



بررسی تاثیر نگرش و انگیزه کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی

الهام خوش بخت احمدی^۱، محمد کشتی دار^{۲*}، ملیحه آقایی^۳

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

پست الکترونیکی: el.khoshbakht@gmail.com

^۲ استاد مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

پست الکترونیکی: keshtidar@um.ac.ir

^۳ مربی گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فنی و حرفه ای، تهران، ایران

پست الکترونیکی: maghaei@tvu.ac.ir

چکیده:

یکی از مواردی که در مرکز مباحث مدیریت مدرن قرار گرفته است کارآفرینی می باشد لذا هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر نگرش و انگیزه کارآفرینی بر قصد کارآفرینی است، این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی است و از نظر هدف از جمله تحقیقات کاربردی می باشد، جامعه آماری پژوهش دانشجویان علوم ورزشی در مقطع تحصیلات تکمیلی و کارشناسی دانشگاه های شهر مشهد هستند. نمونه گیری به صورت در دسترس و با ارسال پرسش نامه به صورت مجازی برای ۱۵۰ نفر انجام گرفت. یافته ها حاکی از آن است دو متغیر نگرش و انگیزه کارآفرینی همبستگی معناداری با قصد کارآفرینی دارند، نگرش و انگیزه کارآفرینی ۴۶ درصد از متغیر قصد کارآفرینی را تبیین می کنند. لذا با آموزش های لازم و تشویق دانشجویان به سمت کارآفرینی می توان انگیزه و قصد را در آنها ایجاد کرد تا با تغییر نگرش خود نسبت به مشاغل دولتی و استخدام شدن، به سمت کارآفرینی گام بردارند، توجه دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی برای تحقق این امر از الزامات می باشد تا با به کارگیری رویه های گوناگون این موضوع را در مسیر کارآفرین شدن دانشجویان محقق سازند.

واژه های کلیدی: انگیزه کارآفرینی / قصد کارآفرینی / کارآفرینی ورزشی / نگرش به کارآفرینی /



۱- مقدمه

امروزه کارآفرینی به محرک اصلی رشد اقتصادی و چالشی چشمگیر برای اکثر کشورها تبدیل شده است و جدا از اینکه محرک ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی می‌باشد در تأمین نیاز به موفقیت افراد کمک شایانی کرده است (ون گلدن و همکاران^۱، ۲۰۱۵). در همین راستا یکی از مواردی که در مرکز مباحث مدیریت مدرن قرار گرفته است کارآفرینی می‌باشد، همان‌طور که توسط فایول و لینان^۲ (۲۰۱۴) بیان شده است، تحقیق در مورد قصد کارآفرینی به دلیل اهمیت فعالیت‌های اولیه در زمینه اشتغال و رشد اقتصادی باید مورد بازنگری قرار گیرد. کارآفرینی یک پدیده چندوجهی است و در واقع یک کارآفرین را می‌توان به‌عنوان فردی که کسب‌وکاری را برای سود و رشد تأسیس و مدیریت می‌کند، معرفی کرد (سامیس اسمیت و همکاران^۳، ۲۰۱۹).

