با اهمیت است. برای تعدادی از افراد کارآفرینی به ایجاد راهی در جهت کسب یک موفقیت عالی مرتبط است که به دنبال آن جستجو می‌شود (گی پرت و

نمره بالاتری در همه ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی نسبت به دانشجویان بی‌تجربه کسب کردند. همچنین به این نتیجه رسیدند که دانشجویان مرد رشته بازرگانی نسبت به دانشجویان زن ریسک‌پذیری و پیشگامی بالاتری دارند و دانشجویان با تجربه کاری، نسبت به دانشجویان بدون تجربه کاری خلاق‌تر و پیشگام‌تر بودند (تاتیلا و داوون، ۲۰۱۲). اندازه‌گیری جهت‌گیری کارآفرینی فردی می‌تواند افراد، معلمان، سرمایه‌گذاران و شرکت‌ها را در جهت فهم جهت‌گیری شخصی یک دانشجو یا کارمند نسبت به وظیفه‌شناسی، کسب تجربه و تمایل به ریسک‌پذیری یاری دهد که این‌ها تمامی ویژگی‌هایی هستند که به یک شرکت سود خواهد رساند و یا فرد را در جهت آغاز یک کسب و کار شخصی هدایت می‌کند. علاوه بر این افزایش فهم نسبت به جهت‌گیری کارآفرینی فردی می‌تواند برای توسعه برنامه‌های آموزشی مفیدتر و مناسب‌تر، استفاده شود (هریس و گیبسون^{۱۰}، ۲۰۰۸).

اما علاوه بر ویژگی‌های خاص کارآفرینانه، مهارت‌هایی نیز وجود دارند که افراد کارآفرین باید به آنها مسلط باشند. برخی از این مهارت‌ها شامل دانش طرح کسب و کار، ارتباطات، آشنایی با قوانین و مقررات حقوقی و تجاری، برنامه‌ریزی، تیم‌سازی و بازاریابی است (فیض بخش و عبداللهی، ۱۳۸۹). توانایی ایجاد شبکه و استفاده از تماس‌ها و ارتباطات از دیگر مهارت‌های کارآفرینان است. بنابراین، توانایی برقراری ارتباط با مشتریان، تعاملات اجتماعی و استفاده از منابع و کانال‌های اطلاعاتی مختلف از زیرمجموعه‌های مهارت ارتباطی کارآفرینان است (کاهان، ۱۳۹۳). دیودسون^{۱۱} (۱۹۹۱) بیان می‌کند که توانایی یک کارآفرین برای شروع و انجام یک کار، ارتباط بالایی با تجربه و آموزش کارآفرینی دارد و وجود یک برنامه کارآفرینی که مهارت‌های کارآفرینی را منتقل کند برای ایجاد و موفقیت یک کسب‌وکار کوچک، مهم است. بنابراین اگر مهارت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار برای کارآفرین‌های آینده به خوبی آموزش داده شود، احتمالاً این افراد هنگام مواجهه با وظایف چالش‌برانگیز در ابتدای فرایند کسب‌وکار دلسرد نخواهند شد. بورگس^{۱۲} (۲۰۰۷) بر این باور است که دانشجویان برای اینکه در آینده بتوانند در حوزه فعالیت‌های ورزشی دست به کارآفرینی زده و یک کسب و کار خلاقانه را شروع و اداره نمایند، نیازمند افزایش آگاهی‌ها و مهارت‌های خود در چندین حوزه مختلف هستند که مهمترین آنها عبارتند از: آگاهی از فرایندهای کارآفرینی، مهارت‌های

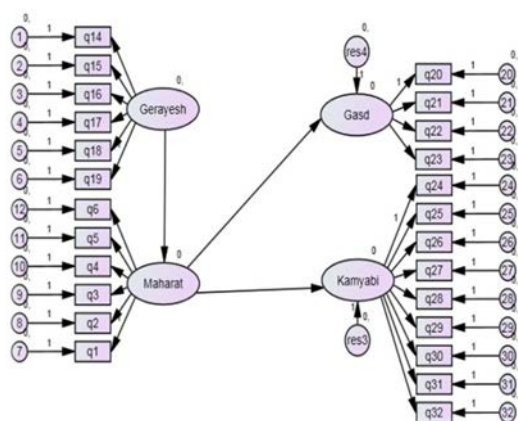
14 . Sookhtanlo et al
15 . Keskin et al

10 .Harris and Gibson
11 .Davidsson
12 .Borgese
13 .Fini et al

بیشتر به آن و انجام پژوهش در این حوزه احساس می‌شود. بررسی و درک بهتر عوامل موثر در این فرایند می‌تواند زمینه‌ی توسعه موفقیت‌آمیز اقدامات آموزشی و فراهم کردن زیرساخت‌ها را تسهیل و تا حدودی تضمین کند.

امروزه اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و نیز کاستی مهارت‌ها و آموخته‌هایشان با نیازهای جامعه و بازار یکی از مشکلات اصلی آموزش عالی در کشور می‌باشد، بنابراین شناسایی مهارت‌های کارآفرینی و توسعه آنها در دوران تحصیل می‌تواند در ارتقاء دانش و توانایی‌های دانشجویان و زمینه‌های اشتغال دانش‌آموخته‌گان موثر باشد. تحصیل مهارت‌های مؤثر در کارآفرینی می‌تواند به میزان اشتغال، افزایش بهره‌وری و قابلیت تولید دانشجویان کمک کند و از میزان بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بکاهد (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۵). این مطالعه تلاشی است در جهت فهم و بررسی عوامل پایه موثر بر این فرایند.

