



بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های استان گیلان

فاطمه احمدی^{۱*}، مجتبی اسکندری پور^۲، مصطفی رشیدی نیا^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۰۴

چکیده

هدف: کارآفرینی از راه‌هایی است که می‌تواند به عنوان اقدامی پایدار در جهت اشتغال‌زایی قرار گیرد. از این رو هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های استان گیلان بوده است.

روش‌شناسی: روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری کلیه دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های استان گیلان می‌باشند. بر اساس حداقل حجم نمونه در نرم‌افزار PLS، از ۲۲۰ نفر نمونه، ۲۰۸ پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه‌های جمعیت‌شناختی، مهارت‌های اجتماعی نیک‌رفتار، سرمایه اجتماعی فرجی، سرمایه اقتصادی سفیری و آراسته؛ و مهارت کارآفرینی رابینز و کولتر بود. روایی محتوایی پرسشنامه‌ها توسط اساتید و متخصصان (۵ نفر) و روایی همگرا، واگرا و پایایی ترکیبی توسط نرم‌افزار تأیید شد.

یافته‌ها: نتایج تحلیل مسیر نشان داد که به ترتیب اولویت هر سه متغیر مهارت‌های اجتماعی ($t=8/419$ ؛ $value=0/521$ ؛ ضریب مسیر)، سرمایه اجتماعی ($t-value=3/389$ ؛ $value=0/188$ ؛ ضریب مسیر) و سرمایه اقتصادی بر مهارت کارآفرینی ($t-value=2/168$ ؛ $value=0/118$ ؛ ضریب مسیر) تأثیر معنی‌داری دارند. ضمناً شاخص برازش کلی مدل GOF برابر با ۰/۴۴۶ و در حد قوی می‌باشد.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌ها به نظر می‌رسد که آموزش مهارت‌های اجتماعی و سپس ایجاد بسترهای لازم برای توسعه سرمایه اجتماعی توسط نهادهای رسمی و غیردولتی می‌تواند بر مهارت کارآفرینی دانشجویان مؤثر باشند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، مهارت‌های اجتماعی، دانشجویان تربیت بدنی

۱. دکتری مدیریت ورزشی آموزشکده الزهرا (س)، دانشگاه فنی و حرفه ای خراسان رضوی، مشهد، ایران، ۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان، رشت، ایران ۳ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان
* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: fa_ahmadi1357@yahoo.com

مقدمه

یکی از حوزه‌هایی که زمینه ظهور کارآفرینی^۱ در آن احساس می‌شود، کارآفرینی در ورزش است. کارآفرینی در ورزش فرصت‌های جدید برای اشتغال در زمینه ورزش را ایجاد می‌کند که با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح نمود. ضمناً، دستاوردها و فرصت‌های شغلی بسیار فراوانی در رویدادهای ورزشی وجود دارد و توجه به کارآفرینی در ورزش و رویدادها نیز سبب ایجاد فرصت‌های شغلی جدید شده است. ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب‌وکار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند (Razavi Mahmoud Abadi, Ghahreman Tabrizi, & Zarei Mahmoud Abadi, 2015).

از نظر پژوهشی نیز تحقیقات بسیاری در داخل کشور ابعاد مختلف کارآفرینی را بررسی کرده‌اند. در سطح کلان، فروغی‌پور و همکاران (۱۳۸۶) هفت زمینه اصلی برای کارآفرینی در ورزش را به ترتیب اولویت، کارآفرینی در حوزه‌های آموزش و پژوهش در ورزش، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، خدمات ورزشی، تبلیغات ورزشی، ورزش همگانی و حرفه‌ای، ساخت و تولید تجهیزات ورزشی و امور فرهنگی ورزش اعلام کردند (Foroughpour, Mozafari, &)

(Ashraf Ganjavi, 2007). هنری و مندعلیزاده

(۱۳۹۰) و مندعلیزاده و همکاران (۱۳۹۱) در دو تحقیق مشابه به بررسی اهداف و استراتژی‌های کارآفرینی در ورزش کشور بر اساس تحلیل استراتژیک SWOT و تعیین موقعیت استراتژیک و وضعیت موجود و مطلوب کارآفرینی در ورزش پرداختند و جایگاه کارآفرینی در ورزش را در موقعیت مخاطره‌آمیز دیدند (Honari & Mondali Zadeh, 2011; Mondalizadeh, Honari, & Shahlaee, 2012). همچنین مندعلیزاده و همکاران (۱۳۹۲) مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور را فراهم کردن اقتصادی پویا برای ورزش، کمک به توسعه ورزش از طریق خصوصی‌سازی در جامعه به‌منظور گسترش نوآوری و اشتغال دانستند (Mondalizadeh et al., 2012).

