

عوامل موثر بر قصد کارآفرینی فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی و

تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده

صادق جلالی^{۱*}، ساره جعفری^۲، فرشته محبی^۳

تاریخ پذیرش ۱۴۰۰/۰۷/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۴

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی عوامل موثر بر قصد کارآفرینی فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی دانشگاه‌های سراسری سطح شهر تهران بود؛ که تعداد ۱۲۰ نفر بصورت روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش پرسشنامه استاندارد می‌باشد. که توسط پژوهشگران مختلف روایی سنجی و پایایی سنجی شده است. به‌منظور تأیید یا رد رابطه میان متغیرهای مطرح پس از محاسبه ضریب همبستگی و تعیین شدت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته، از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده گردید. با توجه به تفاوت میان متغیرها از آزمون فریدمن به‌منظور اولویت‌بندی متغیرها استفاده گردید. یافته‌ها نشان داد ابعاد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده با قصد کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی رابطه معناداری داشت. همچنین نتایج حاصل از آزمون رگرسیون نشان داد، سه بعد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده شامل نگرش نسبت به رفتار، کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی تأثیر معناداری داشت. همچنین نتایج حاصل از رتبه‌بندی ابعاد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده نشان داد به ترتیب نگرش نسبت به رفتار، کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی دارای بالاترین اولویت بودند.

کلمات کلیدی: قصد کارآفرینی، نگرش رفتار، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری، خودباوری

کارآفرینانه

^۱ گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

^۲ گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی تهران، تهران، ایران

^۳ دانشجوی دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۱- مقدمه

کارآفرینی ورزشی یک زمینه تحقیقاتی است که بسرعت در حال ظهور است و در آن مدیریت ورزش با تحقیقات نوآوری و کارآفرینی ترکیب می‌شود (راتن^۱، ۲۰۱۲). با توجه به بزرگی صنعت ورزش نسبت به اقتصاد جهانی، این امر مستلزم توجه مداوم از سوی کارآفرینان و محققان مدیریت ورزشی است و بسیار مهم است که محققان کارآفرینی ورزشی با نگاه به آینده به کار خود ادامه دهند (راتن، ۲۰۱۲). بطوری که ورزش، صنعت منحصربه‌فرد و پویایی است که ذاتاً در بخش‌های متعددی کارآفرینانه است (سیلیتی و چادویک^۲، ۲۰۱۲). منحصربه‌فرد بودن ورزش با در نظر گرفتن گسترش کارآفرینی در صنایع و سازمان‌ها، فرصت‌های پویایی را برای کارآفرینان فراهم کرده است (سیلیتی و چادویک، ۲۰۱۲، سانتومیر^۳، ۲۰۱۲)؛ از طرفی رشد و توسعه کارآفرینی به‌عنوان نیروی محرکه اصلی در پیدایش کسب‌وکارها و مشاغل جدید و متعاقباً تسریع رشد اقتصادی مستلزم درک عوامل و فرایندهای تصمیم‌گیری است که منتج به کارآفرینی می‌گردند (گاریا و مورنا^۴، ۲۰۰۹). کارآفرینی پدیده پیچیده‌ای است که تنوع گسترده‌ای از عوامل و زمینه‌ها را دربرمی‌گیرد بنابراین بخش اعظم ادبیات کارآفرینی به شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تمایل فرد به کارآفرین شدن اختصاص دارد (جری^۵ و همکاران، ۲۰۰۸) و کنکاش ادبیات کارآفرینی ما را به این سمت هدایت می‌کند که عوامل دخیل در رشد و ترویج کارآفرینی در دو سطح مورد تحلیل واقع شده‌اند در سطح فردی ویژگی‌های روان‌شناختی و جمعیت شناختی کارآفرینان مورد بررسی قرار گرفته و در سطح محیطی عوامل پیش‌برنده یا بازدارنده محیطی یک فعالیت کارآفرینانه مشخص می‌شود (مولر و توماس^۶، ۲۰۰۲) اما علیرغم تمام این تلاشها، فرایند تشخیص فرصتهای کارآفرینی هنوز همانند یک جعبه سیاه ابعاد ناشناخته بسیاری دارد (کارت^۷، ۲۰۰۷، شان و ونکاتارامن^۸، ۲۰۰۰) و این سوال هنوز بی‌پاسخ مانده است که چرا بعضی افراد فرصتها را شناسایی می‌کنند و بعضی دیگر قادر به

¹ Ratten

² Ciletti & Chadwick

³ Santomier

⁴ Garcia & Moreno

⁵ Gerry

⁶ Mueller & Thomas

⁷ Corbett

⁸ Shane & Venkataraman

انجام این کار نیستند؟ بنابراین عوامل رفتاری و در نهایت خود کارآفرین عامل مهمی در ایجاد کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی است. اهمیت این موضوع به حدی است که روان‌شناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد معطوف داشتند و به دنبال پاسخی برای این پرسش بودند که کدامیک از ویژگیهای فردی کارآفرین وی را از غیر کارآفرین متمایز می‌کند (اونرا و اوزلم، ۲۰۱۶).