مدل اولیه تحقیق



شکل ۱. مدل اولیه تحقیق

روش‌شناسی

هدف این پژوهش مطالعه تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه و خودکامیابی راه‌اندازی کسب و کار ورزشی با نقش میانجی مهارت‌های کارآفرینانه است. این پژوهش توصیفی-تحلیلی از نوع مدل‌سازی معادلات ساختاری بوده به صورت میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش دانشجویان کارشناسی‌ارشد علوم ورزشی دانشگاه‌های کشور می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای تعداد ۳۶۴ نفر از

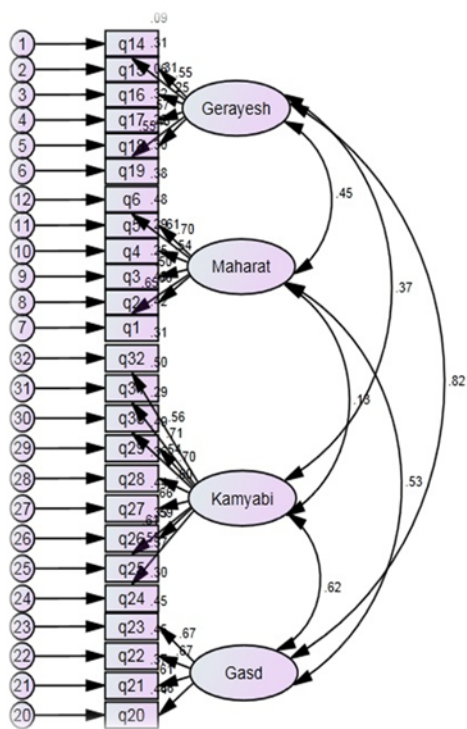
مینالی^{۱۶}، ۲۰۱۲). گیلاد و لوین^{۱۷} (۱۹۸۶) این جمله را اینگونه توضیح می‌دهند که رفتارهای کارآفرینانه به عنوان مثال وسیله‌ای برای کسب ثروت و یا خودشکوفایی است. فردی که در جستجوی خودشکوفایی است بیشتر از گرفتن، تمایل به دادن (بخشیدن) دارد. او می‌خواهد به دیگران به خاطر منافع آنها کمک کند (زیرا فرد نیازهای شخصی قبلی خود را به دست آورده است) در حالی که همزمان این کارها را برای شکوفایی آنها انجام می‌دهد (گیلاد و لوین، ۱۹۸۶). مازلو^{۱۸} بالاترین سطح نیازها را نیاز به خودشکوفایی می‌داند. در این سطح فرد به جستجوی چگونگی تحقق عمیق‌ترین استعدادهای خود است. آنچه بشر می‌تواند باشد و باید باشد. او باید با طبیعت خود برخوردی راستین داشته باشد. خودشکوفایی یعنی استعداد بالقوه‌ای که در نهاد هر انسانی قرار گرفته است را به فعلیت تبدیل کردن. مازلو برخی از ویژگی‌های افراد خودشکوفای را برمی‌شمرد که با ویژگی‌های افراد خلاق و همچنین ویژگی‌های افراد کارآفرین، همخوانی دارند. ویژگی‌هایی مانند ناهم‌رنگی با دیگران، داشتن درکی درست از واقعیت، خودمختاری و استقلال. آنان برای پیشرفت خودشان و رشد مداوم به توانایی‌های بالقوه و منابع خودشان متکی هستند (لطفی عظیمی و همکاران، ۱۳۹۵).

خودشکوفایی همچنین محلی رشد و توسعه شخصی است. شانس انجام چیزی نو و اصیل. همچنین خودشکوفایی به انتظارات و استانداردهای شخصی فرد مربوط می‌شود و به عنوان تحقق قوی‌ترین و عمیق‌ترین خواسته شخص تعریف می‌شود. در ارتباط بین خودشکوفایی و ایجاد کار می‌توان این‌گونه گفت که این مفهوم می‌تواند به عنوان هدفی برای شروع یک شرکت تلقی شود. همچنین شواهد تجربی که بوسیله دچانت و لامکی^{۱۹} (۲۰۰۵) از بحرین و عمان گزارش شده است، نشان می‌دهد که عواملی مثل فرصت‌ها، نیاز به موفقیت، خودشکوفایی و تمایل به کمک کردن دیگران، در بسیاری از موارد زنان را برای کارآفرین شدن برمی‌انگیزاند. به همان طریق وو^{۲۰} و همکارانش (۲۰۰۷) دریافتند که رابطه مثبتی میان نیاز به موفقیت و کارآفرینی وجود دارد. کارآفرینی فرآیند پیچیده‌ای است که عوامل زیادی در ایجاد و شکل‌گیری آن دخیل‌اند. بررسی و تعیین عوامل موثر بر قصد و رفتار کارآفرینی از جمله موضوع‌های مهم در ادبیات کارآفرینی است و شواهد تجربی در پیش‌بینی عوامل دخیل در تصمیم افراد برای کارآفرینی کمیاب است. به دلیل نقش اثبات شده جهت‌گیری کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در سطح سازمانی و کمبود پژوهش‌های انجام شده در سطح فردی ضرورت توجه

می‌شوند، لذا با توجه به مدل پژوهش و مناسب بودن گویه‌ها هیچ گویه‌ای از مدل نظری حذف نمی‌شود (شکل ۲). لازم به توضیح هست که همبستگی بین متغیرهای مشاهده شده و عامل‌ها را بار عاملی گویند. مقدار بار عاملی در دامنه ۱- تا +۱ است و هرچه این مقدار به یک نزدیکتر باشد بیانگر همبستگی بالا بین عامل نهفته و متغیر مشاهده‌ای است. در خصوص معناداری بار عاملی می‌توان از قاعده زیر پیروی کرد.

