

اثربخشی ارائه واحد درسی کار آفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی

زینب مندعلی زاده^{۱*}، اسفندیار خسروی زاده^۲

Received: 04/09/2020

Accepted: 28/03/2021

صفحات: ۱۸۰-۱۵۶

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۶/۱۴

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۰۸

چکیده

روش تحقیق حاضر نیمه تجربی بود. ۳۲ نفر به عنوان نمونه تحقیق به صورت هدفمند انتخاب شدند و در دو گروه کنترل و تجربی قرار گرفتند. ۱۶ نفر به صورت همتاسازی با گروه تجربی از نظر سن، جنسیت، تجربه کاری و سال ورود گزینش شدند و در گروه کنترل قرار گرفتند. ابزار پژوهش پرسشنامه استاندارد قصد کارآفرینانه و پرسشنامه استاندارد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بود. قبل از شروع جلسات کلاسی، پیش‌آزمون و پس از طی ۱۵ جلسه درسی، پس‌آزمون از هر دو گروه کنترل و تجربی گرفته شد. جهت تحلیل داده‌ها از آزمون‌های تی وابسته و تی مستقل استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی قبل و بعد از ارائه واحد درسی کارآفرینی تفاوت معناداری وجود نداشت ولی بین قصد کارآفرینانه دانشجویان قبل و بعد از ارائه واحد درسی تفاوت معناداری وجود داشت و میانگین متغیرهای قصد کارآفرینانه در گروه تجربی به‌طور معناداری بالاتر از میانگین این متغیر در گروه کنترل بود. به نظر می‌رسد ارائه واحد درسی کارآفرینی باهدف توسعه دانش، نگرش و مهارت‌های کارآفرینانه در ایجاد انگیزه و تمایل دانشجویان به اقدام جهت فعالیت‌های کارآفرینانه و افزایش قصد کارآفرینانه مؤثر باشد.

کلید واژه‌ها: آموزش کارآفرینی، قصد کارآفرینانه، علوم ورزشی، ویژگی‌های شخصیتی

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

Email: z-mondalizade@araku.ac.ir

* نویسنده مسئول:

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

مقدمه

امروز کارآفرینی نقش مهمی را در صنعت ورزش ایفا می‌کند و این به دلیل ارزش آفرینی اقتصادی و اجتماعی و در نهایت توسعه اقتصادی و رشد اجتماعی در جوامع است. کارآفرینی ورزشی شامل گذر از عملکردهای رایج به یک مدل رفتاری نوآورانه است (Ratten, 2010). سه دیدگاه در مورد کارآفرینی وجود دارد: دیدگاه نوآور محور، دیدگاه مبتنی بر ایجاد کسب و کار و دیدگاه مبتنی بر شناخت فرصت‌ها (Solvoll & et al, 2015). در واقع رویکرد کارآفرینی و مطالعه آن گسترده و چندوجهی است، در نتیجه، حیطه آموزش کارآفرینی نیز با توجه به گستردگی دیدگاه‌ها و نظریات مربوط به آن، بسیار وسیع و قابل تأمل است. آموزش‌های مربوط به کارآفرینی، فراهم‌کننده ساختاری برای ایجاد اطلاعات درباره کارآفرینی و ورزش است تا این دستاوردها در جامعه نیز به اشتراک گذاشته شود (Ratten, 2018). برنامه‌های آموزشی می‌تواند بر اساس موردنیاز بودن، مناسب بودن، منطبق بودن با اهداف و به‌روز بودن مورد ارزیابی قرار گیرد (Fayolle & Gailly, 2015). علاوه بر این اهمیت آموزش کارآفرینی در ورزش، به دلیل رقابت موجود در بازار و خواسته‌های در حال تغییر مشتریان است که باید از طریق آموزش، به این نیازها پاسخ داده شود (Ratten, 2018).

فرایند آموزش کارآفرینی، مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که قصد توانمندسازی افراد، توسعه و رشد دانش، مهارت‌ها، ارزش‌ها و فهم آن‌ها برای کارآفرینی را دارد. این فرایند نه تنها با فعالیت‌های محدودی مرتبط نیست، بلکه طی آن باید مشکلات زیادی را شناسایی، تعریف، تعیین و حل کرد. آموزش کارآفرینی به دنبال آماده‌سازی افراد مخصوصاً جوانان است تا آنان را برای مسئولیت‌پذیری و کارآفرین کردن افرادی که می‌خواهند کارآفرین شوند یا متفکران کارآفرینی باشند، آماده کند. این آموزش فقط در مورد آموزش به یک فرد برای ایجاد یک کار بازرگانی نیست، بلکه در مورد تشویق فرد برای تفکر خلاق و رشد یک حس ارزشی قوی و پاسخگویی است (Mashayekh, 2007). آموزش کارآفرینی فرایند مداومی است که توانایی ایجاد ایده‌های

متفاوت و چگونگی اکتشاف فرصت کسب و کار و توانایی ایجاد طرح شروع و ادامه کسب و کار را به افراد می‌آموزد. در این راستا در آموزش کارآفرینی می‌بایست از مدل کارآفرینانه برای تدریس و یادگیری کارآفرینی استفاده شود نه از مدل‌های معلم محور (سنتی). این بدان علت است که مدل‌های کارآفرینانه روحیه کارآفرینی را بیشتر در فراگیران ایجاد می‌کنند (Gibb, 1996).

آموزش کارآفرینی از آن جهت دارای اهمیت است که روزبه‌روز بر تعداد فارغ‌التحصیلان بیکار دانشگاه‌ها افزوده می‌شود، فارغ‌التحصیلانی که برنامه‌ای برای توسعه یک کسب و کار، ایجاد یک نوآوری و یا کارآفرینی ندارند. در واقع افزایش شمار دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، ضعف در تدوین و اجرای درست برنامه‌های توسعه اقتصادی، نبود برنامه‌ای فراگیر و همه سو نگر برای پرورش نیروی انسانی متخصص و مواردی از این دست از مهم‌ترین عواملی است که امروزه به مشکلی با عنوان اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی تبدیل شده است.

(Zarafshani & Mohammadi Barani, 2010). بیکاری از پیچیده‌ترین مشکلاتی است که در زمان حاضر وجود دارد و از آنجا که این امر، مشکلی اجتماعی و اقتصادی است و ممکن است در آینده به یک بحران تبدیل شود، برای برطرف کردن آن به برنامه‌ریزی صحیح و هماهنگ نیاز است. سالانه تعداد زیادی از جوانان وارد نظام آموزش عالی می‌شوند که بیشتر این دانشجویان نیز استخدام در سازمان‌های دولتی و گاه خصوصی را ترجیح می‌دهند و این در شرایطی است که ظرفیت اشتغال‌زایی در جامعه متناسب با رشد دانشجویان نیست (Eslami, 2007). در این راستا ارتقای قصد و دیدگاه کارآفرینانه داوطلبان ورود به بازار کار و به‌ویژه دانش‌آموختگان و در نتیجه آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی راهکار مناسبی برای حل معضل بیکاری جوانان کشور و نیز خلق کسب و کارهای جدید محسوب می‌شود (Jafari Moghaddam & et al, 2011).