دسته‌ای دیگر از تحقیقات به شناسایی و مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش پرداختند. مثلاً، محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۰) ابعاد سبک رهبری، فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های شخصیتی مدیران، ویژگی‌های شخصیتی کارکنان و تضاد سازمان را به‌عنوان موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت‌بدنی کشور (Mohammad kazemi, Hamid, & Rostam Bakhsh, 2012) و زیویار و همکاران (۱۳۹۶) موانع ساختاری سیستم تحقیق و توسعه، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم پاداش، تصمیم‌گیری، راهبرد، سیستم مالی و ساختار سازمانی را شناسایی کردند (Ziviar, Farahani, & Keshavarz, 2017). همچنین یداللهی‌فارسی و همکاران (۱۳۹۰) میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان تشویق جو و

1. Entrepreneurship

عوامل محیطی زیرساخت‌ها (عوامل اقتصادی و قانونی)، برنامه‌های آموزشی، فناوری و سیاست‌های توسعه‌ای مرتبط با ورزش تأکید کردند. در بعضی از تحقیقات، رابطه عوامل مختلف فردی و سازمانی با کارآفرینی ورزشی بررسی شده است (Abbasi & Ghorchian, 2009; Mondali Zadeh, Ehsani, 2009; Kouzchian, & Honari, 2014; Mondalizadeh et al., 2012).

در سطح فردی، نتایج تحقیق فرید (۱۳۸۸) نشان داد بین خلاقیت و کارآفرینی هم در ورزشکاران و هم در غیر ورزشکاران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود ندارد (farid, 2009)؛ در صورتی‌که فراهانی و فلاحتی (۱۳۸۶)، زارع و همکاران (۱۳۹۰) نشان دادند بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی با کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد (A Farahani, 2011; Ajam, Azizian, & Seraj, 2011; Abolfazl Farahani & Falahati, 2007; Zare, Hamidi, & Sajadi, 2007). تحقیقات دیگری نیز بر سطح سازمانی تأکید کرده‌اند؛ مثلاً فرزی و همکاران (۱۳۹۴) رابطه هوش سازمانی و چابکی سازمانی با کارآفرینی سازمانی؛ و پورسلطانی‌زرنندی (۱۳۹۴) رابطه بین شادکامی با کارآفرینی در سازمان را بررسی کرده‌اند (Farzi, Abbasi, & Zardoshtian, 2015; Poursolantani Zarandi, Taherkhani, & Shafiee, 2015). به‌طور کلی در سطح فردی، کارآفرینی و الزامات راه‌اندازی کسب‌وکارهای پرخطر نیازمند افرادی است که بتوانند با این شرایط و الزامات خود را وفق دهند و بین این الزامات و ویژگی‌های شخصیتی‌شان تناسب

فضای عمومی حاکم بر جامعه به خلق و اجرای ایده‌های جدید، میزان رقابت در بازار ورزشی، زیرساخت‌های کسب‌وکار مانند ارتباطات، حمل‌ونقل، خدمات بیمه و خدمات بانکی را موانع اصلی کارآفرینی در ورزش کشور دانستند (Yadollah Farsi, Zali, & Bagheri fard, 2011).