جدول ۱. سطوح معناداری بارهای عاملی

تفسیر	بار عاملی	
سطح معناداری غیر قابل قبول	-0/3	۱
سطح معناداری قابل قبول	0/3+	۲
سطح معناداری متوسط	0/4+	۳
سطح معناداری قوی	0/5+	۴



شکل ۲. مدل اصلاح شده تحقیق

وزن‌های استاندارد میان متغیرهای مکنون و گویه‌ها در جدول ۲ نمایش داده شده است. میزان واریانس (R^2) تبیین شده هر کدام از نشانگرهای توسط عامل مکنون (پنهان) مرتبط با آن نیز با توجه به جدول ۲ قابل استنباط است. مجذور هر کدام از این بارهای عاملی واریانس تبیین شده را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده از اصلاح مدل در جدول زیر حاکی از برازندگی مدل

دانشجویان انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد جهت‌گیری کارآفرینی (۶ گویه) وو (۲۰۰۹)، قصد کارآفرینی (۴ گویه) و مهارت‌های کارآفرینی (۶ گویه) لینان و چن (۲۰۰۹) و پرسشنامه خودکامیابی در راه‌اندازی کسب و کار (۹ گویه) ناصر (۲۰۰۹) استفاده شد. هر چهار پرسشنامه دارای مقیاس ۵ ارزشی لیکرت (از ۱، کاملاً مخالفم تا ۵، کاملاً موافقم) بود. برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی هر چهار پرسشنامه از نظرات کارشناسان و متخصصان با استفاده از روش ترجمه و ترجمه مجدد و برای پایایی آن از آزمون ضریب آلفای کرونباخ در مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از دانشجویان استفاده شد. پایایی بدست آمده برای پرسشنامه‌های جهت‌گیری کارآفرینی ۰/۸۴، قصد کارآفرینی ۰/۷۹، مهارت‌های کارآفرینی ۰/۹۰ و پرسشنامه خودکامیابی در راه‌اندازی کسب و کار ۰/۸۷ می‌باشد. برای توزیع پرسشنامه‌ها برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی کل کشور از دانشجویان کارشناسی دانشگاه تبریز که فارغ‌التحصیل شده و در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه‌های کشور قبول شده بودند استفاده شد. به همین منظور تعداد ۴۰۰ پرسشنامه به صورت کاغذی در اختیار آنان قرار داده شد و کسانی که از حمل پرسشنامه اجتناب کردند به وسیله نسخه الکترونیکی اطلاعات مورد نیاز را از نمونه دریافت نمودند. از تعداد ۴۰۰ پرسشنامه ارسالی ۳۶۴ پرسشنامه سالم برگشت داده شده و با توجه مخدوش بودن ۳۶ پرسشنامه، تجزیه و تحلیل نتایج با ۳۶۴ پرسشنامه انجام گرفت. جهت اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها و نیز طبقه‌بندی و خلاصه نمودن داده‌های خام از آمار توصیفی و برای مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم افزارهای آماری Spss و Amos نسخه ۲۰ استفاده شد.

بررسی مدل پژوهش

یک مدل معادلات ساختاری می‌بایست در دو مرحله تحلیل و تفسیر قرار گیرد. منظور از بررسی مدل اندازه‌گیری، بررسی وزن‌ها و بارهای متغیرهای مکنون و منظور از بررسی مدل ساختاری بررسی ضرایب مسیر و رگرسیونی بین متغیرهای مکنون می‌باشد.

جهت اصلاح و بهبود برازش مدل در دو مرحله ۱- حذف متغیرهای مشاهده‌ای با بارعاملی ضعیف و غیر معنی‌دار ۲- حذف متغیرهای مشاهده‌ای دارای هم‌خطی چندگانه، اقدام می‌کنیم. در مرحله اول مقادیر برآورده شده میان عامل‌های نهفته و نشانگرها (متغیرهای مشاهده‌ای) بررسی می‌شود و برخی از نشانگرها که دارای بارعاملی ضعیفی هستند از مدل حذف

تحقیق می‌باشد.

برآیندی از پدیده‌ها هستند، چنین تحلیلی برای مدل‌سازی بر اساس متغیرهای پنهان و مشاهده شده مورد تأیید است. مدل‌سازی معادله ساختاری شامل خطاهای اندازه‌گیری، متغیرهایی با شاخص‌های چندگانه و مقایسه‌های گروه چندگانه است.