ورزش با ایجاد جذابیت‌ها و تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی فرصت‌های لازم برای توسعه و گسترش کارآفرینی را فراهم می‌کند (هنری و مندعلی زاده، ۱۳۸۹). با توجه به وجود مسئله‌ی بیکاری دانشجویان در تمامی جوامع و یافتن راهی برای حل این مسئله، می‌توان کارآفرینی را در برنامه‌های موسسات آموزش عالی گنجانده. تعداد زیادی از جوانان کشور در دانشگاه‌ها در رشته‌های تحصیلی از جمله تربیت بدنی و علوم ورزشی مشغول به تحصیل هستند و امید دارند که بعد از فارغ التحصیل شدن بتوانند به بازار کار ورود پیدا کنند، با توجه به این موضوع دیدگاه کارآفرینانه می‌تواند تا حد زیادی از مشکلات پیش روی این افراد را آینده‌کم کند (ذبیحی و همکاران^۴، ۱۳۹۷). لذا پدیده بیکاری و اشتغال چالش مهمی در دانشجویان می‌باشد که بسیاری از افراد را درگیر کرده است، در همین راستا توجه به کارآفرینی و پرورش زمینه‌های آن به‌عنوان یکی از ضرورت‌ها شناخته شده و بر اساس تحقیقات می‌توان اذعان داشت که قابلیت‌ها و عواملی وجود دارند که رشد و پرورش آن‌ها منجر به توسعه کارآفرینی در افراد می‌شود (کرک و راجوا^۵، ۲۰۱۱). از جمله اقدامات لازم برای توسعه کارآفرینی بسترسازی برای این مسئله است که می‌توان به ایجاد فرهنگ کارآفرینی که شامل ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارها می‌باشد اشاره کرد، از طرفی وجود چالش برای جامعه‌ی دانش‌آموخته و عدم توانایی در راه اندازی کسب‌وکار، ایجاد نگرش کارآفرینانه برای بروز رفتار کارآفرینانه را ایجاد می‌کند (لینان و همکاران^۶، ۲۰۱۰). در ادامه می‌توان گفت ارتقای قصد کارآفرینی به‌عنوان مجموعه‌ای از عوامل انگیزاننده که باعث تحت تأثیر قرار گرفتن یک

-
۱. Van Gelderen et al
 ۲. Fayolle & Linan
 ۳. Smith et al
 ۴. Kurek & Rachwaá
 ۵. Linan et al
 ۶. Ajzen
 ۷. Barral et al

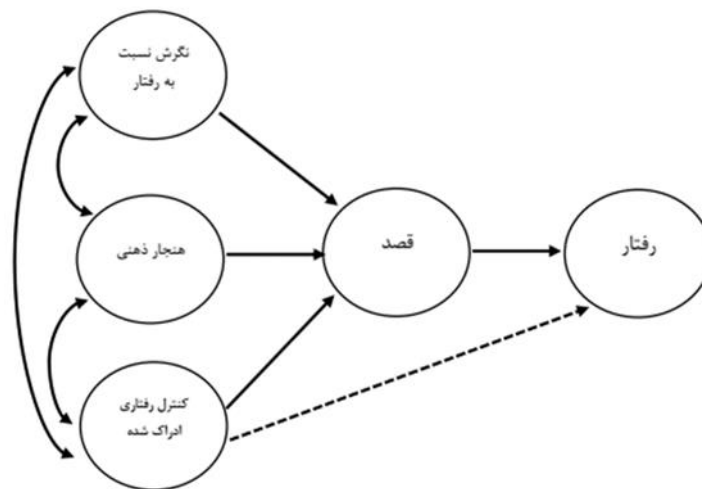


رفتار خاص و میزان تلاش فرد و تمایل او برای تحقق یک رفتار خاص می‌شود (آجزن^۱ ۱۹۹۱) از عوامل مؤثر در خلق کسب‌وکارهای جدید به شمار می‌آید، در واقع اندازه‌گیری قصد کارآفرینانه باعث ایجاد فرصتی می‌شود تا درک بهتری از چگونگی بروز رفتارهای کارآفرینانه به دست آوریم (بارال و همکاران^۲، ۲۰۱۸). مدل‌های بسیاری در تحقیقات کارآفرینی به‌عنوان چهارچوب تحقیق استفاده می‌شوند اما یکی از مدل‌های کاربردی که از مدل‌های اصلی قصد و نگرش کارآفرینانه محسوب می‌شود، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (آجزن ۱۹۹۱) می‌باشد.

۲- ادبیات تحقیق

مدل‌های بسیاری در تحقیقات کارآفرینی به‌عنوان چهارچوب تحقیق استفاده می‌شوند اما یکی از مدل‌های کاربردی که از مدل‌های اصلی قصد و نگرش کارآفرینانه محسوب می‌شود، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (آجزن ۱۹۹۱) می‌باشد.