حال اینکه جوانان و فارغ‌التحصیلان چه ویژگی‌هایی را برای کارآفرینی شدن باید داشته باشند موضوع مطالعه محققان زیادی بوده است. در این باره ویژگیهای فردی و قصد کارآفرینانی یکی از رویکردهای کلاسیک و همچنین بحث برانگیز در مورد کارآفرینی است (راچ و فرس^۱، ۲۰۱۲) چراکه اندازه‌گیری قصد کارآفرینانه و شناسایی عوامل مؤثر بر آن به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده در بروز پدیده کارآفرینی، پیش‌بینی دقیق‌تری از احتمال وقوع آن را فراهم می‌آورد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۹). در این زمینه مدل‌های متعددی ارائه شده است. پرکاربردترین آن در پژوهش‌های کارآفرینی مدل برنامه‌ریزی شده آجرن^۲ می‌باشد (انگل^۳ و همکاران، ۲۰۱۲، آتیو و آس^۴، ۲۰۱۰). براساس این تئوری هر رفتاری به مقدار خاصی برنامه‌ریزی نیاز دارد که می‌توان آن را از طریق قصد پیش‌بینی کرد. به کمک این تئوری و از طریق مطالعه قصد فرد برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار می‌توان پیش‌بینی کرد که فرد در نهایت این کار را انجام می‌دهد یا خیر (پاکام^۵ و همکاران، ۲۰۱۰).

با بررسی پژوهش‌های گذشته مشخص شد، غلامی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود بیان می‌کنند که امروزه ورزش یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی، اجتماعی در دنیا است؛ بطوری که این صنعت به یکی از بزرگترین و ملموس‌ترین صنایع در سطح جهان تبدیل شده است. در این زمینه کرنی (۲۰۱۴) نشان داد که صنعت ورزش در سال ۲۰۱۴، حدود ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد داشته است و حدود یک درصد از کل تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص داده است. همچنین مطالعات نشان داده است که از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴، صنعت ورزش در دنیا هر ساله بطور متوسط هفت درصد رشد داشته

¹ Rauch and Frese

² Ajzen

³ Engle

⁴ Autio & Acs

⁵ Packham

است که این مقدار رشد از متوسط نرخ رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها بالاتر است (قربانی و وحدانی ۱۳۹۵).

حجم بالای تبادلات مالی در صنعت ورزش و تغییر سبک زندگی مردم، فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار کارآفرینان این عرصه قرار می‌دهد. هم ورزش و هم کارآفرینی به دنبال تقویت توسعه اقتصادی و منطقه‌ای هستند و از ویژگی‌های مشابهی مانند نوآوری، خطرپذیری، پیشگامی و فرصت‌جویی برخوردار هستند (راتن و فریرا^۱، ۲۰۱۷). از این رو، سرمایه‌گذاران علاقه فراوانی به کارآفرینی در بخش ورزش بعنوان یک کسب و کار ورزشی نشان داده‌اند. این امر موجب شده است که سازمانها و شرکتها به شناخت فرصت‌های جدید در حوزه ورزش و بهره‌گیری از آنها برای سودآوری در بلندمدت نیاز پیدا کنند (کسلر و فرانک^۲، ۲۰۰۹). از سوی دیگر چان^۳ و همکاران (۲۰۱۲) در مطالعه خود نشان دادند که انگیزه کارآفرینی و کارآمدی کارآفرینی بر یکدیگر تأثیر دارند؛ آنان همچنین به این نتیجه رسیدند که کارآمدی کارآفرینی و انگیزه کارآفرینی بر قصد و نیت کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در پژوهشی که توسط زلوگر^۴ و همکاران (۲۰۱۱) انجام گرفت، قصد و نیت کارآفرینی افراد را با عزم و اراده آنها برای راه‌اندازی شرکت خصوصی و موفقیت در آن اندازه‌گیری شد. در این بین دانشجویان بعنوان بالقوه‌ترین پتانسیلها برای مطالعات ویژگیهای کارآفرینی هستند (هولینکا^۵ و همکاران، ۲۰۱۸).