بتلنر و چو (۱۹۸۷)، بیان کردند که ویژگی ناهمبسته بودن کلیه خطاها در یک مدل به ندرت با داده‌های واقعی متناسب است. الحاق چنین خطاهایی در مدل‌ها، نه تنها به اعتبار عاملی لطمه‌ای نخواهد زد، بلکه بازنمایی واقع‌گرایانه‌تری را از داده‌های مشاهده شده فراهم می‌کند. بنابراین تصمیم گرفته شد تا از روش معادلات ساختاری برای برازش بهتر مدل استفاده شود. نرم‌افزار AMOS²⁰ یک سری شاخص‌ها برای برازش مدل ارائه می‌دهد که در جدول ۳ نمایش داده می‌شود.

جدول ۳. اندازه شاخص‌های برازش بعد از اصلاح مدل

اندازه	ملاک	اختصار	شاخص برازش	
معنی دار	بیشتر از ۰/۰۵	P value	عدد معنی‌داری	مطلق
2/66	کمتر یا مساوی ۳	CMIN/DF	کای دو هنجار شده	
0/90	بیشتر از ۰/۹۰	GFI	شاخص نیکویی برازش	
0/91	بیشتر از ۰/۹۰	TLI	شاخص توکر-لویس	تطبیقی
0/93	بیشتر از ۰/۹۰	NFI	شاخص برازش هنجار شده	
0/94	بیشتر از ۰/۹۰	CFI	شاخص برازش تطبیقی	
0/03	کمتر از ۰/۰۵	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	مقتصد
0/90	بیشتر از ۰/۰۵	PNFI	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	

جدول ۲. وزن‌های استاندارد رگرسیون نشانگرها

			Estimate
q1	<---	B	۰/۶۶۷
q2	<---	B	۰/۶۴۰
q3	<---	B	۰/۴۶۵
q4	<---	B	۰/۵۲۵
q5	<---	B	۰/۷۲۱
q6	<---	B	۰/۶۱۲
q19	<---	A	۰/۵۷۵
q18	<---	A	۰/۴۸۴
q17	<---	A	۰/۵۵۱
q16	<---	A	۰/۳۳۷
q15	<---	A	۰/۵۲۴
q20	<---	D	۰/۶۵۸
q21	<---	D	۰/۶۰۶
q22	<---	D	۰/۶۷۱
q23	<---	D	۰/۶۷۲
q24	<---	E	۰/۵۵۰
q25	<---	E	۰/۶۰۹
q26	<---	E	۰/۵۸۹
q27	<---	E	۰/۶۶۲
q28	<---	E	۰/۵۹۹
q29	<---	E	۰/۶۹۸
q30	<---	E	۰/۵۳۸
q31	<---	E	۰/۷۰۹
q32	<---	E	۰/۵۵۷

با توجه به سطح معنی‌داری مقادیر Estimate جدول ۲، تمام اوزان در سطح $P < ۰,۰۰۰۱$ از لحاظ آماری معنی‌دار هستند. به بیان دیگر، هیچ‌گونه‌ای از عوامل مکنون نباید به خاطر عدم معنی‌داری حذف شود، اگر وزن یک یا دو یا چند گویه در این خروجی معنی‌دار نبود، بیانگر عدم تبیین واریانس آن ماده توسط متغیر مکنون (پنهان) آن عامل زیربنایی بود.

مدل ساختاری

شاخص‌های برازش بعد از اصلاح مدل

روش مدل معادله ساختاری بر اساس تعامل منعطف میان تئوری با داده‌های تحقیق به علاوه مرتبط نمودن معلومات تجربی و تئوری جهت درک بهتر دنیای واقعی اجرا می‌شود (فومر و لارکرل، ۱۹۸۱). در مواردی که اغلب سازه‌های معرفی شده

جدول ۴. اندازه وزن رگرسیون استاندارد شده بین متغیرهای پنهان

مدل		Estimate	S.E.	C.R.	P
مهارت	جهت‌گیری	۰/۵۷	۰/۱۳	۴/۹۷	***
کارآفرینی	کارآفرین	۰/۶۱	۰/۱۱	۳/۳۶	***
مهارت	جهت‌گیری	۰/۲۵	۰/۰۶	۳/۴۵	***
کارآفرینی	کارآفرین				

با توجه به مقادیر Estimate در جدول ۴ تأیید می‌شود که تمام مسیرهای مستقیم تعریف شده در مدل (ارتباط‌های تعریف شده بین متغیرها مدل)، معنی‌داری می‌باشد.

بررسی نقش میانجی‌گری متغیرهای پژوهش

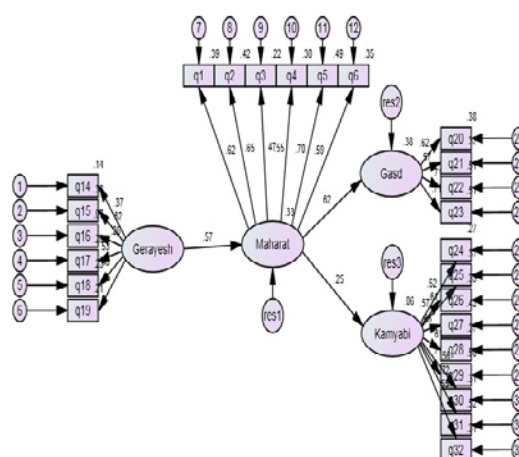
جدول ۵. اثرات مستقیم، غیر مستقیم (میانجی‌گری) و کلی استاندارد شده در مدل