تحقیقاتی نیز **عوامل مؤثر بر کارآفرینی ورزشی** را مورد بررسی قرار داده‌اند. مندعلیزاده و هنری (۱۳۸۹) وجود نیروهای متخصص در ورزش کشور، میزان حمایت دولت از گسترش کسب‌وکارهای کوچک، وجود جاذبه‌های توریسم و گردشگری، گسترش کالا و خدمات، روند خصوصی‌سازی و ارائه واحدهای درسی مناسب را از فرصت‌های کارآفرینی در ورزش کشور معرفی کردند (Mondalizadeh & Honari, 2011). محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۰) به ترتیب نوآوری، کنترل شخصی و عزت‌نفس را بر عملکرد مدیران ورزشی فدراسیون کشتی تأثیرگذار دانستند (Mohammad kazemi et al., 2012). فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) نیز به تأثیر عوامل محیطی بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموختگان تأکید کردند (Abolfazl Farahani, Ghasemi, & Mohammadi, 2014). همچنین محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند جنسیت، خوداشتغال بودن پدر، شاغل بودن مادر و هنرستانی یا دبیرستانی بودن تأثیر معنی‌داری بر سطح نگرش کارآفرینانه ورزشکاران ندارد (Mohammadkazemi, Mirzaei, & Ziviar, 2014). مندعلیزاده و همکاران (۱۳۹۳) به لزوم توجه مدیران و سیاستمداران توسعه ورزش به این بخش و در تحقیق دیگری نیز (۱۳۹۴) بر

وجود داشته باشد. البته مک‌کلند^۱ (۱۹۶۱) از استادان روانشناسی دانشگاه هاروارد آمریکا که اولین بار "نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی" را مطرح نمود، معتقد است که عامل عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای درحال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است. وی ویژگی‌های افراد کارآفرین را شامل انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، خلاقیت، مسئولیت‌پذیری، هدف‌گرایی، روحیه تهاجمی، تحمل ابهام، حفظ کارایی و استقلال‌طلبی می‌داند که باعث تقویت قابلیت‌های کارآفرینی می‌شود. در همین رابطه، هاوارد^۲ (۲۰۰۴) تأثیر توسعه مهارت‌های کارآفرینی همچون استقلال‌طلبی، خطرپذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، اعتمادبه‌نفس و خلاقیت را بر کارآفرینی ۴۵۰ نفر از دانشجویان بررسی کرد و نشان داد رابطه مستقیمی بین این قابلیت‌ها و مهارت کارآفرینی افراد وجود دارد (Howard, 2004).

با توجه به اهمیت متغیرهای فردی در رابطه با کارآفرینی، مارکمن و همکاران^۳ (۲۰۰۵) (۲۰۰۵) معتقدند که **مهارت‌های اجتماعی**^۴ کارآفرینان نقش حساسی دارد و جنبه اجتماعی پدیده کارآفرینی را آشکار می‌کند (Markman, Baron, & Balkin, 2005). همچنین کاسی‌میرو و همکاران^۵ (۲۰۰۴) نیز از مهارت‌های ارتباطی به‌منزله مهارت‌های اجتماعی یاد می‌کند و آن را یکی از چهار مهارت

مهم کارآفرینانه می‌داند. از نظر وی مهارت‌های اجتماعی شامل ارتباطات، مذاکره، کار گروهی، تصمیم‌گیری و حل مسئله است. تحقیقات در روان‌شناسی اجتماعی و کاربردی به‌طور مکرر نشان داده است که قابلیت‌ها و مهارت‌های اجتماعی که افراد را قادر به تعامل با دیگران می‌سازد، نقشی کلیدی در تعاملات حرفه‌ای و اجتماعی ایفا می‌کند (Casimiro, Mahara, D., 2004). در همین رابطه، مارکمن و همکاران (۲۰۰۵) خودکارآمدی و مقاومت و پشتکار را عوامل مؤثری بر کارآفرینی می‌دانند. برخی از ویژگی‌های شخصیتی مانند خوش‌بینی و خودکارآمدی و مهارت‌های اجتماعی زمینه‌های کارآفرینی سازمانی را به وجود می‌آورند (Markman et al., 2005). کاشیک و باتنگار^۶ (۲۰۰۹) نیز به این نتیجه رسیدند که افراد به دلایل زیاد روان‌شناختی مانند استقلال، استفاده از مهارت‌ها به‌منظور ایجاد درآمد و تصمیم‌گیری مستقل، کارآفرین می‌شوند (Kaushik & Bhatnagar, 2009). از نظر نیک‌رفتار (۱۳۹۰) توانایی خود انگیزی و مهارت‌های اجتماعی هر دو تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی کارکنان دارد؛ اما میزان تأثیر مهارت‌های اجتماعی بر روی شخصیت کارآفرینانه بسیار بیشتر از توانایی خود انگیزی است (Nik Raftar, 2012). در تحقیق دیگری رابطه بین مؤلفه‌های هوش اجتماعی مثل پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی نیز به دست آمد (Aqa Ahmadi, Halimi, & Kiadaliri, 2012).