حسینی و خسروی لقب (۱۳۹۵) در بررسی عوامل مؤثر بر قصد و نیت کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت، بیان داشتند که انگیزه کارآفرینی، کارآمدی کارآفرینی و شبکه‌های اجتماعی بر قصد و نیت کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین رضائی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند متغیرهای کنترل درک شده و هنجارهای ذهنی نقش مثبت و معناداری بر توسعه کارآفرینی دارد. از سوی دیگر وموآکا و همکاران^۶ (۲۰۲۰) در پژوهش خود تحت عنوان نگرش به کارآفرینی، کنترل رفتاری درک شده و قصد کارآفرینی نشان

¹ Ratten&Ferreira

² Kessler & Frank

³ Chan

⁴ Zellweger

⁵ Holienka

⁶ Vamvaka et al

دادند که نگرش عاطفی و خودباوری ادراک شده قوی‌ترین پیش‌بینی کننده قصد کارآفرینی هستند. از طرفی هولینکا و همکاران (۲۰۱۸) بیان داشتند که خصوصیات کارآفرینی دانشجویان در رشته‌های مختلف بطور قابل توجهی متفاوت است. ورزش و کارآفرینی چندین ویژگی مشترک دارد؛ بنابراین، هنگام تمرکز بر کارآفرینی دانشجویان دانشگاه، دانشجویان ورزشی شایسته توجه ویژه هستند. نتایج حاصل از نظرسنجی روحیه کارآفرینی دانشجویان نشان داد که دانشجویان ورزشی بعد از دانشجویان هنر، دومین گروهی هستند که بشدت درگیر فعالیتهای کارآفرینی هستند (هولینکا و همکاران، ۲۰۱۸).

در این بین هر ساله دانشجویان زیادی در رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در ایران فارغ‌التحصیل می‌شوند و بازار کار پاسخگوی آنها نیست؛ لذا ضروری است تا دانشجویان با رفتار برنامه ریزی شده قصد جدی برای کارآفرینی داشته باشند همانگونه که های‌داک (۲۰۲۰) می‌نویسد ضرورت دارد کارآفرینان ورزشی با شناخت خود به آینده این صنعت امیدوار باشند؛ اما موضوع مهمی که می‌بایست بدان توجه نمود این است که چه عواملی بر قصد و نیت کارآفرینی فارغ‌التحصیلان مؤثر است؛ چرا که با شناسایی آنها و تقویت عوامل تأثیرگذار بر قصد و نیت کارآفرینی می‌توان بسترهای لازم را فراهم نمود و فارغ‌التحصیلان را به نحو هر چه بهتری آماده کرد تا یک کارآفرین موفق شوند و کسب و کار خود را راه‌اندازی نمایند. لذا پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی می‌پردازد.

۲- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه فارغ‌التحصیلان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های سراسری در سطح شهر تهران تشکیل دادند؛ که با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس نمونه‌ها انتخاب و در نهایت ۱۲۰ نفر با پژوهش حاضر همکاری داشتند و این حجم نمونه برای استفاده آنالیز آماری استفاده شد. در تکمیل مبانی نظری و سابقه تحقیقات انجام‌گرفته، به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها برای انجام تحلیل، ۴ پرسشنامه استاندارد آجرن ۱۹۹۹ مورد استفاده قرار گرفته است؛ که شامل پرسشنامه‌های نگرش نسبت به رفتار شامل ۲۶ سؤال، هنجارهای ذهنی شامل ۶ سؤال و کنترل رفتاری درک شده (خودباوری کارآفرینانه) شامل ۲۳ سؤال و قصد کارآفرینانه شامل ۳ سؤال بود.

روایی این پرسشنامه‌ها توسط ۱۲ نفر از اساتید و متخصصین مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت. برای اندازه‌گیری قابلیت پایایی، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان ضریب پایایی با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای کل سؤالات پرسشنامه عدد ۰/۹۲ به دست آمد. به منظور تأیید یا رد رابطه میان متغیرهای مطرح پس از محاسبه ضریب همبستگی و تعیین شدت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته، از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده گردید. با توجه به تفاوت میان متغیرها از آزمون فریدمن به منظور اولویت‌بندی متغیرها استفاده گردید. برای انجام کلیه عملیات آماری از نرم‌افزار SPSS-20 بهره گرفته شد.

۳- یافته‌های پژوهش

۳-۱. توصیف ویژگی جمعیت شناختی

یافته‌های توصیفی نشان داد ۸۳/۳ درصد از پاسخگویان دارای سن کمتر از ۳۰ سال، ۱۶/۷ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال و بیشتر بودند. همچنین ۶۰/۶ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۹/۴ درصد زن بودند. بیشترین سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان در مقطع لیسانس بوده است که ۷۶/۶ درصد می‌باشد. ۲۳/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان نیز دارای تحصیلات فوق لیسانس بوده‌اند.