اثرات میانجی‌گری	اثرات مستقیم	اثرات کلی	متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته
۰/۰۰	۰/۵۷	۰/۵۷	جهت‌گیری	کارآفرین	مهارت کارآفرین
۰/۰۱	۰/۶۲	۰/۷۲	جهت‌گیری و کارآفرین و مهارت کارآفرین	مهارت کارآفرین	قصد
۰/۰۵	۰/۲۵	۰/۲۰	جهت‌گیری و کارآفرین و مهارت کارآفرین	مهارت کارآفرین	خودکامیابی

متغیر میانجی‌گری مهارت‌های کارآفرینانه بر قصد

با توجه به نتایج جدول ضرایب رگرسیون استخراج شده از نرم‌افزار ایموس جدول ۴، مقادیر estimate استخراج شده برای مسیرهای "جهت‌گیری کارآفرینانه و مهارت‌های کارآفرینانه"، "مهارت‌های کارآفرینانه و قصد" که به ترتیب برابر با ۰/۵۷، ۰/۶۱ می‌باشند، معنی‌دار هستند و این به معنای وجود دو مسیر معنی‌دار مستقیم و غیرمستقیم از متغیر "جهت‌گیری کارآفرینانه" به متغیر "قصد راه‌اندازی کسب و کار" وجود دارد و این به خودی خود نقش میانجی‌گری متغیر موجود در بین مسیر

شاخص‌های سنجش مدل اندازه‌گیری توسط نرم‌افزار AMOS²⁰ در جدول بالا محاسبه گردید و مدل اندازه‌گیری مورد برازش قرار گرفت. مقدار شاخص‌های کلی برازش در جدول ۳ آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ۶ شاخص برازش در محدوده قابل قبول است. بیشتر دانشمندان در مورد نسبت کای اسکوار به درجه آزادی مقادیر بین ۲ تا ۳ را قابل قبول می‌دانند. ولی شوماخر و لومکس در مورد نسبت کای اسکوار به درجه آزادی مقادیر بین ۱ تا ۵ را قابل قبول می‌دانند. در این پژوهش این نسبت ۶۹/۲ به دست آمده است. از طرفی زینودین و همکاران^{۳۱} (۲۰۱۵)، در مورد شاخص‌های GFI، NFI، TLI، PNFI، RMSEA، CFI، مقادیر بالای ۰/۷۰ را تأیید می‌کند. همچنین در مورد شاخص‌های GFI، NFI، TLI، PNFI، RMSEA، CFI این پژوهش، به ترتیب ۰/۹۰، ۰/۹۳، ۰/۹۱، ۰/۹۰، ۰/۰۳، ۰/۹۴ بدست آمده است. گفته شده که هرچه این شاخص‌ها به عدد یک نزدیک‌تر باشد، مدل از برازش مطلوب‌تری برخوردار است. شاخص RMSEA براساس خطاهای مدل ساخته شده و معیاری برای بد بودن مدل است. برخی اندیشمندان بر این عقیده‌اند که این شاخص باید کمتر از ۰/۰۵ باشد و برخی دیگر میزان کمتر از ۰/۰۸ را مناسب می‌دانند. در این پژوهش مقدار ۰/۰۳ برای این شاخص به دست آمد. توجه به این که حداقل ۳ شاخص برازش باید در محدوده قابل قبول قرار گیرد. با در نظر گرفتن این موارد و با توجه به مقادیر نمایش داده شده در جدول ۳ و شکل ۲، می‌توان گفت که مدل ارائه شده به طور مطلوبی برازش شده است.



شکل ۳. مدل نهایی تحقیق

غیرمستقیم یعنی "مهارت‌های کارآفرینانه" را تأیید می‌کند. در نتیجه فرض نقش میانجی‌گری مهارت‌های کارآفرینانه در تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد راه‌اندازی کسب و کار قابل قبول می‌باشد.

متغیر میانجی‌گری مهارت‌های کارآفرینانه بر خودکامیابی

با توجه به نتایج جدول ضرایب رگرسیون استخراج شده از نرم‌افزار ایموس جدول ۴، مقادیر estimate استخراج شده برای مسیرهای "جهت‌گیری کارآفرینانه و مهارت‌های کارآفرینانه"، "مهارت‌های کارآفرینانه و خودکامیابی" که به ترتیب برابر با ۰/۵۷، ۰/۲۵ می‌باشند، معنی‌دار هستند و این به معنای وجود دو مسیر معنی‌دار مستقیم و غیرمستقیم از متغیر "جهت‌گیری کارآفرینانه" به متغیر "خودکامیابی" وجود دارد و این به خودی خود نقش میانجی‌گری متغیر موجود در بین مسیر غیرمستقیم یعنی "مهارت‌های کارآفرینانه" را تأیید می‌کند. در نتیجه فرض نقش میانجی‌گری مهارت‌های کارآفرینانه در تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر خودکامیابی قابل قبول می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه امروزه کشورهای درحال توسعه و جهان سوم را آزار می‌دهد، عدم استفاده مفید از قابلیت‌ها و توانایی‌های نیروی انسانی خود می‌باشد. یکی از مهمترین دلایل این مسئله گرایش و علاقه‌مندی افراد و جوانان این کشورها به اشتغال در بخش دولتی می‌باشد. به تعبیر مک‌گراث (۱۹۹۲) این‌ها افرادی هستند که استخدام در سازمان‌های بزرگ با یک نظام خدمتی مشخص و از پیش تعیین شده مانند سازمان‌های دولتی را بر راه‌اندازی یک کسب و کار یا استخدام در کسب و کارهای کوچک و کارآفرین، ترجیح می‌دهند (مک‌گراث و همکاران، ۱۹۹۲). متأسفانه در کشور ما نمونه‌های بارزی از برداشت اول به وضوح مشاهده می‌شود تا آنجا که اکثر فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و غیردانشگاهی حتی اگر زمینه خوداشتغالی را نیز داشته باشند، ترجیح می‌دهند جذب مشاغل دولتی شده (ترکیان تبار، ۱۳۸۴) و یا تا آخر عمر در استخدام یک سازمان بزرگ درآیند. یکی از مهمترین راهکارهایی که در زمینه حل این مشکل مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته کارآفرینی، به خصوص کارآفرینی در حوزه شرکت‌های کوچک و متوسط است. نمونه‌ایی از دانشجویان دانشگاه‌ها برای بررسی روابط استفاده شد که شواهد نشان‌دهنده قابلیت بالای متغیرهای مستقل و میانجی، برای