1. David mcclelland
2. Howard
3. Markman, Baron & Balkin
4. Social skills
5. Casimiro

6. Kaushik & Bhatnagar

آلدريج^۴ (۲۰۰۵) نشان می‌دهد منافع شبکه اجتماعی به‌طور عمده از آن کارآفرینانی هست که قادرند شبکه‌ای متنوع‌تر و گسترده‌تر را ترتیب دهند (Phillip & Howard, 2005). ماری و ساپاریتو^۵ (۲۰۰۶) نیز با ارائه یک چارچوب نظری نشان داده‌اند که چگونه از طریق سرمایه اجتماعی و شناخت، تعامل و نفوذ برای بهره‌برداری از فرصت‌ها پیدا می‌کنند (Marie & De Carolis & Saporito, 2006). تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵) نیز بیان می‌کنند که با افزایش و کاهش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز کاهش یا افزایش می‌یابد (Taslimi, Monovrian, & Ashna, 2007). محرمزاده و همکاران (۱۳۸۹) گزارش دادند که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد (Moharamzadeh, Kashef, & Behnoosh, 2010). رحمانی‌فیروزجاه و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی سنجش تمایز سرمایه اجتماعی جوانان با محوریت مشارکت ورزشی پرداختند و گزارش کردند که بین میزان سرمایه اجتماعی دانشجویان ورزشکار و غیر ورزشکار تفاوت معنی‌داری وجود دارد که مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد این تفاوت به نفع ورزشکاران است (Rahmanifirooz Jah, Sharapour, & Rezaeepasha, 2011). هنری (۱۳۹۰) به طراحی مدل معادلات ساختاری سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی پرداخت (Honari & Mondali Zadeh, 2011). نتایج پژوهش طغرای و رضوانی (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی و ابعاد آن جایگاهی برجسته و

نتایج تحقیق کاکاپور و خنیفر (۱۳۹۳) نشان داد مهارت‌های اجتماعی کارآفرینان بر بازارگرایی سازمانی تأثیر معنی‌دار دارد، ولی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معنی‌داری ندارد؛ همچنین نتایج تحقیق نشان داد که سازه بازارگرایی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان دارای تأثیر معنی‌داری است (Kakapour & Khonifar, 2014).

اخیراً سرمایه اجتماعی^۱ از متغیرهایی است که نقش مهم‌تری از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند؛ و به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به‌عنوان منبعی ارزشمند گفته می‌شود. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست داده و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌گردد (Adler & Kwon, 2002). کلمن^۲ (۱۹۹۴) سرمایه اجتماعی را یک مشخصه اجتماعی معرفی می‌کند که باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود که از شاخص‌های کارآفرینی است (Coleman, 1994). شین و ونکاتارامن^۳ (۲۰۰۰) با بررسی نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در میان کارآفرینان نوپا معتقدند کارآفرینی شامل دو فرآیند مربوط به کشف فرصت‌های کارآفرینانه و بهره‌برداری از آن فرصت‌ها است. بعضی از فرآیندهای اجتماعی ممکن است توانایی شناخت یا بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش دهند (Shane & Venkataraman, 2000). نتایج پژوهش کیم و