به منظور تعیین نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد که در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

متغیرها	نگرش نسبت به رفتار	کنترل رفتاری درک شده	هنجارهای ذهنی	قصد کارآفرینانه
تعداد نمونه	۱۲۰	۱۲۰	۱۲۰	۱۲۰
پارامترهای توزیع نرمال	میانگین	۹۸/۵۰	۹/۲۵	۲۲/۲۹
	انحراف معیار	۱۰/۱۷	۲/۴۸	۲/۶۳
آماره آزمون کولموگروف - اسمیرنوف	۱/۱۹	۲/۷۳	۲/۲۱	۱/۶۵
سطح بدست آمده از آزمون	۰/۰۸	۰/۱	۰/۰۶	۰/۱۲

جدول ۱ نشان می‌دهد چون مقادیر سطح معنی‌داری برای کلیه متغیرها بزرگ‌تر از سطح آزمون یعنی $\alpha=0/05$ می‌باشد، بنابراین همه متغیرها دارای توزیع نرمال بودند.

۲-۳. بررسی ارتباط متغیرهای تحقیق

جدول ۲. نتایج آزمون همبستگی پیرسون متغیرهای مستقل و قصد کارآفرینی

قصد کارآفرینانه		متغیر
۰/۵۵۴	ضریب پیرسون	نگرش نسبت به رفتار
۰/۰۰۱	معناداری	
۱۲۰	حجم نمونه	
۰/۳۵۴	ضریب پیرسون	کنترل رفتاری درک شده
۰/۰۰۱	معناداری	
۱۲۰	حجم نمونه	
۰/۴۴۶	ضریب پیرسون	هنجارهای ذهنی
۰/۰۰۱	معناداری	
۱۲۰	حجم نمونه	

در جدول دو نتایج حاصل از محاسبه ضریب همبستگی پیرسون نشان داده شده است. همه ضرایب در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود لذا فرض صفر مبنی بر نبود همبستگی رد شده و ادعا حفظ می‌شود بنابراین می‌توان گفت با افزایش یا کاهش مقدار یک متغیر، مقدار متغیر دیگر افزایش یا کاهش می‌یابد به عبارت دیگر روابط مستقیم و معنادار بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته وجود دارد.

به منظور تحلیل فرضیه پژوهش از رگرسیون گام به گام استفاده شد تا فقط متغیرهایی که بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی را دارند (بهترین مدل) شناسایی شوند.

جدول ۳. نحوه نام‌گذاری متغیرها در مدل رگرسیون

۱	نگرش نسبت به رفتار	متغیر مستقل
۲	کنترل رفتاری درک شده	
۳	هنجارهای ذهنی	
۴	قصد کارآفرینانه	متغیر وابسته

جدول سه نحوه نام‌گذاری متغیرها در مدل رگرسیون را نشان می‌دهد.

نتایج به دست آمده از رگرسیون در جدول زیر آمده است.

جدول ۴. خلاصه مدل رگرسیون برای متغیر وابسته قصد کارآفرینی با توجه به متغیرهای

مدل	متغیرها	ضریب تأثیر	ضریب تعیین	ضریب تأثیر تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	دوربین-واتسون
۱	نگرش نسبت به رفتار	۰/۶۹	۰/۴۷۶	۰/۴۷۴	۱/۸۰۱۵۹	۱/۶۷۲
۲	کنترل رفتاری درک شده	۰/۶۲۸	۰/۳۹۵	۰/۳۹۲	۱/۹۳۵۸۳	۱/۸۴
۳	هنجارهای ذهنی	۰/۴۰	۰/۱۶۰	۰/۱۵۶	۲/۲۸۴۸۲	۱/۷۶