تبیین قصد کارآفرینانه و خودکامیابی در دانشجویان دانشگاه‌هاست. از لحاظ فاکتورهای موثر بر قصد کارآفرینی تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهند جهت‌گیری کارآفرینی عنصری حیاتی در این فرایند است که این نتیجه با نتایج مطالعات تاتیلادا و داوون (۲۰۱۲)، رابینسون و استابرد (۲۰۱۴)، گاپتا و باترا (۲۰۱۵) و فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) هم‌راستا می‌باشد. بررسی و مطالعه پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که جهت‌گیری کارآفرینانه و ابعاد آن مانند ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی و ... با کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. این مساله بیانگر این است که نگرش فرد به شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد یک کسب و کار جدید، قابلیت مهمی در کارآفرینی و مدیریت عملکرد می‌باشد. هم‌چنان‌که کو (۲۰۱۶) با هدف بررسی سطح قصد کارآفرینی دانشجویان مالزیایی و تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی فردی بر قصد کارآفرینی به این نتیجه رسید که قصد کارآفرینی به‌طور مثبتی متأثر از کیفیت پیشگامی و نوآوری (از ابعاد جهت‌گیری کارآفرینانه) است. از طرفی دیگر نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که هفت عامل محیطی موثر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، زیست‌محیطی و بین‌المللی بر مهارت کارآفرینی دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی تأثیر مستقیم و معنادار بر مهارت کارآفرینی آنان دارند (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲). نتایج این پژوهش نیز این ادعا را تأیید می‌کند. جهت‌گیری کارآفرینی فردی شایستگی مهمی در موفق بودن کارآفرین است. کیفیت مهمی است برای کارآفرینانی که به طور فعال در جستجوی فرصت‌های کاری هستند. در عین حال جهت‌گیری کارآفرینی که به مفهوم دارا بودن ویژگی‌های از قبیل نوآوری، ریسک‌پذیری و ... در فرد تعبیر می‌شود با درگیر کردن ایده‌های جدید برای تولید محصولات جدید، خدمات و فرآیندها مرتبط است و این امر برای کارآفرین‌های امروزی با چشم‌انداز رقابتی فزاینده لازم و ضروری است. دانشجویان امروزی فرصت کافی برای نوآوری را دارند و رقابت‌ها و نمایش‌های برگزار شده در سطوح ملی و بین‌المللی فرصت به اشتراک گذاشتن محصولات و ایده‌های جدید را برای آنها فراهم می‌کند. در همین حال تأثیر مهارت‌های کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی گویای این مهم است که دانشجویانی که در دوره‌های مرتبط با کارآفرینی شرکت می‌کنند قادر خواهند بود توانایی‌های خود را در جستجو و حفظ فرصت‌های کاری ارزشمند توسعه دهند. بنابراین وقتی فردی قادر به شناسایی فرصت‌های کاری و استفاده از آن باشد به نظر می‌رسد پتانسیل بالایی برای کارآفرین شدن داشته باشد. در

دانش، مهارت‌ها و تجربه همگی عوامل مهمی در ایجاد و توسعه کسب‌وکار و کارآفرینی است. این بدین معناست که افراد با مهارت‌های مدیریتی، توانایی تشخیص فرصت‌ها و مهارت‌های فنی، احتمالاً قصد درگیر شدن در کسب و کار کارآفرینانه را خواهند داشت که به نوبه خود باعث ایجاد احساس خودکامیابی در آنها خواهد شد.