آموزش‌های کارآفرینی ورزشی، رویکردی درست برای یادگیری درباره گرایش‌ها و راه‌حل‌های جدید درباره موضوعات ورزشی است. در واقع، آموزش در ورزش باید در ارتباط با ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینانه برای حمایت از دانش جدید باشد. این شامل افزایش اطلاعات در مورد

نقش کارآفرینی در ورزش به‌ویژه در سازمان‌های خصوصی و یا کسب‌وکارهای ورزشی و در نتیجه دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت ورزش است. نقش آموزش کارآفرینی در ورزش اساسی برای ایجاد استارت‌آپ‌های ورزشی و مخاطرات جدید است (Ratten, 2018). علاوه بر موضوع دانشی، توجه به بُعد نگرش و رویکردهای رفتاری به کارآفرینی در ورزش نیز از اهمیت زیادی برخوردار است، به‌گونه‌ای که از نظر Welsh & et al (2016)، رویکرد کلاسیک به آموزش کارآفرینی که بر موضوع دانشی تمرکز می‌کند خیلی اثربخش نیست. از نظر آنان آنچه واقعیت امروز را تشکیل می‌دهد فرایند تغییر است. به عبارتی، علاوه بر اهمیت موضوع دانشی، عوامل شناختی و عاطفی نیز در یادگیری و موفقیت کارآفرینی دانشجویان مهم است. مطالعات به‌طور مداوم نشان داده است که کارآفرینان معمولاً در یک یا دو کسب‌وکار شکست‌خورده‌اند و یا قبل از اینکه در کسب‌وکاری موفق شوند، از یک یا دو شغل اخراج شده‌اند. آموزش کارآفرینی لازم است تا دانشجویان را برای این ایده آماده کند که شکست بخشی از بازی است و فارغ-التحصیل شدن از دانشگاه با مدرک تحصیلی کارشناسی تنها شروع بخشی از فرصت‌ها یا گام‌هایی برای کارآفرین شدن است. دانشجویان باید یاد بگیرند که کارآفرینی را نه یک مقصد بلکه یک سفر در نظر بگیرند. هم‌چنین آن‌ها نتیجه گرفتند که آموزش کارآفرینی اثر کمی بر قصد کارآفرینانه دارد (Welsh & et al, 2016).

کارآفرینی نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده است که مدل‌های قصدی برای تبیین آن مناسب است. قصد کارآفرینانه 'وضعیتی ذهنی است که فرد قصد و نیت دارد تا شرکتی جدید یا ارزشی جدید در سازمان موجود ایجاد کند. این قصد و نیت، نیروی محرکه برای فعالیت کارآفرین است (Ahmadi & et al, 2014). یکی دیگر از متغیرهای موردنظر در اثربخشی آموزش‌های کارآفرینانه، ویژگی‌های شخصیتی است که بیانگر رشد و تکامل کل سیستم روانی شخص است. از نظر گوردن آلپرت، شخصیت همان شخصیت پویا در درون فرد است که از سیستم‌های روانی و

1 Entrepreneurial Intention

2 Gordon Allport

فیزیکی تشکیل شده و تنها عاملی است که تعیین کننده سازش فرد با محیطش است. شخصیت یک انسان بالغ به وسیله دو عامل وراثت و محیط تشکیل و با موقعیت‌های مختلف تعدیل می‌گردد. مطالعات مختلف نشان داده است که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان متمایز از غیر کارآفرینان است. در این راستا، اگر مهارت‌ها و رفتارهای کارآفرینانه در کارآفرینان پرورش یابد، شانس آن‌ها برای کارآفرین موفق بودن نیز افزایش می‌یابد. در این راستا، دانشگاه‌های کارآفرین نقش مهمی در توسعه مهارت‌های کارآفرینانه ایفا می‌کنند. دانشگاه‌های کارآفرین شهرت روزافزونی را در سراسر جهان پیدا کرده‌اند و امروزه موتورهای توسعه اقتصادی مناطق مختلف هستند، این در حالی است که تعداد کمی از دانشگاه‌های نخبه در توسعه و بهره‌برداری از سرمایه‌های کارآفرینانه موفق هستند و اکثر دانشگاه‌ها حتی پس از تغییر ساختارهای سازمانی، سیستم‌های تشویقی و اولویت‌های استراتژیک تنها به نتایج متوسط دست یافته‌اند. با توجه به این دوگانگی، اولویت دانشگاه‌های برتر، توسعه آموزش کارآفرینی است که می‌تواند نقش بیشتری در شکل دادن به مدل دانشگاه کارآفرین برای بهره‌برداری از مزایای آن داشته باشد (Gianiodis & Meek, 2020).

از سوی دیگر تحقیقی که توسط (Nieman & Bennett, 2002) انجام شد، حاکی از آن است که بعضی از ویژگی‌ها در هنگام تولد کسب می‌شود، بعضی از طریق تجربیات زندگی و بعضی دیگر در طول فرایند کارآفرینی کسب می‌گردد. علاوه بر این می‌توان این ویژگی‌ها را در ابتدایی‌ترین دوره‌های آموزشی فرد پرورش داد. در واقع ویژگی‌های شخصیتی می‌تواند از طریق یادگیری قابل پرورش باشد (Ferrante, 2008). هم‌چنین (Matilo & et al, 2020)، رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه با نقش میانجی شبکه‌سازی در بین افراد را مورد بررسی قرار دادند و نتایج حاکی از ارتباط مثبت و معنادار مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی (منبع کنترل، ریسک‌پذیری و نوآوری) و قصد کارآفرینانه با نقش میانجی شبکه‌سازی داشت. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه موضوعی است که توجه روزافزونی را از سوی محققان به خود جلب کرده است. از جمله شاخصه‌های ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه پیشگامی است در واقع کارآفرینان ورزشی در

کسب و کارهای ورزشی جدید پیش گام بوده و مشارکتی را برای ارتقای فعالیت‌های نوآورانه مرتبط با ورزش داشته باشند. نوآوری از دیگر ویژگی‌های کلیدی برای کارآفرینان است (Ratten, 2018). ایده‌هایی که تبدیل به نوآوری می‌شود و این نوآوری راه را برای ایجاد ارزش هموار می‌کند، تحت عنوان کارآفرینی یاد می‌شود و در این راستا، ملاک کارآفرینی ورزشی بیشتر عمل نوآورانه بوده است که جوزف شومپیتر در نظریه توسعه اقتصادی خود بر آن تأکید داشته است (Ciletti & Chadwick, 2012). ریسک‌پذیری یا تمایل به مخاطره‌پذیری نیز از جمله ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه قلمداد شده است که به رضایت فرد یا سازمان برای درگیر شدن در فعالیت‌ها و استراتژی‌های کسب و کار برمی‌گردد (Heinonen & Korvela, 2002). در ورزش نیز این مخاطره‌پذیری قابل مشاهده است. به‌طور کلی پذیرفته شده است که افراد مشارکت‌کننده در بخش ورزش، مخاطره‌پذیر هستند. در واقع افراد مخاطره‌پذیر در ورزش شامل ورزشکاران، طراحان رویدادهای ورزشی، مدیران و مربیان ورزشی هستند و این نشان‌دهنده این است که لازمه کارآفرینی در ورزش ریسک‌پذیری است (Ratten, 2011).