شکل ۱. مدل رفتار برنامه‌ریزی شده (آجزن، ۱۹۹۱)



برای رفتار برنامه‌ریزی شده فرض می‌کند که یک فرد انگیزه انجام یک رفتار خاص را دارد تا حدی که انتظار دارد بر انجام آن رفتار کنترل کند و نسبت به آن رفتار نگرش مثبتی داشته باشد (کروگر و همکاران^۳ ۲۰۰۳؛ لینان و چن^۴، ۲۰۰۹؛ اسچلاگل و کوئین^۲،

۱. Krueger et al
 ۲. Linan & chen
 ۳. Schaegele & Koeing
 ۴. Bohner & Dickel



۲۰۱۴) به همین ترتیب، افزایش نگرش نسبت به کارآفرینی (افزایش جذابیت شروع کار خود) تأثیر مستقیمی بر قصد کارآفرینی دارد. علاوه بر این، نگرشها نسبت به ویژگی‌های شخصی نسبتاً پایدار در نظر گرفته می‌شوند و می‌توانند از طریق فرایندهای تعاملی با محیط در طول زمان و موقعیت‌ها تغییر کنند، با توجه به مدل موجود، بهبود در نگرشها موجب افزایش تمایل فرد به کارآفرین شدن می‌شود (بوهنر و دیکل^۳، ۲۰۱۱)، همچنین یوتامی^۴ (۲۰۱۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که انگیزه، نگرش ذهنی و کنترل رفتاری درک شده بر اهداف کارآفرینی مؤثر هستند. سیمونز^۵ (۱۹۹۹) معتقد است نگرشها از ابزارهای مهم برای شروع و اقدام به کارآفرینی هستند که اگر فرد دارای نگرشهای خاص باشد موجب فعالیت‌های بیشتری در کارآفرینی می‌شود. رایبسون^۶ و دیگران (۱۹۹۹) بیان داشتند چهار نگرش کارآفرینانه شامل توفیق طلبی، اعتمادبه‌نفس، خلاقیت و استقلال‌طلبی وجود دارد (وانکی و بوشوف^۷، ۲۰۰۴) که هرکدام از سه بعد تشکیل‌شده است: بعد شناخت (اعتقادات و تفکرات)، بعد عواطف (مثبت و منفی) و بعد رفتار (قصد، نیت و عمل) (شورای ملی کارآفرینی فارغ‌التحصیلان^۸، ۲۰۰۶). در این بین انگیزه در کارآفرینی از محرک‌های قوی می‌باشد که به رفتار انسان جهت می‌دهد (لوک و بائم^۹، ۲۰۰۷) از نظر گلمن انگیزه اشتیاقی برای انجام دادن کار با دلایلی فراتر از پول و یا موقعیت و رغبتی برای دنبال کردن اهداف با انرژی و پشتکار تعریف شده است. مرکز جهانی کارآفرینی^{۱۰} (۲۰۰۶) انگیزه‌هایی را که باعث کارآفرینی می‌شود به دودسته تقسیم کرده است: کارآفرینی بر اساس فرصت و کارآفرینی بر اساس اجبار، در کارآفرینی بر اساس فرصت افراد با توجه به فرصت‌های موجود دست به کارآفرینی می‌زنند و در کارآفرینی بر اساس اجبار افراد به دلیل نیازهای مالی و نبود شغل مجبور به کارآفرینی می‌شوند. پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهند انگیزه‌های کارآفرینانه ارتباط مثبت و معنی‌داری با قصد کارآفرینی دارند و افرادی که دارای انگیزه‌های کارآفرینی بالایی هستند نسبت به بقیه تمایل بیشتری برای کارآفرین شدن دارند (جهانی و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی یک رفتار برنامه‌ریزی‌شده