4. Kim & Aldrich
5. Marie & Saporito

1. Social capital
2. Coleman
3. Shane & Venkataraman

اثراگذار بر کارآفرینی است (Yaqoubi Farani, Soleimani, & Movahedi, 2015). سرمایه اقتصادی بدون واسطه و به‌طور مستقیم به پول تبدیل می‌شود و به‌صورت حق مالکیت، نهادی می‌گردد (Sharipour, 2001). درواقع، تمام امکانات، دارایی‌ها، منابع و لوازمی که قابلیت مبادله با پول را داشته باشند و ارزش مادی آن توسط نهادهای حقوقی تأیید شده باشد در زمره سرمایه اقتصادی قرار می‌گیرند (Sharipour, 2001). استونز^۲ (۱۹۹۸) نیز به گونه مشابهی معتقد است: سرمایه اقتصادی به درآمد پولی، سایر منابع و دارایی‌های مالی اطلاق می‌شود و تظاهر نهادهایش را می‌توان در حق مالکیت یافت (Safiri & Arasteh, 2008). به‌عبارت‌دیگر، سرمایه اقتصادی فرد، شامل امکاناتی است که برای رفاه اقتصادی در اختیار دارد. سرمایه اقتصادی فرد را با گویه‌های وسایل رفاهی، درآمد فرد، درآمد پدر، نحوه مالکیت منزل، وضعیت منزل مسکونی، مالکیت تلفن همراه، رایانه، ماشین و نوع اتومبیل، زمین، باغ و سپرده بانکی می‌سنجد. کاستانو و همکارانش^۳ (۲۰۱۵) در پژوهش خود نشان دادند که عوامل اقتصادی تأثیر مثبتی بر کارآفرینی دارد (Castano, Mendez, & Galindo, 2015). یافته‌ها نشان داد از دیدگاه مدیران ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با شرایط کارآفرینان و تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی مهم‌ترین عوامل در تقویت کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی می‌باشد (Donyaei, Yaghoubi, & Rajaei, 2010).

نمایان در نوآوری فعالیت‌های بازاریابی کارآفرینانه دارد (Toghraei & Rezvani, 2012). دلیرهروی و عباس‌زاده (۱۳۹۱) در رابطه سرمایه اجتماعی- فرهنگی و کیفیت زندگی ورزشکاران نشان دادند بین سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی همبستگی معنی‌داری وجود دارد (Dalir Heravi & Abbas Zadeh, 2012). رضوانی و همکاران (۱۳۹۱) هم معتقدند که برخورداری از سرمایه اجتماعی قوی، یکی از مؤلفه‌های کلیدی فرصت‌های کارآفرینی به شمار می‌آید (Rezvani, Khodadad Hosseini, & Toghraei, 2012). اسدی و مرادی (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود نشان دادند که بین بعد ساختاری و بعد کیفیتی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی و درنهایت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (Asadi & Moradi, 2013).

علاوه بر سرمایه اجتماعی، با توجه به اهمیت کارآفرینی در فرایند توسعه دنیای امروزی که در عصر گسترش تجارت بین‌الملل و جهانی‌شدن اقتصادی قرار دارد، ضرورت پرداختن به موضوع‌های مرتبط با کارآفرینی به‌ویژه از جنبه‌های اقتصادی آن احساس می‌شود (Tayebi & Fakhri, 2010). ازآنجا که یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های کارآفرینان و شاید بزرگ‌ترین مانع آن‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکار، کمبود منابع مالی برای تأمین نیازهای سرمایه‌ای است. با توجه به نقش عوامل و شرایط اقتصادی در روند راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه، سرمایه اقتصادی^۱ نیز از متغیرهای

2. Stones

3. Castano, Mendez & Galindo

1. Economic capital

چراتیان و قربانی (۱۳۹۳) آثار سیاست‌های مالی و پولی بر کارآفرینی را تحلیل کردند که نتایج محاسبه‌های تحقیق بیانگر رابطه مثبت و معنی‌دار بین متغیر کارآفرینی و سیاست‌های پولی و مالی است (Cheratian & Ghorbani, 2014). نظریان و حسینی (۱۳۹۴) در تحقیقی نشان دادند تأثیر عوامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی تعاونی‌های کشاورزی در حد زیاد و مهم‌ترین عامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی این تعاونی‌ها قوانین شفاف اقتصادی و مالیاتی تعاونی‌ها است (Nazariyan & Hosseini, 2015).