تحقیقات محدودی به بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی و نوع این آموزش‌ها بر دانشجویان و مخاطبان این برنامه‌ها انجام شده است، از جمله (Mwasalwiba 2008) در بررسی تحلیلی از شاخص‌های اثرگذار در محتوای ارائه شده برای کارآفرینی، نشان داد که عناصر کلیدی ارائه شده در برنامه‌های آموزشی عبارت است از: نگرش‌ها، ارزش‌ها، نیت و رفتارها، مهارت‌های فردی، کسب و کار جدید، شناسایی فرصت‌ها و مدیریت شرکت‌های موجود مانند مدیریت منابع و امور مالی، بازاریابی و مهارت فروشندگی، خلق ایده، برنامه‌ریزی کسب و کار و مدیریت رشد بنگاه. این برنامه یادگیری مبتنی بر محیط جامعه است که مهارت‌های کارآفرینی را تقویت می‌نماید و قابلیت اجرا در سطح مدارس و دانشگاه را دارد (Luczkiw, 2008). Turner & Gianiodis (2017) بر اهمیت ویژگی‌های فردی دانشجویان به عنوان نقش مهم در پیامد کارآفرینی تأکید کردند و این موضوع را مطرح کردند که نتایج حاصل از برنامه‌های آموزش کارآفرینی تحت تأثیر ویژگی‌های

فردی دانشجویان قرار می‌گیرد و پیشنهاد کردند که برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید ویژگی‌های متقاضیان را در نظر بگیرد و متناسب با ویژگی‌های دانشجویان باشد تا پیامدهای حاصل از آموزش کارآفرینی افزایش یابد. در تحقیقی (Jabeen & et al (2017) بر نقش دانشگاه‌ها به‌عنوان ابزاری استراتژیک و پیش‌برنده کارآفرینی تأکید کردند. ایشان عوامل فردی و محیطی را اثرگذار بر ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان دانستند. در این راستا (Arranz & et al (2017) به بررسی تأثیر برنامه درسی و نیز فعالیت‌های فوق‌برنامه بر قصد کارآفرینانه و به دست آوردن شایستگی کارآفرینانه بر اساس مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن^۱ پرداختند و چنین تأثیراتی را مثبت ارزیابی کردند.

هم‌چنین (Oosterbeek, et al (2008) در تحقیقی به مطالعه تأثیر آموزش بر قابلیت‌ها و قصد کارآفرینانه دانشجویان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تأثیر دوره‌های آموزشی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان به‌طور چشمگیری منفی بوده است. آن‌ها، دلیل این تأثیر منفی را به این علت دانستند که این آموزش‌ها به آن‌ها دید واقع‌بینانه‌تری نسبت به آنچه برای شروع یک کسب‌وکار موردنیاز است می‌دهد. در این راستا (Ahmed (2020، رابطه بین مشارکت در برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و قصد کارآفرینانه را موردبررسی قرار دادند. یافته‌های تحقیق حاکی از تأثیر مثبت و معنادار مشارکت در برنامه‌های آموزشی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه بود. مؤلفه‌هایی از قبیل انگیزه، منابع و یادگیری در بحث برنامه‌های آموزشی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان اثرگذار بود. بر این اساس، فعالیت‌های یادگیری و انگیزشی هر دو هنجارهای درک شده برای کارآفرین شدن را افزایش می‌دهد. در تحقیقی دیگر (Jena (2020، اثر نگرش به آموزش کارآفرینی را بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان دانشگاه هند را موردبررسی قرار داد و نتایج حاکی از نگرش مثبت دانشجویان دانشگاه نسبت به آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه بود.

از جمله تحقیقات داخلی مطالعه (Yazdani (2012) نیز به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در مؤسسه کار و تأمین اجتماعی پرداخت و به این نتیجه رسید که آموزش کارآفرینی در دوره‌های یادشده بر روی ۱۹۹ دانشجو بر قصد کارآفرینی شرکت‌کنندگان تأثیر معناداری داشته است. علاوه بر این یافته‌ها نشان داد که آموزش کارآفرینی ابتدا بر ادراک شرکت‌کنندگان از امکان‌پذیری کارآفرینی (خودباوری کارآفرینانه)، بیشترین تأثیر را داشته و سپس بر نگرش آنان نسبت به رفتار کارآفرینانه (ادراک از مطلوبیت رفتار کارآفرینانه) تأثیر داشته است و آموزش کارآفرینی بر مؤلفه ادراک از هنجارهای اجتماعی کارآفرینی تأثیر نداشته است. در تحقیقی دیگر (Ghanati & et al (2016) نیز به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار طی تحقیقی نیمه تجربی پرداختند. بر اساس نتایج به دست آمده آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری داشته است.

در این راستا (Mousavi & et al (2013) به بررسی نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان طی تحقیق نیمه تجربی پرداختند. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دوره کارشناسی گروه‌های آموزشی مدیریت صنعتی، علوم کامپیوتر و ریاضی بود که مجاز بودند درس کارآفرینی را در نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۸۸-۸۹ انتخاب کنند. نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان اثر مثبتی داشته است. هم‌چنین (Barani & et al (2010) به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه طی مدل‌سازی معادلات ساختاری پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین نیت کارآفرینانه دانشجویان و نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری داشته است. تحقیق (Zia & Vaghar Mousavi (2016) به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر

شکل‌گیری قصد کارآفرینانه پرداختند و یافته‌های پژوهش نشان داد ارتقای مهارت‌های کارآفرینی در فرایند آموزش رسمی کارآفرینی بر ایجاد قصد کارآفرینانه در فراگیران تأثیر مثبت دارد. دو عامل ویژگی شخصیتی کارآفرینانه و انگیزه کارآفرینانه رابطه بین کسب مهارت‌های کارآفرینی و ایجاد قصد کارآفرینانه را تعدیل می‌کند و به صورت چشمگیری بر اثربخشی آموزش‌های رسمی کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. مطالعه (Boroumand & Fazli Darzi (2013 در زمینه ورزش انجام شده است که در رویکردی توصیفی به مطالعه دیدگاه‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی نسبت به آینده شغلی پرداختند. نتایج مطالعه نشان داد که بیش از ۶۰ درصد دانشجویان و فارغ‌التحصیلان این رشته علاقه‌مند به ادامه تحصیل هستند تا ورود به بازار کار. علاوه بر این حدود ۴۱ درصد از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان از وضعیت اشتغال آتی خود آگاهی و امیدواری روشنی نداشتند و بیش از ۵۰ درصد از نمونه‌های تحقیق دانش و مهارت‌های کسب‌شده را برای پاسخگویی نیازهای آینده شغلی مناسب ارزیابی کردند. این تحقیق در واقع نشان داده است که لزوم آگاهی و ایجاد انگیزه برای دانشجویان تربیت بدنی الزامی است.