۵. Utami

۶. Simmones

۱. Rabinson

۲. Vanwyk&Boshoff

۳. National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE)

۴. Locke & Baum

۵. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

۶. Shane



است که می‌تواند در کنار نوآوری، شغل‌های جدید را ایجاد کند و منجر به بهبود وضعیت اشتغال شود (شان، ۲۰۰۳). به دلیل اثرات مثبت کارآفرینی، کشورهای در حال توسعه‌ای مثل ایران می‌توانند از آن به‌عنوان یک‌راه حل اساسی در جهت رفع مشکلاتی همچون افزایش نرخ بیکاری، عدم کارایی در اقتصاد و همچنین افزایش آمار دانش‌آموخته‌های دانشگاه‌ها و عدم وجود شغل برای این قشر استفاده کنند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵). با تغییر نگرش‌ها و ایجاد انگیزه و قصد در دانشجویان می‌توان آن‌ها را در جهت کارآفرین شدن و ایجاد اشتغال آماده کرد.

۳- روش تحقیق

۳-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

تحقیق حاضر از نوع توصیفی- همبستگی است و از نظر هدف از جمله تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری پژوهش دانشجویان علوم ورزشی در مقطع تحصیلات تکمیلی و کارشناسی دانشگاه‌های شهر مشهد هستند. با توجه به اینکه این تحقیق در بازه زمانی مهر تا دی‌ماه سال ۱۳۹۹ انجام شده است، به دلیل ممنوعیت‌های مربوط به شیوع کووید-۱۹ دسترسی به نمونه‌های تحقیق با دشواری همراه بود از این رو نمونه‌گیری به صورت در دسترس و به صورت مجازی صورت گرفت، نمونه حاضر در این تحقیق ۱۵۰ نفر بودند. روایی ابزار تحقیق به تأیید ۱۰ نفر از اساتید حوزه مدیریت ورزشی رسید و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۱ محاسبه شد که حاکی از پایایی مناسب ابزار تحقیق است. در ادامه جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه تحقیق از طریق رسانه‌های ارتباطی مجازی (تلگرام و واتساپ) در اختیار نمونه‌های تحقیق قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های آماری از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و استنباطی (آزمون K-S و رگرسیون خطی) در نرم‌افزار SPSS ۲۲ استفاده شد.

جدول شماره ۱. ویژگی جمعیت شناختی پاسخ دهندگان



متغیر	سطوح	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۹۴	۶۲/۷
	مرد	۵۶	۳۷/۳
تحصیلات	مجموع	۱۵۰	۱۰۰
	کارشناسی	۹۶	۶۴
	کارشناسی ارشد	۴۸	۳۲
	دکترا	۶	۴
نسبت با کارآفرین	مجموع	۱۵۰	۱۰۰
	اعضای خانواده	۱۵	۱۰
	دوستان و آشنایان	۶۷	۴۴/۷
	هیچکدام	۶۸	۴۵/۳
	مجموع	۱۵۰	۱۰۰

۳-۲ ابزار

ابزار جمع‌آوری اطلاعات ۳ پرسشنامه شامل پرسشنامه استاندارد انگیزه کارآفرینی تارمینا^۱ شامل (۲۰۰۷)، پرسشنامه نگرش به کارآفرینی کریمی و همکاران (۱۳۹۱) و پرسشنامه قصد کارآفرینانه لینان و همکاران (۲۰۱۱) بودند. روایی ابزار تحقیق به تأیید ۱۰ نفر از اساتید حوزه مدیریت ورزشی رسید و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۱ محاسبه شد که حاکی از پایایی مناسب ابزار تحقیق است. در ادامه جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه تحقیق از طریق رسانه‌های ارتباطی مجازی (تلگرام و واتساپ) در اختیار نمونه‌های تحقیق قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های آماری از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و استنباطی (آزمون K-S و رگرسیون خطی) در نرم‌افزار SPSS ۲۲ استفاده شد.

۴- یافته‌های تحقیق

در ادامه به منظور بررسی ارتباطات بین متغیرهای تحقیق از آزمون رگرسیون خطی استفاده شد؛ که نتایج آن به شرح جدول‌های ذیل است.