با توجه به‌مرور تحقیقات در سه سطح کلان تا فردی به نظر می‌رسد تحقیقات اندکی درباره کارآفرینی دانشجویان انجام گرفته است. البته اتزکویتز^۱ (۲۰۰۰) با ارائه مارپیچ دانشگاه، صنعت و دولت ترکیب جدیدی از نیروهای نهادی را درون سیستم نوآوری ارائه داد تا علاوه بر تبدیل دانش به بخش مهمی از نوآوری، دانشگاه به‌عنوان مولد و منتشرکننده دانش نقش مهم‌تری را در نوآوری‌های صنعتی ایفا کند (Etzkowitz, 2002). گیب و هانن^۲ (۲۰۰۶) نیز مدل‌های معمول در کارآفرینی را برای دستیابی به اهداف دانشگاه کارآفرین مناسب نمی‌دانند و بر توسعه آموزش‌های کارآفرینی، توسعه دفاتر کارآفرینی و انتقال فناوری، حمایت از فرآیندهای نوآوری، آموزش مستمر، تقویت تحقیق و توسعه دانشگاهی، حمایت از مالکیت فکری، درگیر کردن استادان دانشگاه، توسعه تیم‌های کارآفرین، تعامل اجتماعی دانشجویان و استادان و تعامل همه‌جانبه صنعت و دانشگاه

تأکید کردند (Gibb & Hannon, 2006). وندرسیدج و همکاران^۳ (۲۰۰۷) در مدل کارآفرینی دانشگاهی خود زیرساخت‌ها، محیط و تجاری شدن دانش را گنجانده که از تعامل آن‌ها رابطه صنعت و دانشگاه، شرکت‌های فناوری‌محور، کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی توسط دانشجویان دانشگاه حاصل می‌شود (Yadollah Farsi et al., 2011). ازاین‌رو، آموزش دانشگاهی به‌عنوان ابزار کارایی دانش‌آموختگان به چالش کشیده شده است (Zali, Madhoshi, & Kordnaiej, 2007).

از طرف دیگر، نقش حیاتی جوانان کارآفرین در گسترش و دستیابی به اهداف هر کشور غیرقابل انکار است، اما ظهور تهدیدهای بیکاری و وجود نشانه‌های حاکی از اینکه فارغ‌التحصیلان جوان دانشگاهی تمایلی ندارند در فعالیت‌های کارآفرینی درگیر شوند، به‌سرعت به یک مسئله اجتماعی-اقتصادی در کشورها تبدیل شده است؛ درحالی‌که شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران نیز لزوم توجه به حل مشکلات و تنگناها در حال و آینده را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و روند مستمر کاهش نقش نفت در اقتصاد کشور، سه عامل مهمی هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران کلان کشور به منبع قابل‌اتکایی به‌جز نفت بیندیشند و بدون شک آن منبع، تنها کارآفرینی و مؤلفه‌های آن خواهد بود (Amini, Jamshidi, & Heidari, 2014). امروزه تولید دانش در کنار انتشار موفق و کاربرد مؤثر آن در تولید به یک هدف جهانی تبدیل‌شده و بسیاری از کشورها به

دنبال روش‌هایی برای انتقال دانش و فناوری حاصل از تحقیقات دانشگاهی از طریق کانال‌های کارآفرینی هستند؛ بنابراین، نقش دانشگاه‌ها در عصر جهانی‌شدن، با توجه به مسئولیت‌های جدیدی که در قبال جامعه و توسعه اجتماعی و اقتصادی آن و بازار آموزشی دارند دگرگون شده است (Yadollah Farsi et al., 2011).