به‌طور کلی، تحقیقات به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که چه نوع برنامه‌های آموزشی با چه محتوایی می‌تواند تأثیرگذار باشد و اینکه این نوع آموزش‌ها باید متناسب با ویژگی‌های فردی و شخصیتی دانشجویان باشد که در این رابطه نقش دانشگاه‌ها در ارائه خدمات آموزشی برای کارآفرینی پررنگ‌تر شده است و در ادامه تحقیقات ذکر شده، تأثیر این آموزش‌ها بر متغیرهای مختلفی از جمله قصد کارآفرینانه را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این راستا، جمع‌بندی مطالعات نشان می‌دهد تحقیقاتی که در راستای آموزش کارآفرینی در حیطه علوم ورزشی که به صورت نیمه تجربی انجام شده باشد، محدود است و از سوی دیگر تحقیقاتی اندکی مانند Najafli & et al (2017) وجود دارد که تنها به مطالعه هر دو متغیر پرداخته است. علاوه بر این، نیاز جامعه به دانش‌آموختگانی با ظرفیت فکری و خلاقیت بالا که بتوانند به‌طور مستمر اطلاعات خود را به‌روز کرده و مهارت‌های جدیدی را فراگیرند و در دنیای متحول بازار کار، کارآفرینی نمایند، بیش از

بیش احساس می‌شود (Ahmadpour Dariani, 2004) و از طرفی ضرورت و اهمیت ارتقای قصد کارآفرینانه در دانشجویان و دانش‌آموختگان با توجه به سرعت افزایش میانگین تحصیلات جوانان جویای کار در کشور بیش‌ازپیش مورد توجه مسئولان و پژوهشگران قرار گرفته است (Jafari Moghaddam & et al, 2011). با توجه به اهمیت درس کارآفرینی و لزوم ایجاد دیدگاه و قصد کارآفرینانه در دانشجویان علوم ورزشی و با توجه به اینکه تحقیقی از نوع نیمه تجربی تاکنون به بررسی اثربخشی واحد درسی کارآفرینی و مبانی اشتغال‌زایی بر قصد و ویژگی‌های شخصیتی در دانشجویان علوم ورزشی پرداخته است، لذا هدف تحقیق، مطالعه تأثیر واحد درسی کارآفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی است. در واقع این پژوهش به دنبال بررسی این موضوع است که آیا محتوای درسی ارائه‌شده برای کارآفرینی در ورزش می‌تواند اثربخشی لازم برای ارتقای ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه را داشته باشد؟

روش تحقیق

روش تحقیق کمی و از منظر ماهیت گردآوری داده‌ها، نیمه تجربی و از منظر هدف، کاربردی است. طرح تحقیق، رویکرد پیش‌آزمون و پس‌آزمون با گروه کنترل بود. با توجه به سطح معناداری، واریانس جامعه، توان آزمون و اندازه اثر، حجم نمونه در این پژوهش با در نظر گرفتن ضریب آلفای ۰/۰۵ و اندازه اثر ۰/۵، بر اساس فرمول شماره یک، ۳۲ نفر در نظر گرفته شد. در این پژوهش به دلیل پایین بودن تعداد نمونه‌ها که به یک کلاس محدود می‌شد از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. ۱۶ نفر به صورت همتاسازی با گروه تجربی از نظر سن، جنسیت و سال ورود گزینش شدند و در گروه کنترل قرار گرفتند.

$$n = \frac{(z_{1-\frac{\alpha}{2}} + z_{1-\beta})^2 s^2}{\Delta^2} \quad (\text{Rosner, 1995})$$

$$n = \frac{(1.96 + 0.84)^2 11^2}{5.5^2} = 32$$

بدین منظور آزمودنی‌هایی در گروه تجربی جای گرفتند که تمامی ۱۵ جلسه درسی (هر جلسه درسی به مدت نود دقیقه) در نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ در کلاس حضور داشته و بدون غیبت بودند و تعدادی از دانشجویان که این درس را انتخاب نکردند به‌عنوان اعضای گروه کنترل در نظر گرفته شدند. گروه کنترل دانشجویان هم ورودی با کسانی که واحد کارآفرینی را داشتند در نظر گرفته شدند. در واقع گروه کنترل شامل کسانی بود که مشابه گروه تجربی دانشجویان سال آخر بوده ولی واحد کارآفرینی را اخذ نکرده بودند. شرکت کنندگان در دامنه سنی ۲۱ سال قرار داشتند. اعضای گروه تجربی، همگی در یک‌زمان و مکان و تحت نظر یک استاد در طول یک‌ترم تحصیلی آموزش کارآفرینی را دریافت داشتند.

از طرف دیگر، سرفصل درس کارآفرینی با عنوان مبانی کارآفرینی و اشتغال‌زایی در ورزش، شامل مفاهیم، اصول و مبانی کارآفرینی، نظریه‌های متداول در کارآفرینی، موانع و انگیزه‌های کارآفرینی در ورزش، ویژگی‌های کارآفرینان ورزشی، کارآفرینان، سازمان‌ها و بازارهای ورزشی، اهداف کسب‌وکارها در ورزش، فنون کارآفرینی، انواع مشاغل ورزشی، بازار کار و استخدام در ورزش از نگاه ملی و بین‌المللی بود (Curriculum in Sport Science, 2016 Undergraduate) که مدرس مربوطه با توجه به فعالیت‌های کلاسی موردنظر در این سرفصل مواردی مانند فرصت‌ها و انواع کارآفرینی در ورزش، ایده‌های خلاقانه در ورزش، نوآوری در ورزش و باشگاه‌های ورزشی، توضیح بوم مدل کسب‌وکار، طرح کسب‌وکار، مفاهیم استارت‌آپ‌های ورزشی، تکنولوژی در ورزش و نقش آن برای مزیت رقابتی در باشگاه‌ها را مدنظر قرار داده و از دانشجویان در ارتباط با این مفاهیم فعالیت‌های متنوع کلاسی مانند مصاحبه با کارآفرینان، پیدا کردن استارت‌آپ‌های ورزشی، نوشتن طرح کسب‌وکار و بوم مدل کسب‌وکار درخواست شده بود. پرسشنامه‌های پیش‌آزمون قبل از شروع جلسات درسی در اختیار دانشجویان در دو گروه تجربی و کنترل قرار گرفت و بعد از طی ۱۵ جلسه نیز پس‌آزمون برای هر دو گروه اجرا شد. به پاسخ‌دهندگان در مورد این پرسشنامه توضیح داده شد.

ابزار پژوهش برای اندازه‌گیری متغیر قصد کارآفرینانه، پرسشنامه استاندارد قصد کارآفرینانه Linan & Chen, (2009) که روایی و پایایی در تحقیقات قبلی از جمله Moradi (2010) و et al (2016) مورد تأیید قرار گرفته بود که در این تحقیق روایی و پایایی آن مجدداً مورد ارزیابی قرار گرفت و پرسشنامه استاندارد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه Arman (2015) بود که روایی و پایایی آن قبلاً در تحقیق Arman (2015) به دست آمده بود ولی به منظور اطمینان بیشتر، روایی و پایایی آن مجدداً ارزیابی شد. روایی پرسشنامه‌ها به منظور اطمینان بیشتر مورد تأیید اساتید دانشگاه قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مناسب به دست آمد. جدول یک میزان پایایی پرسشنامه را نشان داده است.