بر اساس نتایج پژوهش می‌توان گفت که دانشگاه‌ها باید نقشی پیش‌تاز در توسعه فارغ‌التحصیلان کارآفرین داشته باشند. برای دانشگاه‌ها آسان نیست که افراد با ویژگی‌های کارآفرینانه تربیت کنند. اما همان‌طور که بل (۲۰۱۵) بیان می‌کند موسسات آموزش عالی می‌توانند با بکارگیری رویکرد "یادگیری از طریق عمل" گام مهمی در توسعه مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان بردارند. آموزش کارآفرینی نباید فقط بر روش تدریس در کلاس تمرکز کند. بلکه باید فرصت‌های یادگیری عملی برای دانشجویان فراهم شود. ایجاد یک محیط کارآفرینی موثر و همچنین یک برنامه کارآفرینی خوب طراحی شده در ایجاد جهت‌گیری بالای کارآفرینی مهم خواهد بود. همچنین بر اساس نتایج پژوهش مهارت‌های کارآفرینی و انگیزه‌های کارآفرینی عواملی مهم در قصد کارآفرینی است. برای آگاهی از احتمالات کارآفرینی شغلی باید سیاست‌های دولتی و برنامه‌هایی برای تشویق دانشجویان وجود داشته باشد تا آنها خود را در معرض هر فرصتی برای تجارب کارآفرینی قرار دهند. مهارت‌های کارآفرینی احتمالاً آنها را برای شناخت فرصت‌ها قادر خواهد ساخت که در نتیجه باعث برگشت منافع و حداکثر سود خواهد شد. بعلاوه دولت نیاز دارد به تشویق دانشجویان بیشتر برای کارآفرینی ادامه دهد زیرا که شمار کارآفرینان هنوز پایین است. در نتیجه دولت می‌تواند مشوق‌های بیشتری را برای دانشجویان در جهت کارآفرینی فراهم آورد.

نتیجه انتظار می‌رود موسسات آموزش عالی با آموزش مهارت‌ها از طریق برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌ها بتوانند فارغ‌التحصیلانی کارآفرین تربیت کنند. تأیید تأثیر مهارت‌های کارآفرین بر رابطه جهت‌گیری کارآفرین و قصد کارآفرینانه بیانگر آن است که دانشگاه‌ها باید به تقویت مهارت‌های کارآفرینانه در میان دانشجویان بپردازند. در واقع، دستیابی به قابلیت‌های کارآفرینی، در گرو ایجاد مهارت‌ها و همچنین شایستگی‌های کارآفرینی است. این نتیجه با نتایج پژوهش فینی و همکاران (۲۰۰۹) تجاری و خدایاری (۱۳۸۵) هم‌راستاست. در این پژوهش‌ها نیز ویژگی‌های کارآفرینی از جمله مهارت‌های فردی بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان موثر دانسته شده است. می‌توان این‌گونه گفت که ایجاد و توسعه رفتارهای کارآفرینانه توسط افراد، تحت تأثیر برخورداری آنها از مجموعه متنوعی از ویژگی‌ها و مهارت‌هاست که البته میزان و نوع آنها در گروه‌های مختلف جامعه متفاوت است و این امر ضرورت پرداختن به ماهیت و کیفیت این ویژگی‌ها و مهارت‌ها و نیز نحوه تأثیرگذاری آنها در فرایند راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار کارآفرینانه را نشان می‌دهد. بر همین اساس، در دو دهه اخیر توجه فراوانی به پژوهش‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی و به‌طور خاص تأثیر ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی بر توسعه نیت و رفتار کارآفرینانه افراد شده است (حسینی نیا و همکاران، ۱۳۹۶).

در رابطه میان مهارت‌های کارآفرین و خودکامیابی دانشجویان می‌توان اینگونه گفت که کسب مهارت‌های کارآفرینی عاملی برای توسعه کارآفرینی و در نتیجه رسیدن به موفقیت و خودشکوفایی در میان دانشجویان است. این یافته با نتایج پژوهش ناصر و همکاران (۲۰۰۹)، دچانت و لامکی (۲۰۰۵)، وو و همکاران (۲۰۰۷) هم‌سو می‌باشد. ایشان در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند نیاز به خودشکوفایی،

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Awang, z. Afthanorhan, M. Asri, A.M. (2015). Parametric and Non Parametric Approach in Structural Equation Modeling (SEM): The Application of Bootstrapping. Published by Canadian Center of Science and Education, *Modern Applied Science*, 9 (9), 58.
- Bell, R. (2015). Developing the next generation of entrepreneurs: Giving students the opportunity to gain experience and thrive. *International Journal of Management Education*, 13(1), 37-47.
- http://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.12.002
- Bird, B.J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-53.
- Borgese, A. (2007). Standards in sports entrepreneurship education. PhD dissertation, United States Sports Academy, 82- 96 . AAT 3250735.
- Davidsson, P. Hunter, E. & Klofsten, M. (2006). Institutional forces: The invisible hand that shapes venture ideas?, *International Small Business Journal*, 24(2), 115-131.
- Dechant, K. & Al-Lamky, A. (2005). Towards an understanding of Arab women entrepreneurs