در حال حاضر مسئله اشتغال به چالشی مهم و حساس تبدیل شده است که صاحب‌نظران عوامل مختلفی را برای اهمیت این موضوع بیان کرده‌اند. یکی از اصلی‌ترین آن، شکاف بین آموزش‌های موجود و نیازهای واقعی بازار کار است که ارائه آموزش‌های مناسب می‌تواند در پر کردن این شکاف مؤثر باشد (Ahmdipur, 2009)؛ بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای پرورش کارآفرینان در دانشگاه‌ها به‌عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فناوری است (Vatankhah & Rezaei Moghaddam, 2015). ضمناً، با توسعه آموزش عالی در کشور به‌ویژه در دو دهه گذشته، جمعیت دانش‌آموختگان مراکز آموزش عالی با رشدی فزاینده افزایش یافته است. از سوی دیگر، با توجه به سیاست‌های دولت مبنی بر کاهش و تعدیل نیروی انسانی در دستگاه‌های دولتی، زمینه‌ای برای جذب دانش‌آموختگان توسط دولت وجود نداشته و ضرورت دارد راهکارهای بدیلی برای اشتغال دانش‌آموختگان در مشاغل غیردولتی فراهم شود (Abbasi & Ghorchian, 2009). امروزه دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها دریافته‌اند که در آینده وارد محیط‌های کاری متغیر پویا و پیچیده خواهند شد و عواملی مانند جهانی‌شدن، رقابت و رشد سریع فناوری، دنیای

فرصت‌های کاری را تغییر داده‌اند. همچنین انتظارات کارفرمایان تغییر یافته و آن‌ها نیز به کارکنانی احتیاج دارند که رفتارها و گرایش‌های کارآفرینانه از خود نشان دهند (Zali et al., 2007). در سال‌های اخیر به دلیل بحران فزاینده اشتغال نیروهای جویای کار، به‌خصوص دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، موضوع کارآفرینی به‌عنوان عامل محرک توسعه اقتصادی اهمیت زیادی یافته است. بااینکه اقداماتی در حوزه کارآفرینی ورزشی انجام گرفته است، ولی ناکافی است که از آن جمله می‌توان اجباری شدن دو واحد درس کارآفرینی ورزشی را در سرفصل برنامه درسی سال ۱۳۹۶ دوره کارشناسی علوم ورزشی نام برد. ضمناً وزارت ورزش و جوانان اخیراً با تشکیل دفتر کارآفرینی و اشتغال و همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی برای تربیت مدرسان کارآفرینی، گام‌های مفیدی را برداشته است. همچنین اخیراً از سوی دفتر برنامه‌ریزی و گسترش آموزش عالی مقرر شده است که سرفصل‌های واحدهای درسی دوره‌های کارشناسی با جهت‌گیری کارآفرینی بازبینی شود.

از نظر پژوهشی نیز تحقیقات اندکی درباره کارآفرینی دانشجویان انجام گرفته است. امیری و مرادی (۱۳۸۷) در مورد کارآفرینی دانشجویان چهار عامل سبک مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری- مالی و عملکرد کارکنان دانشگاه را به ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین موانع درون‌دانشگاهی نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان به حساب آوردند (Amiri & Moradi, 2008). جوادیان صراف و شجیع (۱۳۸۸) در بررسی نگرش دانشجویان تربیت‌بدنی به موانع کارآفرینی و ناتوانی در پذیرش خطر مالی

زیست محیطی و بین المللی) و روحیه کارآفرینی دانش‌آموختگان وجود دارد (Abolfazl, Farahani et al., 2014). امینی و همکاران (۱۳۹۳) موانع کارآفرینی از نظر دانشجویان تربیت‌بدنی را اولویت‌بندی کردند. یافته‌ها حاکی از آن بود که بیشترین وزن از نظر دانشجویان به موانع آموزشی و سپس فردی اختصاص یافت. محتوای درسی دانشجویان در دوره تحصیلی و روش تدریس از مهم‌ترین عواملی بودند که در تحقیق حاضر شناسایی شد. ترس از دست دادن سرمایه اندک خود و نداشتن اعتمادبه‌نفس و عدم احساس حمایت از دانشجویان کارآفرین از دیگر عوامل بودند (Amini et al., 2014).