جدول شماره ۱. پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ

پرسشنامه	ویژگی‌های	شخصیتی	اخلاقیت	تعداد سؤال	پایایی
ویژگی‌های	کارآفرینانه	پیشگامی	ریسک‌پذیری	۶ سؤال	۰/۸۳۲
کارآفرینانه				۵ سؤال	۰/۷۲۱
				۵ سؤال	۰/۷۱۱
قصد کارآفرینانه				۵ سؤال	۰/۸۵

جهت تحلیل داده‌ها از آزمون تی مستقل و تی وابسته استفاده شد و بدین منظور از نرم‌افزار اس-پی‌اس‌اس (نسخه ۲۴) استفاده شد.

یافته‌ها

یافته‌ها از نظر جمعیت‌شناختی نشان داد که ۳۱،۲ درصد دانشجویان مورد مطالعه زن و ۶۸،۸ درصد مرد بودند. میانگین سنی آزمودنی‌ها ۲۱ سال بود. ۹۳،۸ درصد تمایل به ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی داشتند، ۶،۲ درصد تمایل به ایجاد کسب‌وکارهای غیرورزشی داشتند. ۳۷/۵ درصد علاوه بر دانشجو بودن در شغلی به صورت پاره‌وقت و ۶۲/۵ درصد نیز اصلاً در شغلی به صورت پاره‌وقت

مشارکت نکرده بودند. از این میزان حدود ۸۰/۳ درصد مرتبط با تربیت‌بدنی دارای سابقه فعالیت بودند و ۱۸/۸ درصد غیر مرتبط با تربیت‌بدنی دارای سابقه فعالیت بودند.

محاسبه کشیدگی و کجی نشان داد که توزیع داده‌ها نرمال است (قرار گرفتن کشیدگی و چولگی در بازه (+۳، -۳) نشان‌دهنده توزیع نرمال داده‌هاست).

جدول شماره دو مقادیر میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای ویژگی شخصیتی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه و نتایج آزمون تی مستقل را در مرحله پیش آزمون نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲- میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای ویژگی شخصیتی و قصد کارآفرینانه و نتایج

آزمون تی مستقل گروه کنترل و تجربی در پیش آزمون و پس آزمون

متغیرها	مقادیر آزمون لون	معماداری میانگین و انحراف درجه		نتایج آزمون تی مستقل	مقدار معناداری t
		گروه کنترل	گروه تجربی		
پیش آزمون خلاقیت	۰/۴۸۴	۰/۴۸۸	۰/۵۱ ± ۰/۴۱	۰/۳۴۵	-۰/۹۶
			۳/۲۲		
پیشگامی	۰/۲۲۵	۰/۳۴۸	۰/۲۷ ± ۰/۶۱	۰/۵۲۱	۰/۴۳
			۳/۲۹		
ریسک- پذیری	۰/۵۹۷	۰/۴۴۱	۰/۲۳ ± ۰/۵۹	۰/۷۱۲	۰/۲۲
			۳/۰۱		
قصد کارآفرینانه	۲/۸۵۶	۰/۰۹۶	۰/۷۱ ± ۳/۰ ± ۳/۷۰	۰/۷۹۳	-۰/۲۶
			۳/۶۶		
پس آزمون خلاقیت	۰/۰۱	۰/۹۲۰	۰/۵۳ ± ۰/۴۵	۰/۳۸۳	۰/۸۸۴
			۳/۴۳		
پیشگامی	۴/۹۶	۰/۰۲۸	۰/۵۳ ± ۰/۵۵	۰/۱۲۳	۰/۲۳۱
			۳/۱۱		

ریسک-	۰/۴۵۸	۰/۵۰	۰/۵۳ ± ۰/۳۸	۳۰ ±	۰/۱۴۵	۰/۲۳۵
پذیری			۲/۸۹	۳/۰۱		
قصد	۰/۷۰	۰/۴۰۵	۰/۷۸ ± ۰/۶۳	۳۰ ±	۳/۱۹۷	۰/۰۱*
کارآفرینانه			۳/۴۱	۴/۲۱		

*p ≤ 0.01

همان گونه که جدول دو نشان می دهد، میانگین ابعاد ویژگی های شخصیتی پیش آزمون در گروه تجربی در مقایسه با گروه کنترل از لحاظ آماری تفاوت معناداری نداشته است. میانگین قصد کارآفرینانه پیش آزمون در گروه تجربی با گروه کنترل از لحاظ تفاوت معناداری نداشته است. علاوه بر این، میانگین ابعاد ویژگی های شخصیتی پس آزمون در گروه تجربی در مقایسه با گروه کنترل از لحاظ آماری تفاوت معناداری نداشته است ولی میانگین قصد کارآفرینانه پس آزمون در گروه تجربی با گروه کنترل از لحاظ آماری تفاوت معناداری داشته است.

جدول شماره ۳- نتایج تحلیل تی وابسته پیش آزمون و پس آزمون ویژگی های شخصیتی و قصد

کارآفرینانه در گروه تجربی

متغیرها	میانگین و انحراف معیار		مقدار تی	سطح معنی داری
	پیش آزمون	پس آزمون		
خلاقیت	۳/۲۹ ± ۰/۴۱	۳/۱۹ ± ۰/۴۵	۱/۴۳	۰/۱۱۴
پیشگامی	۳/۰۱ ± ۰/۶۱	۳/۱۲ ± ۰/۵۵	۱/۲۵	۰/۲۳۷
ریسک پذیری	۲/۹۳ ± ۰/۵۹	۳/۰۱ ± ۰/۳۸	۱/۲۳	۰/۱۰۳
قصد کارآفرینانه	۳/۳۰ ± ۰/۷۰	۴/۲۰ ± ۰/۶۳	۲/۹۱	*۰/۰۱

نتایج جدول شماره سه نشان داد که میانگین قصد کارآفرینانه گروه تجربی در پیش آزمون با میانگین قصد کارآفرینانه گروه تجربی پس آزمون با توجه به تی و سطح معنی داری تفاوت معناداری از نظر آماری داشت ولی میانگین ابعاد ویژگی های شخصیتی در پیش آزمون با میانگین

ابعاد ویژگی‌های شخصیتی پس‌آزمون با توجه به تی و سطح معناداری از نظر آماری اختلاف معناداری وجود نداشت.