جدول ۲. محاسبه معناداری مدل رگرسیونی

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۶۵/۹۸	۲	۳۲/۹۹	۶۴/۱۹	۰/۰۰۱
باقیمانده	۷۶/۵۷	۱۴۹	۰/۵۱		
مجموع	۱۴۲/۵۵	۱۵۱			



همان گونه که در جدول ۲ مشخص است، با توجه به میزان $F = 64/19$ در سطح معناداری $0/001$ می توان چنین نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی مورد آزمون از اعتبار مناسبی برخوردار است.

جدول ۳. همبستگی و ضریب تعیین متغیرهای تحقیق

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	همبستگی تعدیل شده	خطای استاندارد پیش بینی
۱	۰/۶۸	۰/۴۶	۰/۴۵	۰/۷۱

همان گونه که در جدول ۳ مشخص است دو متغیر نگرش و انگیزه کارآفرینی همبستگی معناداری با قصد کارآفرینی دارند و نگرش و انگیزه کارآفرینی ۴۶٪ از متغیر قصد کارآفرینی را تبیین می کنند.

جدول ۴. ضرایب مربوط به مدل رگرسیونی تحقیق

مدل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	t	سطح معناداری
	B	خطا			
۱ (ثابت)	-۲/۳۹۹	۰/۵۳۲		-۴/۵۱	۰/۰۰۱
نگرش	۰/۷۷۴	۰/۱۱۸	۰/۴۸	۶/۵۸	۰/۰۰۱
انگیزه	۰/۵۴۹	۰/۱۴۶	۰/۱۴	۳/۷۶	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۴. فرمول زیر برای محاسبه قصد کارآفرینی با توجه به متغیرهای نگرش و انگیزه کارآفرینی قابل گزارش است:
 قصد کارآفرینی = $2/399 - (0/48 \times \text{نگرش}) + (0/14 \times \text{انگیزه})$

۵- بحث و نتیجه گیری

اهداف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر نگرش و انگیزه کارآفرینی بر قصد کارآفرینی است که یافته ها نشان می دهند نگرش و انگیزه در افراد، متغیر قصد کارآفرینی را تبیین می کند. در همین راستا طبق نتیجه تحقیق خدادادی و همکاران (۱۳۹۸) بالا بردن انگیزه کارآفرینی می تواند زمینه خودکامیابی و قصد کارآفرینی را در دانشجویان ایجاد کند، همچنین صادقی (۱۳۹۳) در تحقیق خود انگیزه ها و نگرش ها را بر توسعه کارآفرینی مؤثر دانست. در واقع این دو متغیر به عنوان عوامل رفتاری می تواند در تقویت و گسترش شاخص های رفتاری و شناسایی افرادی که فرصت های کارآفرینی را درک می کنند کمک کند. همچنین همان طور که در پژوهش حاضر ذکر شد یکی از ابعاد نگرش، بعد رفتار می باشد که با در نظر گرفتن رفتار فرد می توان قصد و عمل او را پیش بینی کرد. عظیم زاده و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خود بیان می کنند که اگر فرد انگیزه ای برای کارآفرین شدن داشته باشد در جهت راه اندازی کسب و کار گام برمی دارد. انگیزه ها به عنوان محرک های افراد اگر تقویت شوند می توانند شوق و قصد کارآفرین شدن را در