در جدول چهار متغیر نگرش نسبت به رفتار با متغیر قصد کارآفرینانه با توجه به اینکه مقدار آماره آزمون دوربین واتسون برابر ۱/۶۷ بوده و این مقدار در بازه مجاز تعیین شده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می‌گیرد می‌توان استنباط نمود که بین مؤلفه‌های خطای مدل رگرسیون همبستگی وجود نداشته و مدل برازش شده مدل خوبی می‌باشد. همچنین حدود ارتباط بین این دو متغیر ۶۹ درصد می‌باشد؛ و همچنین متغیر کنترل رفتاری درک شده با متغیر قصد کارآفرینانه با توجه به اینکه مقدار آماره آزمون دوربین واتسون برابر ۱/۸۴ بوده و این مقدار در بازه مجاز تعیین شده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می‌گیرد می‌توان استنباط نمود که بین مؤلفه‌های خطای مدل رگرسیون همبستگی وجود نداشته و مدل برازش شده مدل خوبی می‌باشد. حدود ارتباط بین این دو متغیر ۶۳ درصد می‌باشد؛ و همچنین متغیر هنجارهای ذهنی با متغیر قصد کارآفرینانه با توجه به اینکه مقدار آماره آزمون دوربین واتسون برابر ۱/۷۶ بوده و این مقدار در بازه مجاز تعیین شده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می‌گیرد می‌توان استنباط نمود که بین مؤلفه‌های خطای مدل رگرسیون همبستگی وجود نداشته و مدل برازش شده مدل خوبی می‌باشد. همچنین حدود ارتباط بین این دو متغیر ۴۰ درصد می‌باشد. با توجه به نتایج نگرش نسبت به رفتار بیشترین تأثیر را بر قصد کارآفرینی دارد.

جدول ۵. معناداری مدل‌های فرضیه

مدل	منبع	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	درجات آزادی	F	معنادار ی
۱	رگرسیون	۱۰۳۶۴/۰۸۵	۱۰۳۶۴/۰۸۵	۱	۱۹ ۷۹/۸	۰/۰۰۱
	باقیمانده	۱۵۳۱۰/۸۸۱	۱۳۰/۸۶۲	۱۱۷		
	کل	۲۵۶۷۴/۹۶۶		۱۱۸		
۲	رگرسیون	۱۱۲۸۴/۷۷۱	۵۶۴۲/۳۸۵	۲	۴۸ ۴۵/۴	۰/۰۰۱
	باقیمانده	۱۴۳۹۰/۱۹۵	۱۲۴/۰۵۳	۱۱۶		
	کل	۲۵۶۷۴/۹۶۶		۱۱۸		
۳	رگرسیون	۱۱۸۸۷/۷۲۰	۳۹۶۲/۵۷۳	۳	۰۵ ۳۳/۲	۰/۰۰۱
	باقیمانده	۱۳۷۸۷/۲۴۶	۱۱۹/۸۸۹	۱۱۵		
	کل	۲۵۶۷۴/۹۶۶		۱۱۸		
۴	رگرسیون	۱۲۴۹۳/۵۷۸	۳۱۲۳/۳۹۵	۴	۰۱ ۲۷/۳	۰/۰۰۱
	باقیمانده	۱۳۱۸۱/۳۸۸	۱۱۵/۶۲۶	۱۱۴		
	کل	۲۵۶۷۴/۹۶۶		۱۱۸		

با توجه به جدول شماره پنج تمامی متغیرها از نظر آماری معنادار بودند. در ادامه جهت اولویت‌بندی متغیرهای وابسته و میزان تأثیر آنها به قصد کارآفرینی در این پژوهش از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آزمون در جدول زیر آمده است.

جدول ۶. نتایج آزمون فریدمن متغیرهای پژوهش

آزمون فریدمن							متغیر
سطح معناداری	درجه آزادی	آماره خی دو	میانگین رتبه	انحراف استاندارد	میان گین	N	
۰/۰۰۱	۲	۳۸/۱۹۸	۴/۵۳	۰/۹۸۳	۴/۶	۱۲	نگرش نسبت به رفتار
			۴/۳۸	۰/۹۴۷	۴/۱۶	۱۲	کنترل رفتاری درک شده

			۴/۱۹	۰/۴۹۵	۳/۷۵	۱۲	هنجارهای ذهنی
--	--	--	------	-------	------	----	---------------

در جدول ۶ نتایج آزمون فریدمن نشان داد که بین اولویت متغیرهای پژوهش در هر سه متغیر وابسته نسبت به قصد کارآفرینی تفاوت معنی داری وجود دارد. کلیه عوامل بالاتر از میانگین بودند و بر این اساس متغیر نگرش نسبت به رفتار بیشترین اولویت و متغیر هنجارهای ذهنی دارای کمترین اولویت بود.