بحث و نتیجه‌گیری

آموزش عالی یکی از زیرساخت‌های اساسی توسعه در هر کشوری محسوب می‌شود به همین دلیل مسائل آموزش عالی همواره یکی از دغدغه‌های مهم تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان بوده است. آموزش و کیفیت انتقال محتوای آموزشی نیز از عوامل مهم برای توسعه کارآفرینی و انتقال محتوای کارآفرینانه دروس است. در این راستا، آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از اثرگذارترین شیوه‌ها برای انتقال آسان جمعیت فارغ‌التحصیل به بازار کار باشد، آموزش کارآفرینی امروزه دیگر به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است. آموزش کارآفرینی را می‌توان از عوامل اصلی توسعه قابلیت‌های ایجاد ارزش اقتصادی و ابزار کارآمدی برای دولت‌ها و دانشگاه‌ها در جهت توسعه اقتصاد دانش‌محور دانست. در حقیقت امروزه برنامه درسی کارآفرینی و البته میزان اثربخشی این آموزش‌ها به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است (Ahmadpour Daryani, 2003). هدف این تحقیق، مطالعه اثربخشی برنامه درسی آموزش کارآفرینی بر قصد و ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان در راستای کارآفرینی و یا راه‌اندازی کسب-وکارهای ورزشی با رویکرد کارآفرینانه بود.

محاسبه میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای مطالعه در مرحله پیش‌آزمون از نظر نزدیکی واریانس و میانگین‌ها هر دو گروه نشان‌دهنده همسانی تقریبی دو گروه آزمایش و کنترل است و اینکه میانگین مرحله پیش‌آزمون برای ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینانه کمتر از حد مطلوب بوده است که چنین رویکردی نشان می‌دهد احتمالاً ظرفیت افزایش آن در فرایند دست‌کاری باید وجود داشته باشد.

نتایج مطالعه نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان قبل از برگزاری کلاس آموزشی کارآفرینی در ورزش با بعد از برگزاری کلاس آموزشی تفاوت معناداری نداشت. به عبارتی آموزش کارآفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان تأثیر معناداری نداشته است. نتایج با تحقیق (Mohseni & Shafizadeh, 2012) در بعد ریسک‌پذیری همخوانی دارد و نتایج با تحقیق (Azizi & Taheri, 2013) همخوانی ندارد. احتمالاً یکی از دلایل این می‌تواند باشد که ویژگی‌های شخصیتی مانند ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌پذیری در فعالیت‌های تجربی، فراگرفته شده و مطالب و تجارب آموخته‌شده به مرور زمان شخصیت افراد را به سمت وسوی کارآفرینی سوق دهد. علاوه بر این تأثیر عوامل دیگر در ویژگی‌های شخصیتی افراد از جمله عوامل محیطی و اجتماعی و زمینه‌های خانوادگی و نیز تحصیلات متوسطه در ارتقای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مهم تلقی می‌شود. به‌عنوان مثال، تحقیقات انجام‌شده (Sorgi & Sorgi, 2017)؛ Mirzaian Kevlari & Sharifi, (2016) در مورد آموزش کارآفرینی در مدارس اندک است و تنها Mirzaian Kevlari (2016) وضعیت آموزش کارآفرینی در مدارس متوسطه و هنرستان را بررسی کرده و میزان کارآفرینی را در حد کمتر از متوسط ارزیابی کردند ولی با این حال، متولیان امر آموزش در مدارس اخیراً در این زمینه تلاش‌هایی را در راستای فعالیت‌های کارآفرینانه دانش‌آموزان انجام می‌دهند.

در این راستا به نظر می‌رسد بخشی از شخصیت افراد در دوران دانش‌آموزی شکل می‌گیرد که در این راستا اثربخش نبودن چنین آموزش‌هایی در ارائه تنها یک واحد درسی در طول یک‌ترم دور از واقعیت علمی نیست. ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان در ابتدایی‌ترین دوره‌های آموزشی فرد پرورش داد ولی از آنجائی که در نظام آموزش و پرورش، رویکردهای در پیش‌گرفته شده صرفاً رویکردهای نظری به کارآفرینی است و کمتر مسائل مربوط به کارآفرینی از جمله آموزش تفکر خلاق، ریسک‌پذیری، نوآوری، استقلال‌پذیری و توفیق‌طلبی پرداخته می‌شود، جای تعجب ندارد که گذراندن یک واحد کارآفرینی در دانشگاه نتواند بر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان اثرگذار

باشد، درحالی که چنین ویژگی‌هایی قابلیت اکتسابی را دارند و فرد می‌تواند آن‌ها را یاد گرفته و به تمرین آن‌ها پردازد. چنانکه در این راستا، تحقیقات (Linan (2008), Souitaris & et al (2007), and Fayolle & Gaily (2013) مدلی از آموزش را پیشنهاد داده‌اند که هم بر رویکردهای نظری (چهارچوب برنامه درسی) و هم بر فعالیت و رویکردهای عملی به‌منظور پرورش ویژگی‌های شخصیتی تأکید دارد.

ریسک‌پذیری از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان موفق در نظر گرفته شده است. ریسک‌پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌هایی که می‌تواند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شود. مخاطره‌پذیری شامل تمایل به مدیریت و بر عهده گرفتن امور و اختصاص منابع به فرصت‌هایی است که با احتمال تقبل هزینه، شکست معقولی را نیز همراه دارند. شاید یکی از گسترده‌ترین ویژگی‌های ذکر شده از کارآفرینان یا کارآفرینی تمایل به پذیرش مخاطره است. مک‌کلند (۱۹۶۲) ادعا کرده بود که افراد با نیاز به موفقیت بالا تمایل بیشتری به قبول مخاطره دارند. کارآفرین وقت، تلاش و اعتبار کاری‌اش را در معرض مخاطره قرار می‌دهد و منابع مالی را در یک کار مخاطره‌آمیز سرمایه‌گذاری می‌کند، در این کار، عدم قطعیت و مخاطره ناشی از شکست وجود دارد، به همین دلیل، کارآفرینان به یادگیری مدیریت مخاطره و تحمل ابهام برای خود و دیگران تمایل دارند و شکست یک پروژه را به‌عنوان یک تجربه یادگیری تلقی می‌کنند، نه به‌عنوان تراژدی فردی (Saediakia, 2007). ریسک‌پذیری در افراد می‌تواند منجر به ایجاد تقویت راهبرد نوآوری به‌منظور ایجاد کسب‌وکارهای جدید شود (Ratten & Ferreira, 2017). خلاقیت و نوآوری یکی دیگر از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان است. ایده‌هایی که تبدیل به نوآوری می‌شود و این نوآوری راه را برای ایجاد ارزش هموار می‌کند برای کارآفرینان از اهمیت زیادی برخوردار است. از دیگر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، پیشگامی در کارها و امور است، تلاش برای شناخت فرصت‌ها و تعقیب فرصت‌های تجاری و یا فعالیت‌های مبتنی بر بهره‌برداری از زمینه‌های کارآفرینانه

در تنوعی از مقاصد و کاربردها است (Ratten, 2011). در نتیجه به نظر می‌رسد تقویت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه از دوران مدرسه بتواند تأثیرات بیشتری بر شناخت افراد از کارآفرینی و فرصت‌های کارآفرینانه داشته باشد.