فرد ایجاد کنند و همان طور که طبق یافته‌های تحقیق معنی داری آن ذکر شد توجه به این مسئله می‌تواند افرادی را که در حوزه‌ی کارآفرینی کار می‌کنند به فکر وادارد تا در جهت ایجاد انگیزه در افرادی که به کارآفرینی و کسب‌وکار خود نمی‌اندیشند اقدام کنند. آنچه امروزه شاهد آن هستیم تمایل افراد به استخدام در سازمان‌های دولتی و عدم تمایل به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار می‌باشد و از طرفی آن‌ها استخدامی را ترجیح می‌دهند (مک گرث و همکاران^۱، ۲۰۰۰). متأسفانه در کشور ما نیز در میان افراد دانشگاهی و غیردانشگاهی این مسئله قابل مشاهده ست و افراد حتی اگر زمینه خوداشتغالی را داشته باشند بازم مشاغل دولتی را ترجیح می‌دهند (ترکیان تبار، ۱۳۸۳). از این رو توجه به نگرش و انگیزه می‌تواند در ترغیب افراد به کارآفرین شدن مؤثر باشد، این موضوع را می‌توان در تحقیق وگا گمز و همکاران^۲ (۲۰۲۰) مشاهده کرد که با نتیجه‌گیری خود اذعان دارند مهارت‌های کارآفرینی عامل اصلی تعیین کننده‌ی نگرش می‌باشند و به دنبال آن نگرش در تعیین قصد کارآفرینی مؤثر واقع شده است. نتایج پژوهش حاضر نیز تأیید می‌کند که نگرش در قصد کارآفرینی افراد تأثیرگذار است همچنین آموزش مهارت‌های کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل تعیین کننده نگرش در سطح دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد تا نیروی تحصیل کرده انگیزه کافی را به دست آورد و به سمت کارآفرینی سوق داده شود. در تحقیقی که نیا و همکاران^۳ (۲۰۱۷) بر قصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن انجام دادند به این نتیجه رسیدند نگرش درک شده تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارد که همسو با نتایج این تحقیق می‌باشد. تحقیق هریاندا و همکاران^۴ (۲۰۱۹) نشان می‌دهد انگیزه کارآفرینی و دانش کارآفرینی می‌تواند بر قصد کارآفرینی و بهبود علاقه دانشجویان به کسب‌وکار مؤثر باشد. در همین راستا ماهندرا و همکاران^۵ (۲۰۱۷) نتیجه‌گیری می‌کنند که قصد کارآفرینی به‌طور غیرمستقیم تحت تأثیر آموزش کارآفرینی است و انگیزه و نگرش دانشجویان دو متغیر مهم واسطه‌ای محسوب می‌شوند. هر ساله شاهد این موضوع هستیم که افراد زیادی وارد نظام آموزش عالی می‌شوند و طی فاصله کوتاهی فارغ‌التحصیل شده و به سمت استخدام شدن رو می‌آورند از طرفی ظرفیت اشتغال‌زایی با رشد دانشجویان تناسب ندارد (جعفری مقدم و همکاران، ۱۳۹۰) با توجه به این مسئله تحقیقات نشان می‌دهد یکی از مسائلی که افراد دانش‌آموخته با آن مواجه هستند عدم توانایی و نداشتن مهارت لازم در ایجاد کسب‌وکار است از این رو ایجاد نگرش شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه محسوب می‌شود (لینان و همکاران، ۲۰۱۰). افزایش تعداد دانش‌آموختگان و افزایش نامتناسب ظرفیت اشتغال‌زایی ایجاب می‌کند به یکی از راه‌های اشتغال که کارآفرینی است و بهترین پیش‌بینی کننده آن قصد است، رو آوریم (گارکیا ویلاورد و همکاران^۶، ۲۰۱۸). در نتیجه با توجه به تحقیق حاضر و نتایج تحقیقات پیشین می‌توان استنباط کرد که نگرش و انگیزه به‌عنوان دو متغیر تأثیرگذار بر قصد کارآفرینی در افراد قابل توجه می‌باشند، از طرفی با آموزش‌های لازم و تشویق دانشجویان به سمت کارآفرین شدن

-
۱. McGrath et al
 ۱. Vega-Gómez et al
 ۲. Naia et al
 ۳. Heryanda et al
 ۴. Mahendra et al
 ۵. García-Villaverde et al



می‌توان انگیزه را در آن‌ها ایجاد کرد تا با تغییر نگرش خود نسبت به مشاغل دولتی و استخدام شدن به سمت اشتغال‌زایی و کارآفرینی گام بردارند، توجه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی برای تحقق این امر از الزامات می‌باشد تا با به‌کارگیری رویه‌های گوناگون این امر را در مسیر کارآفرین شدن دانشجویان محقق سازند.