۴- بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی، راهکاری مناسب برای دستیابی به توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی به شمار می‌رود. قصد کارآفرینی نیز پیش درآمد رفتار کارآفرینانه است، بنابراین آگاهی از قصد کارآفرینی فارغ التحصیلان علوم ورزشی و شناخت عوامل اثر گزار بر آن حائز اهمیت فراوان است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میان دو متغیر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینی و قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر نگرش‌های مثبت نسبت به رفتار کارآفرینانه، احتمال راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی و قصد کارآفرینی فرد را به میزان قابل توجهی تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نتایج با یافته‌های انجل و همکاران (۲۰۱۰)، صادقی و ملکی‌نیا (۱۳۹۰)، حسینی و خسروی لقب (۱۳۹۵) و ضیاء و وقار موسوی (۱۳۹۵) همسو بود. بر همین اساس اهمیت نگرش‌ها نسبت به کارآفرینی در تشریح آرمان‌ها و اهداف افراد در راستای ایجاد کسب‌وکار جدید مشخص و به‌طور تجربی در تحقیقات پیشین مورد تأیید قرار گرفته است. در این راستا فرانک و لوتجه^۱ (۲۰۰۴) در بررسی خود دریافتند که نگرش نسبت به کارآفرینی مهم‌ترین تعیین‌کننده قصد کارآفرینی می‌باشد. سوان و همکاران^۲ (۲۰۰۷) نیز استدلال نمودند که نگرش‌ها در تعیین تمایلات فرد جایگاه ویژه‌ای داشته و نکته اصلی در بروز یک رفتار نگاه افراد نسبت به آن رفتار می‌باشد. شوارتز و همکاران^۳ (۲۰۰۹) در تحقیق خود دریافتند که حدود ۵۰ درصد از تفاوت در قصد به دلیل نگرش‌ها می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی از سوی فارغ التحصیلان تربیت‌بدنی احتمال شکل‌گیری قصد راه‌اندازی

¹ Frank & Lutte

² Swan et al

³ Schwartz et al

کسب‌وکار ورزشی را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد. چراکه نگرش‌ها و انگیزه‌های شخصی فرد عاملی کلیدی در تأثیر بر تمایلات کارآفرینانه وی محسوب می‌گردد. تا جایی که فرد با در نظر گرفتن پیامدهای مثبت مرتبط با راه‌اندازی کسب‌وکار نگرش مثبتی نسبت به بروز رفتار کارآفرینی داشته باشد به احتمال بیشتری قصد بروز رفتار فوق را در خود تقویت می‌نماید. به عبارت دیگر درک بهتر مطلوبیت‌های ویژه مرتبط با کسب‌وکار ورزشی توسط دانشجویان تربیت‌بدنی، تشخیص آن‌ها از هویت خود به‌عنوان یک کارآفرین را افزایش خواهد داد.

دیگر یافته‌های پژوهش رابطه مثبت و معنادار متغیر کنترل رفتاری درک شده با قصد کارآفرینی نشان می‌دهد. این نتیجه از پژوهش با پژوهش و مواکا و همکاران (۲۰۲۰) و رضائی و همکاران (۱۳۹۶) هم راست بود. بطوری که و مواکا و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود تحت عنوان نگرش به کارآفرینی، کنترل رفتاری درک شده و قصد کارآفرینی نشان دادند که نگرش عاطفی و خودباوری ادراک‌شده قوی‌ترین پیش‌بینی کننده قصد کارآفرینی هستند. همچنین جنکینز و جانسون^۱ (۱۹۹۷) بر این باورند که کنترل رفتاری درک شده انتخاب مسیر حرفه‌ای را تحت تأثیر قرار می‌دهد به این ترتیب می‌توان انتظار داشت افرادی که در خود توانایی‌ها و مهارت‌های لازم مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینانه را سراغ دارند به احتمال بیشتری قصد بروز رفتار کارآفرینانه را در خود پرورش می‌دهند. (درونسک و همکاران^۲، ۲۰۱۰؛ ناکتیوک و همکاران^۳، ۲۰۰۹). لذا افرادی با سطوح بالاتر خودباوری ادراک‌شده تلاش بیشتری را در بازه زمانی طولانی‌تری اعمال نموده و مداومت بیشتری در راستای دریافت نتایج مرتبط خواهند داشت در نتیجه قصد کارآفرینی آن‌ها نیز بیشتر می‌باشد.

نتایج حاصل از تأثیر متغیر هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی نشان از ارتباط مثبت نسبتاً قوی دو متغیر دارد. این نتیجه از پژوهش با پژوهش‌های رضائی و همکاران (۱۳۹۶) و حسینی و خسروی لقب (۱۳۹۵) هم راستا بود. تحقیقات پیشین حول تأثیر این عامل بر قصد کارآفرینی ارتباط دو متغیر نام‌برده را مورد تأیید قرار می‌دهد. زمانی که اطرافیان فرد به‌عنوان مدل نقش کارآفرینی و رفتارهای وابسته به آن را مثبت ارزش‌گذاری نمایند تمایل