از دیگر یافته‌های تحقیق این بود که قصد کارآفرینانه دانشجویان بعد از برگزاری کلاس آموزش کارآفرینی در ورزش با قبل از آن تفاوت معناداری داشت. این بدان معنی است که قصد کارآفرینانه دانشجویان بعد از گذراندن دوره آموزشی نسبت به قبل از آن افزایش داشته است. قصد کارآفرینی نوعی ادراک افراد از شروع به کار کارآفرینی بوده است. نتایج با تحقیقات Yazdani (2012)، (2012) & Ghanati & et al (2016) & Barani & et al (2016) هم‌خوانی دارد. در نتیجه به نظر می‌رسد آموزش کارآفرینی توأم با در نظر گرفتن ابعاد مختلف ارتقای دانش، نگرش و مهارت بتواند تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان داشته باشد. از طرفی نتایج این تحقیق با پژوهش‌های (Dinis, 2015) & Oosterbeek & et al (2008) هم‌خوانی ندارد. البته نباید از نظر دور داشت که نوع آموزش واحد درسی برای بحث کارآفرینی نیز می‌تواند در ایجاد ناهمخوانی در نتایج تحقیقات مختلف نقش داشته باشد. در واقع برای ناهمخوانی نتایج دلایل زیادی را می‌توان برشمرد. علاوه بر این تفاوت در کیفیت و کمیت متغیر مستقل یعنی نحوه آموزش کارآفرینی که این خود می‌تواند یکی از دلایل ناهمخوانی نتایج باشد و یا ممکن است عوامل دیگری از قبیل عوامل محیطی تأثیر بیشتری در قصد کارآفرینانه نسبت به آموزش کارآفرینی داشته باشد. همان‌گونه که تحقیق (Paco & et al (2015) نیز به این موضوع اشاره کرده است که آموزش کارآفرینی تنها برای قصد کارآفرینانه کافی نیست و عوامل دیگری نیز ممکن است بر قصد کارآفرینانه تأثیرگذار باشند. علاوه بر این بر اساس تحقیق (Peperopoulos & Dimov (2015) ارائه برنامه درسی منطبق بر تئوری در مقایسه با ارائه برنامه درسی منطبق بر رویکردهای کاربردی و عملی، تأثیر کمتری بر قصد کارآفرینانه دارد که در این راستا، یکی از دلایل ناهمخوانی نوع آموزش‌های ارائه شده می‌تواند باشد.

در نتیجه‌گیری کلی به نظر می‌رسد آموزش کارآفرینی در نظام آموزشی باید اجرا شده و نحوه ارائه آموزش کارآفرینانه در دانشکده‌های علوم ورزشی می‌تواند از زمینه‌های اثرگذار بر توسعه قصد کارآفرینانه باشد، چراکه موفقیت اکوسیستم‌های کارآفرینانه به این بستگی دارد که چگونه مؤلفه‌های ورزشی از قبیل دانشگاه‌ها و دولت‌ها در فعالیت‌های عمومی/خصوصی مشارکت می‌کنند. در نتیجه بحث آموزش کارآفرینی و کیفیت این آموزش‌ها باید مورد توجه قرار گیرد.

با توجه به نتایج تحقیق و اینکه نوع آموزش‌ها اثرگذار بر قصد کارآفرینانه است پیشنهاد می‌شود تنوع آموزشی در ارائه درس کارآفرینی از جمله سخنرانی، کار گروهی و ارائه پروژه وجود داشته باشد. از طرف دیگر با توجه به اینکه ارائه این واحد درسی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه اثرگذار نبوده است، به نظر می‌رسد تنها ارائه درسی کارآفرینی به‌عنوان واحدی مستقل نتوانسته اثرگذار بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی باشد، پیشنهاد می‌شود ارائه دروس کاربردی در رشته علوم ورزشی با محوریت یادگیری کارآفرینانه و توأم با ایجاد جو کارآفرینانه در محیط کلاسی باشد. از دیگر پیشنهادات کاربردی تحقیق می‌توان به کارآفرینانه محور برگزار کردن دروس علوم ورزشی اشاره کرد. علاوه بر این، تدریس واحد کارآفرینی در ورزش و یا ارائه متنوع آموزش کارآفرینانه در بخش ورزش و یا به‌صورت کلی دانشگاه‌ها از جمله کار تیمی، فعالیت‌های گروهی، آموزش طرح کسب‌وکار و دادن پروژه مطالعه موردی به دانشجویان، جستجوی فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش از سوی دانشجویان و حضور کارآفرینان ورزشی به‌عنوان سخنران از جمله فعالیت‌هایی باشد که به ایجاد قصد کارآفرینانه در دانشجویان و آماده شدن آن‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکار کمک کند و در نتیجه در پیش گرفتن چنین رویکردی از سوی استادان دانشگاه، بتواند در ایجاد قصد کارآفرینانه و نیز شکل‌گیری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به دانشجویان کمک کند.

References

- Ahmadi Kafshani, A., & Nazemi, A. (2014). *Investigating the Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Intention, Case Study: Undergraduate Physical Education Students*, University of Tehran, Sport Management, 6 (3): 421-441. (Persian).
- Ahmadpour Dariani, M. (2004). *Entrepreneurial Experiences in Selected Countries*, Tehran: Amir Kabir Publications. (Persian).
- Ahmadpour Daryani, M. (2003). Does Entrepreneurship Change the Strategy of Universities? *Journal of Scientific and Research Policy Approach* 29: 27-27. (Persian).
- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F. & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100-327.
- Arman, M. (2015). *Investigating the effect of emotional intelligence on entrepreneurial performance by the mediating role of attitude toward entrepreneurship and personality characteristics*, Thesis presented at Ferdowsi University of Mashhad, department of management. (Persian).
- Arranz, N., Ubierna, F., Arroyabe, M.F., Perez, C., & DeArroyabe, J.C. (2017). The effect of curricular and extracurricular activities on university students' entrepreneurial intention and competences, *Studies in Higher Education*, 42 (11): 1-30.
- Azizi, M., & Taheri, M. (2013). The Impact of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intention and Characteristics, *Journal of Innovation and Value Creation*, 2 (4): 71-82. (Persian).
- Barani, Sh., Zarafshani, K., Delangizan, S., & Hosseini Largani, S. M. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior of Students at Payam Noor University of Kermanshah, Structural Equation Modeling Approach, *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 57, 85-85. (Persian).
- Boroumand, M. R., & Fazli Darzi, A. (2013). Studying the Perspective of Physical Education and Sport Students on Career Future, *sport science institute of Iran*, 5, 31-48. (Persian).
- Chacar, A. & Hesterly, W. (2004). Innovations and value creation in major league baseball, 1860-2000. *Business History*, 46 (3), 407-438.