منابع

۱. ترکیان تبار، منصور (۱۳۸۳) «فرهنگ‌سازی و بسترهای رشد کارآفرینی»، مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی جنبش تولید علم، تهران.
۲. جعفری مقدم، سعید؛ محمدرضا، زالی؛ جلیل زاده، مریم (۱۳۹۰) «عوامل بازدارنده قصد کارآفرینانه دانشجویان: مورد مطالعه دانشگاه تهران»، اقتصاد و تجارت نوین تابستان و پاییز ۱۳۹۰ شماره ۲۵، ص ۲۷-۵۱.
۳. جهانی، سیمین؛ عابدی، حیدر علی؛ فلاحتی خشک ناب، مسعود؛ الهی، نسرين (۱۳۹۳). «انگیزه‌های کارآفرینانه درک شده توسط پرستاران کارآفرین ایرانی: یک مطالعه کیفی»، پاییز ۱۳۹۳، دوره ۳، شماره ۳، ص ۶۸-۷۷.
۴. خدادادی، محمد رسول؛ متفکری، حکیمه؛ سلیمانی (۱۳۹۸). «نقش میانجیگری مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی در تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر قصد و خود کامیابی راه‌اندازی کسب‌وکار ورزشی»، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزش، سال هشتم، شماره ۳ (۳۱ پیاپی)، زمستان ۱۳۹۸، ص ۳۷-۴۷.
۵. صادقی، حسین؛ هنری، حبیب؛ مندعلیزاده، زینب (۱۳۹۳). «بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور»، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۶، ش ۴، ص ۶۷۱-۶۸۱.
۶. عظیم زاده، سید مرتضی؛ امینی روشن، زهرا؛ مداح، مرتضی؛ عظیم زاده، طاهره (۱۳۹۷) «بررسی ارتباط بین قصد و انگیزه کارآفرینی باصلاحت ایجاد کسب‌وکار در بین دانشجویان»، مطالعات تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، بهار ۱۳۹۷، دوره سوم - شماره ۱، ص ۵۸ - ۶۸.
۷. کریمی، سعید؛ ملامیرزایی، فرشید؛ موحدی، رضا (۱۳۹۵). «تأثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور»، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۸، ص ۵۶-۵۱.