¹ Jenkins & Johnson

² Drnovsek et al

³ Naktiyok et al

فرد به بروز رفتارهای کارآفرینانه افزایش می‌یابد؛ اما نتایج تحلیل‌ها نشان از تأثیر ضعیف‌تر این متغیر بر قصد در مقایسه با دو متغیر دیگر دارد. مطابق با نتایج تحقیق، آجزن، هنجارهای ذهنی را ضعیف‌ترین عامل مطرح در مدل دانسته و تعدادی از تحقیقات انجام‌گرفته با استفاده از تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده ارتباط ضعیفی را میان این عامل و قصد کارآفرینی دریافته‌اند (شوگ و براتیانو^۱، ۲۰۰۸). یک توضیح منطقی برای چنین ارتباطی این است که ممکن است این عامل تأثیر مستقیمی بر قصد کارآفرینی نداشته باشد و از طریق تأثیر بر دو عامل دیگر مدل یعنی نگرش نسبت به کارآفرینی و خودباوری قصد کارآفرینی را به‌طور غیرمستقیم تحت تأثیر قرار دهد. افراد تأثیراتی را در نتیجه ارتباط با خانواده، دوستان و سایر اشخاص نزدیک و مؤثر در زندگی خود، دریافت می‌کنند که این تأثیرها می‌توانند به‌طور مستقیم نگرش فرد را تحت تأثیر قرار دهند. بر اساس دیدگاه هنلی^۲ (۲۰۰۵) نیز ارزیابی فرد از خودباوری ممکن است تحت تأثیر پیشینه فرد مانند میزان مقبولیت فرهنگی کارآفرینی به‌عنوان یک گزینه حرفه‌ای و یا قوت تأثیر خانواده بر انتخاب حرفه قرار گیرد. از سوی دیگر آجزن بر این مسئله نیز تأکید دارد که اهمیت نسبی عوامل مطرح در مدل، در طول موقعیت‌ها و رفتارهای مختلف متفاوت است (انجل^۳ و همکاران، ۲۰۰۸). بر همین اساس نتایج بررسی‌های انجام‌گرفته حول تأثیر هنجارهای ذهنی در جوامع و نمونه‌های مختلف نتایج متفاوتی را ارائه نموده است؛ بنابراین دلایل نام‌برده در ضعیف‌تر بودن میزان تأثیر متغیر هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی در مقایسه با دو عامل پیشین دخیل می‌باشند. در صورتی که فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی رفتارهای خود را بصورت مطلوب‌تری مدیریت نمایند و نگرش خود را نسبت به کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای موجود در صنعت ورزش تغییر دهند می‌توانند در اهداف کارآفرینی خود به صورت مطلوب‌تری گام بردارند. در نتیجه لازم است با توجه به اهمیت توسعه قصد کارآفرینی در میان فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی به تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده توجه شود و در این راستا توجه به ابعاد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده می‌تواند مفید باشد و با توجه به اولویت‌های به دست آمده از این پژوهش، به بهبود و تقویت قصد کارآفرینی در میان فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی بپردازند.

¹ Shook & Bratianu

² Henley

³ Angle

۵- منابع

- احمدی، حیدر؛ فرج اله حسینی، سید جمال، و امیدی نجف‌آبادی، مریم (۱۳۸۸). شناسایی برخی عوامل همبسته با ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۳(۳)، ص ۲۴-۹.
- ایمانی حسنلوئی، مهدی، و پاشایی، محمدتقی (۱۳۸۶). مدیریت تغییر در سازمان‌های هزاره سوم که بر کارآفرینی تأکید دارند. نشریه کسب‌وکار و جامعه، شماره ۹۰-۸۹، ص ۳۴-۴۱.
- حسینی، سید محمود؛ فرج اله حسینی، سید جمال، و سلیمانپور، محمدرضا (۱۳۸۸). عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی استان تهران. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، دوره ۵، شماره ۲، ص ۱۱۱-۱۰۱.
- صادقی، مهدی، و ملکی نیا، عماد (۱۳۹۰). ارزیابی دانشجویان از محیط‌های کارآفرینانه و تبیین رابطه آن با قصد کارآفرینی. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۹، ص ۸۹-۶۸.
- حسینی، یعقوب، و خسروی لقب، زهره (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر قصد و نیت کارآفرینی دانشجویان مدیریت. مطالعات منابع انسانی، سال پنجم، شماره ۲۱، ص ۱۳۰-۱۱۳.
- ضیاء، بابک، و وقار موسوی، مجید (۱۳۹۵). بررسی تأثیر آموزش‌های رسمی کارآفرینی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه. توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۱، ص ۱۱۷-۹۹.
- زالی، محمدرضا، رضوی، مصطفی (۱۳۸۷). پژوهش در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران. انتشارات دانشکده کارآفرینی.
- مندعلی زاده، زینب، و هنری، حبیب (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی ورزشی: به‌عنوان یک رشته بین رشته‌ای. دوره ۲، شماره ۲، ص ۱۳۶-۱۱۳.
- یدالهی، جهانگیر (۱۳۸۷). کارآفرینی در ورزش کشور. همایش ملی مدیریت ورزشی با تأکید بر سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران، آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک.
- رضائی، روح الله؛ شرفی، لیلی، نجفلو، پریسا و گلباز، شیرین (۱۳۹۶). عامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی‌نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، دوره ۹، شماره ۴۰، ص ۹۶-۱۱۱.

Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delano, S., Alvarado, I., ... & Wolff, B. (2008). Entrepreneurial Intention A twelve-country evaluation of Ajzens model of planned behavior. International Journal Of Entrepreneurial Behaviour&Research, Vol16. No1. 35-57.

Berrett, T., Burton, T. L., & Slack, T. (1993). Quality products quality service, factors leading to entrepreneurial success in the sport and leisure industry. Part of the Taylor & Francis Group, 12(2): 93_106.

Chan, K. Y., Moon-ho, R. H., Chernyshenko, O. S., Bedford, O., Uy, M. A., Gomulya, D., ... & Phan, W. M. J. (2012). Entrepreneurship, professionalism, leadership: A framework and measure for understanding boundaryless careers. *Journal of Vocational Behavior* 81, 81(1), 73-88.

Ciletti, D. & Chadwick, S. (2012). *Sports entrepreneurship: Theory and practice*. Fitness Information Technology: west Virginia, 1ed.

Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Start-ups: Developing a Multi-Dimensional Definition. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol16.No4.329-348.

Gerry, C., Marques, C. S., & Nogueira, F. (2008). Tracking student entrepreneurial potential: personal attributes and the propensity for business start-ups after graduation in a Portuguese university. *Problems and Perspectives in Management*, 6(4), 45-53.

Henley, A. (2005). From entrepreneurial aspiration to business start-up: Evidence from British longitudinal data. *European Business Management School, University of Wales, Swansea*.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Developing a coherent enterprise support policy: A new challenge for government, environment and planning. *Journal of Entrepreneurship Management*, 21(1): 3-19.

James Cook University of Australia, Bachelor of Business (Sports & Events Management): www.jcu.edu.au/business/JCUPRD_037555.html, 25 Apr 2009.

Jenkins, M., & Johnson, G. (1997). Entrepreneurial Intentions and Outcomes: A Comparative Causal Mapping Study. *Journal of Management Studies*, Vol34. No6.895-920.

Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models Of Entrepreneurial Intentions. *Journal Of Business Venturing*, Vol15. 411-432.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2006). Testing The Entrepreneurial Intention Model On A Two-Country Sample.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.

Holienka, M., Holienková, J., & Holienka, M. (2018). Sports as a stepping-stone for entrepreneurship: examining sports university students. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(6), 1485-1496.

Mueller, S. L., Thomas, A. S., & Jaeger, A. M. (2002). National entrepreneurial potential: The role of culture, economic development, and political history. In *Advances in Comparative International Management* Vol. 14, pp. 221-257.

Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Caglar Gulluce, A. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International entrepreneurship and management journal*, 6(4), 419-435.

Pinillos, M. J., & Reyes, L. (2011). Relationship between individualist-collectivist culture and entrepreneurial activity: evidence from Global Entrepreneurship Monitor data. *Small Business Economics*, 37(1), 23-37.

Ratten, V. (2012). Guest editor's introduction: Sports entrepreneurship towards a conceptualization", *Journal of entrepreneurial venturing*, ۴(۱), pp: ۱-۷۷.

Ratten, V. (2012). Sport entrepreneurship: Challenges and directions for future research. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(1), 65-76.

Ratten, V., & Babiak, K. (2010). The role of social responsibility, philanthropy and entrepreneurship in the sport industry. *Journal of management & organization*, 16(4), 482-487.

Ratten, V., & Ferreira, J. J. (2017). Entrepreneurship, innovation and sport policy: Implications for future research. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(4), 575-577.

Santomier, J. (2012). Sport business entrepreneurship. *New England Journal of Entrepreneurship*, 5 (1): 5-6.

Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer- Jarz, D. A., & Breitenecker, R. J. (2009). The Effects Of Attitudes And Perceived Environment Conditions On Students Entrepreneurial Intent: An Austrian Prespective. *Journal of Education& Training*. Vol 51. No4.

Shook, C. L., & Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International entrepreneurship and management journal*, 6(3), 231-247.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.

Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of business venturing*, 26(5), 521-536.

Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-26.