- Ciletti, D., & Chadwick, S. (2012). *Sports Entrepreneurship: Theory and Practice*: Fitness Information Technology. Routledge publication.
- DiMaggio, P. J. (1988). *Interest and agency in institutional theory*. In L. G. Zucker (Ed.), *Institutional patterns and organizations: Culture and environment* (pp. 3–22). Cambridge: Ballinger. 62.
- DiMaggio, P. J. (1988). *Interest and agency in institutional theory*. In L. G. Zucker (Ed.), *Institutional*.
- Eslami, S. (2007). Personnel working in Iran and the status of graduates of the higher education system. *The economic landscape*, 244-259. (Persian).
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intentions: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2013). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management* 4: 29–42.
- Ferrante, J. (2008). *Sociology: A global perspective*. 7ed. USA: Thomson learning Inc.
- Gianiodis, P. T., & Meek, W. R. (2020). Entrepreneurial education for the entrepreneurial university: a stakeholder perspective. *The Journal of Technology Transfer*, 45(4), 1167-1195.
- Ghanaati, M., Nodeh, H., Ghodrati, A., & Jalalifar, A. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of Sabzevar University of Medical Sciences Students. *Sabzevar University of Medical Sciences*, 24 (5): 319-325. (Persian).
- Gibb, A. A. (1996). Entrepreneurship and Small Business Management: can we afford to neglect them in the Twenty-first century business school? *British Journal of Management*, 7(4), 309-324.
- Heinonen, J., & Korvela, K. (2003). *How about measuring entrepreneurship?* Research Report, SmallBusiness Institute, Turku, Finland: 1-126.
- Hitt, M., Ireland, R., Camp, S., & Sexton, L. (2001). Guest editor's introduction to the special issue on strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22 (6/7), 479–491.

- Husseinkhah, A. (2008). The Possibility and Necessity of Entrepreneurship Education in Schools, *Curriculum Studies*, 3 (11): 66-94. (Persian).
- Jabeen, F., Faisal, M.N., & Katsioloudes, M.I (2017). Entrepreneurial mindset and the role of universities as strategic drivers of entrepreneurship, *Journal of small business and enterprise development*, 24 (1): 136-157.
- Jafari Moghaddam, S., Zali, M.R., & Jalilzadeh, M. (2011). Deterrent Factors of Student Entrepreneurial Intention: A Case Study of Tehran University, *Modern Economics and Business Quarterly*, 25 and 26: 27-51. (Persian).
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106-275.
- Johannisson, B., & Monsted, M. (1997). Contextualizing entrepreneurial networking. *International Studies of Management & Organization*, 22 (3), 109-137.
- Linan F., & Chen YW. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice Journal*, 33(3). 593-617.
- Linan, F. (2008). "Skill and Value Perceptions: how do They Affect Entrepreneurial Intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal* 4 (3): 257-72
- Luczkiw, E. (2008). Entrepreneurship Education in an Age of Chaos, Complexity and Disruptive Change. *OECD Education & skills*.18 (1): 65-93
- Maitlo, A. A., Memon, S. B., & Kumar, M. (2020) The Mediating Role of Networking Orientation Between Entrepreneurial Personality Characteristics and Entrepreneurial Intentions. *Advances in Business-Related Scientific Research Journal*, 11(1): 1-18.
- Mashayekh, P. (2007). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Mood in Kazerun High School Students, *Journal of New Thoughts in Educational Sciences*, 2 (4): 101-113. (Persian).
- Mirzaian Kevlari, Y., & Sharifi, M. (2016). A Comparative Study of Entrepreneurial Components among High School and Secondary School

- Students in Secondary School of Delfan. *Management and Planning in Educational Systems*, 9 (17): 131-158. (Persian).
- Mohseni, A., Mousavi, S. H., & Jamali, M. (2013). The Role of Entrepreneurship Education in Entrepreneurial Attitude and Students' General Self-Efficacy Belief, *Journal of Research and Planning in Higher Education*, 69, 63-80. (Persian).
 - Mohseni, H.S., & Shafizadeh, H.R. (2012). Investigating Entrepreneurial Personality Characteristics of Tehran State University Students, *Journal of Social and Cultural Strategy*, 1 (4): 133- 165. (Persian).
 - Moradi, M. (2010). *The impact of opportunity recognition skills on entrepreneurial intentions of nursing students* [dissertation]. University of Tehran. (Persian)
 - Mwasalwiba, E.S. (2008). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52 (1): 20-47
 - Nieman, G., & Bennett, A. (2002). *Business Management: A value chain Approach*. Pretoria: Van Schaik.
 - Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Jssellesteine, A. (2008), The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Competencies and Intentions: An Evaluation of the Junior Achievement Students Mini-company Program, *ZZA Discussion Paper*, 1-27.
 - Paco, A., Ferreria, J.M., Raposo, M., Rodrigues, R.G., & Dinis, A. (2015). Entrepreneurial intentions: is education enough? *International entrepreneurship and management journal*, 11 (1): 57-75.
 - Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions, *journal of business management*, 53 (4): 970-985.
 - Ratten, R. (2018). *Sport entrepreneurship, developing and sustaining an entrepreneurial sports culture*, Australia: springer.
 - Ratten, V. (2010). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *Journal of Management & Organization*, 16(04), 557–565.
 - Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship and Management Journal* 7(1): 57-69.

- Ratten, V., & Ferreira, J.J. (2017). *Sport entrepreneurship and innovation*, first published; NY.
- Rezaei, R., Sharafi, L., Najafu, P., & Gulbaz, Sh. (2017). Factors Influencing Entrepreneurial Intention of Graduate Students of Zanjan University with Emphasis on the Mediator Effect of Attitude Toward Entrepreneurial Behavior, *Journal of Agricultural Education Management Research*, 40: 96-111. (Persian).
- Rosner B. (1995). *Fundamentals of Biostatistics*. 4th ed. Duxbury Press. Page 221.
- Saeediakia, M (2007), *Principles and Foundations of Entrepreneurship*, Seventh Edition, Tehran: Kia publication. (Persian).
- Solvoll, S., Alsos, G. A., & Bulanova, O. (2015). Tourism entrepreneurship – Review and future directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 120–137.
- Sorgi, F., & Sorgi, F. (2017). Entrepreneurship Training in Elementary Schools, *Second International Congress on Community Empowerment in Management, Economics, Entrepreneurship and Cultural Engineering*, Tehran. (Persian).
- Souitaris, V., Zerbinati, S. & Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing* 22: 566–91.
- Turner, T., & Gianiodis, P. (2017). Entrepreneurship Unleashed: Understanding Entrepreneurial Education outside of the Business School, *Journal of small business management*, 56 (1): 131-149.
- Undergraduate Curriculum in Sport Science. (2016). Ministry of Science, Research and Technology, *a report of Supreme Council for Educational Planning*. (Persian).
- Welsh, D, H.B., Tullar, W.L., & Nemati, H. (2016). Entrepreneurship education: process, method, or both? *Journal of innovation and knowledge*. 1: 125-132.
- Yazdani, E (2012). *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Intention*, MSc Thesis, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University. (Persian).
- Zarafshani, K., Seyyed Mohammadi, S, & Barani, S (2010). Providing effective teaching strategies in university entrepreneurship training

courses. *The first annual conference on management, innovation and entrepreneurship*. Shiraz. (Persian)

- Zia, B., & Vaghar Mousavi, M. (2016). Investigating the Impact of Formal Entrepreneurship Training on Entrepreneurial Intention Shaping, *Entrepreneurship Development*, 9 (1): 99-117. (Persian).