۸. هنری، حبیب؛ مندعلی زاده؛ زینب (۱۳۸۹). «بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی در ورزش؛ به عنوان حوزه‌ای میان‌رشته‌ای»، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره ۲، شماره ۲، بهار ۱۳۸۹، ص ص ۱۳۶-۱۱۳.
۹. Ajzen, Icek. (۱۹۹۱). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, ۵۰(۲), ۱۷۹-۲۱۱
۱۰. Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D. (۲۰۱۸). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, ۵۳(۱), ۱۲۲-۱۳۳.
۱۱. Bohner, G., Dickel, N., (۲۰۱۱). Attitudes and attitude change. *Annu. Rev. Psychol.* ۶۲, ۳۹۱-۴۱۷.
۱۲. Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D., (۲۰۱۸). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, ۵۳(۱), ۱۲۲-۱۳۳.
۱۳. Fayolle, A., & Linan, F., (۲۰۱۴). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, ۶۷, ۶۶۳-۶۶۶.
۱۴. Francisco I. Vega-Gómez^۱, Francisco J. Miranda González^۱, Antonio Chamorro Mera^۱, and Jesus Pérez-Mayo(۲۰۲۰). Antecedents of Entrepreneurial Skills and Their Influence on the Entrepreneurial Intention of Academics. journals.sagepub.com/home/sgo, ۱-۱۴.
۱۵. Goleman, D. (۲۰۰۱). What Makes a Leader? In *Social Psychology ۵th Edition, Annual Editions*. USA: McGraw-Hill/Dushkin, Connecticut.
۱۶. GEM. (۲۰۰۶). Executive report. London, UK: Author.
۱۷. García-Villaverde, P. M. Rodrigo-Alarcón, J., Parra-Requena, G., & Ruiz-Ortega, M. J. (۲۰۱۸). Technological dynamism and entrepreneurial orientation: The heterogeneous effects of social capital. *Journal of Business Research*, ۸۳, ۵۱-۶۴.
۱۸. Heryanda, K., Mayasari, D.A., Sumadi Putra, K.E. (۲۰۱۹). The Improvement of Students' Interest in Business in Economics Faculty, Ganesha Education University, Through Motivation and Knowledge of Entrepreneurship. *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol(۱۰۳), International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS ۱۹).
۱۹. Kurek, S., Rachwaá, T. (۲۰۱۱). Development of entrepreneurship in ageing populations of The European Union. *Journal of Procedia Social and Behavioral Sciences*, ۱۹, pp:۳۹۷-۴۰۵.
۲۰. Krueger, N.F.J, Reilly, M.D, Carsrud, A.L, ۲۰۰۰. Competing models of entrepreneurial intention. *J. Bus. Ventur.* ۱۵, ۴۱۱-۴۳۲.
۲۱. Locke, E. A., & Baum, J. R. (۲۰۰۷). Entrepreneurial motivation. In J. R. Baum, M. Frees, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*, pp. ۹۳-۱۱۲. Mahwah, NJ: Erlbaum.
۲۲. Linan, F, Urbano, D, & Guerrero, M. (۲۰۱۰). Regional variation in entrepreneurial cognitions: Start-up intention of university student in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*.
۲۳. Linan, F, Chen, Y.W. ۲۰۰۹. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrep. Theory Pract.* ۳۳ (۳), ۵۹۳-۶۱۷.
۲۴. Mahendra, A.m., Djatmika, E.T., & Hermawan, A. (۲۰۱۷). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation and Attitude among Management Students, State University of Malang, Indonesia. *International Education Studies*; Vol. ۱۰, No. ۹; ۲۰۱۷.
۲۵. McGrath, R.G. & MacMillan, I.C. (۲۰۰۰). *The entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press.
۲۶. Naia, A., Biscaia, R., Januario, C. et all. (۲۰۱۷). Entrepreneurial intentions of Sport Sciences students And Theory of Planned behavior. *Motriz. Revista de Educação Física* ۲۳(۱): ۱۴-۲۱.
۲۷. Smith, S., Hamilton, M., & Fabian, K. (۲۰۱۹). Entrepreneurial drivers, barriers and enablers of computing students: Gendered perspectives from an Australian and UK university. *Studies in Higher Education*, ۲۸, ۱-۱۴.



۲۸. Simmones, Ch. (۱۹۹۹).The entrepreneurial attitude. Retrieved from www.kcentrepreneur.com/anonymos.html.
۲۹. Schlaegel, C. Koenig, M. ۲۰۱۴. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrep. Theory Pract.* ۳۸ (۲), ۲۹۱-۳۳۲.
۳۰. Shane, S. (۲۰۰۳). A general theory of entrepreneurship. *The Individual-Opportunity Nexus*, Edward Elgar, Cheltenham, UK.
۳۱. Utami, C. W. (۲۰۱۷). Attitude, subjective norm, perceived behaviour, entrepreneurship education and self efficacy toward entrepreneurial intention university student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, ۲۰(۲), ۴۷۵-۴۹۵.
۳۲. Vanwyk R., & A. B Boshoff (۲۰۰۴). Entrepreneurial Attitudes: a distinction between two Professional Groups. *University of Pretoria, South African Journal of Business Management*, Volume ۳۵, Number ۲, ۱ June ۲۰۰۴, pp. ۳۳-۳۸(۶).
۳۳. Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (۲۰۱۵). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, ۳۰(۵), ۶۵۵-۶۷۳.