- in Bahrain and Oman. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10(2), 123-40.
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
 - Farahani, A, Ghasemi,H, Mohammadi,N (2014). The study of Environmental factors affecting the entrepreneurial spirit of students graduate in Physical Education, *Applied Research of Sport Management*, Vol.2, No.3, p: 61-74.
 - Fini, R. Grimaldi, R. & Sobrero, M. (2009). Factors fostering academics to start up new ventures: an assessment of Italian founders' incentives. *The Journal of Technology Transfer*, 34(4), 380-402.
 - Fornell, C., & Larcker, F.D., "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, ۱۸ (۱), ۱۹۸۱, ۳۹-۵۰.
 - Feyzbakhsh, A, Abdollahi, A (2010). *General Entrepreneurship*, Tehran: Center for Education and Research of the Alumni Association of Islamic Azad University.
 - Gartner, W. B. & Vesper, K. H. (1994). Executive forum: experiments in entrepreneurship education: success and failures. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 179-187.
 - Gay-Perret, D. & Mainali, A. (2012). *Entrepreneurs Driven by the need for the self-fulfillment*. Master's thesis within Business Administration , Jönköping.
 - Gilad, B. & Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 45-54.
 - Goodarzi, M; Jalalifarhani; M; Rajabi; H; Hamidi; M (2016). An Analysis of Effective Behavioral Factors in Promoting Entrepreneurship in Sport Management Students. *Organizational Behavioral Management Studies in Sport*, Vol. 3 (No. 11), 53-45.
 - Gupta, V. K. & Batra, S. (2015). Entrepreneurial orientation and firm performance in Indian SMEs: Universal and contingency perspectives. *International Small Business Journal*, 34(5), 1-23.
<http://doi.org/10.1177/0266242615577708>
 - Harris, M. Gibson, S. (2008). Examining the Entrepreneurial Attitudes of US Business Students. *Education & Training*, 50 (7), 568-581.
 - Hosseininia, G, Ataei, P, Yaghoubi Farani, A (2017). Evaluation of entrepreneurial skills and characteristics of students and their impact on entrepreneurial intention (Case study: Applied Scientific Skills Training Centers). *Quarterly Journal of Engineering Engineering*, 19th, No. 73, pp. 44-25.
 - Imani, Mohammed (2005). *Investigating the Role of Universities in Preparing Entrepreneurial Graduates to Provide Appropriate Patterns*. PhD dissertation, Islamic Azad University, Science and Research Branch.
 - Karimi, S (2016). The role of creativity in the development of entrepreneurial intent of agricultural students in western Iran. *Agriculture Management Education Research*, Vol. 8 (No. 36), 16-3.
 - Keskin, H. Alpkın, L. Zehir, C. (2002). Girişimcilik Hisleriyle Girişimcilik Potansiyeli Arasındaki İlişki: Gebze ve Civarındaki Girişimciler Üzerine Bir Saha Araştırması, *Doğu Akdeniz Üniversitesi 21. Yüzyılda Kobiler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyum Bildirileri*, Ocak.
http://www.emu.edu.tr/smeconf/paper_list.htm. 01/04/2008
 - Kahan, D (2014). *Entrepreneurship in agriculture*. Translated by Saeed Karimi and Reza Movahedi. Tehran: Noor Alam.
 - Koe, W.(2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-11.
 - Lee, S.H. & Wong, P.K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28.
 - Linan, F. Urbano, D. & Guerrero, M. (2007). Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. Paper presented at the Babson College Entrepreneurship Research Conference, Madrid, Spain.
 - Lotfi-azimi, A; Abbasi, M; Mahmoudian; H; Jamali; E; Rezvanifar; S (2016). Investigating the relationship between the motivation of progress, innovation, tolerance of ambiguity, self-efficacy, self-esteem and self-actualization with entrepreneurial orientation in university students. *Journal of Innovation and Value Creation*, 5 (9), 148-137.
 - Lumpkin, G. & Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
 - McGrath, R.G. & MacMillan, I.C. (2000). *The entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press.
 - Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*, 50, 370-396.
 - Peters, T.J., & Waterman, R.H. (1982). *In search of excellence*. New York: Harper & Row.
 - Robinson, S. & Stubberud, H. A. (2014). *Elements of Entrepreneurial Orientation and Their Relationship to Entrepreneurial Intent*.

- Journal of Entrepreneurship Education, 17(2), 1-12.
- Ramirez, A. R. Orejuela, A. R. and Vargas, G.M. (2010). New Perspectives for the Managerial Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 203-219.
 - Robinson, S. & Stubberud, H. A. (2014). Elements of Entrepreneurial Orientation and Their Relationship to Entrepreneurial Intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 1-12.
 - Rauch, A. Wiklund, J. Frese, M. Lumpkin, G. T. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business performance : An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 761-786.
 - Sookhtanlo, M. Rezvanfar, A. Hashemi, S. M. Karaj, I. (2009). Psychological capabilities affecting agricultural students' entrepreneurship level: a comparative study. *Research Journal of Agriculture and Biological Sciences*, 5(2), 175-184.
 - Steven W. Bradley, Johan W. Dean A. Shepherd.(2011). Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth, *Journal of Business Venturing*, 26(5), 537-554.
 - Taatila, V. & Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education + Training*, 54(8), 744-760. <http://doi.org/10.1108/00400911211274864>
 - Turkiantabar, M (2005). Culture and Entrepreneurship Growth. Proceedings of the first international congress of science production movement, Tehran.
 - Ttoojari, F, Khodayari, A (2006). Entrepreneurship Preparation Study: Exercise Analysis: An Initial Entrepreneurship Measurement Scale (ERI). *Research in Sport Sciences*, Vol. 4 (No. 10), 88-73.
 - Wu, S. Matthews, L. & Grace, K. (2007). Need for achievement, business goals, and entrepreneurial persistence. *Management Research News*, 30 (12), 928-41.
 - Zare, G, Hamidi, M, Sajjadi, N (2007). The Relationship between Psychological Factors of Empowerment of Experts and Organizational Entrepreneurship in the Organization of Physical Education of the Country, *Journal of Motion*, Volume 5, (Issue 9), P. 81-71.