مرور مطالعات در حوزه کارآفرینی دانشجویان نشان می‌دهد که در زمان حاضر به دلیل مسئله اشتغال دانشجویان این موضوع اهمیت و قابلیت بررسی بیشتری را پیدا کرده است؛ به‌خصوص در دانش‌آموختگان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی که به نحوی می‌توان ادعا کرد نیاز به نوآوری و کارآفرینی بیشتری در جامعه دارند، چون با اقشار مختلفی در سطح جامعه در ارتباط می‌باشند که می‌توان با مطالعه و بررسی بیشتر دیدگاه مسئولین و همچنین دانش‌آموختگان این رشته را در رابطه با کارآفرینی و مهارت‌های مربوطه روشن‌تر کرد. بیشتر صاحب‌نظران، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به شمار می‌آورند، زیرا در عصر توسعه فناوری‌های پیشرفته و صنایع دانش‌محور در اقتصاد جهانی، منطقه‌ای، ملی و حتی محلی، فقط از طریق تقویت و تعامل دانشگاه و بنگاه است که می‌توان با بحران‌های گسترده کنونی مقابله کرد.

دانشجویان اشاره کرده‌اند (Javadian Sarraf & Shaji, 2009). نتایج پژوهش بدری و همکاران (۱۳۸۸) نیز نشان داد که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینه استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین است، اما نمرات ریسک‌پذیری از متوسط نمره معیار پایین‌تر بود (Badri, Liaghatdar, Abedi, & Jafari, 2006). نتایج بررسی تأثیر محتوای دروس تربیت‌بدنی در کارآفرینی دانش‌آموختگان این رشته در استان اردبیل توسط فراهانی و همکاران (۱۳۸۸) نشان داد بین نظر دو گروه از کارفرمایان در خصوص تناسب سرفصل دروس تربیت‌بدنی با نیازهای شغلی و راهکارهای آموزشی از طریق مراکز کارآفرینی و نقش دانشکده‌های تربیت‌بدنی در تقویت روحیه کارآفرینی و نقش دولت در حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی دانش‌آموختگان تفاوت آماری معنی‌داری وجود نداشت (A Farahani, Goudarzi, Azizian, Kohan, & Ahmadi, 2009). کیانی‌ماوی و کیانی‌ماوی (۱۳۹۱) تمایل کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر رشته تربیت‌بدنی را بررسی کردند و نشان دادند تمایل دانشجویان پسر به کارآفرینی بیشتر از دختران بود و همچنین مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینانه را به ترتیب عزم و اراده، ریسک‌پذیری، خلاقیت، استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی گزارش کردند (Kiani Mavi & Kiani Mavi, 2012). فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی عوامل محیطی مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی نشان دادند که همبستگی بالایی (۷۳ درصد) بین عوامل محیطی (محیط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی،

درواقع، کارآفرینی دانشگاهی برآیند تلاقی دو جریان کارآفرینی سازمانی و نظام نوین آموزش عالی و پژوهشی جدید است که مورد توجه تمام کشورهای پیشرفته دنیا قرار گرفته است (Sharif, Zadeh, Razavi, Zahedi, & Najari, 2010). توسعه کارآفرینی در میان دانشجویان باعث نظام‌مند کردن فرآیند کارآفرینی و تعمق فرهنگ و الگوهای کارآفرینانه، تسریع رشد اقتصادی از طریق ایجاد شرکت‌ها و مشاغل جدید، تغییر رویکردها و نگرش‌ها درباره کارآفرینی، نوآوری در مشاغل، توسعه و تحریک مهارت‌های کارآفرینانه در طول تحصیل و آماده کردن دانشجویان برای بازار کار پویا و مشارکت در توسعه می‌شود (Postigo & Tamborini, 2002). با توجه به اهمیت کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی و همچنین عوامل کلیدی مرتبط با آن همچون مهارت‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی؛ چنین فرض شده است که سرمایه اقتصادی نیز در حال حاضر به دلیل شرایط اقتصادی ایران می‌تواند بر کارآفرینی این دانشجویان اثرگذار باشد. ضمناً دو متغیر مهارت‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی می‌توانند توسط خود دانشجویان رشد و ارتقا یابد؛ بنابراین سؤال اصلی تحقیق این‌که مهارت اجتماعی و دو سرمایه اجتماعی به‌ویژه سرمایه اقتصادی تا چه اندازه می‌توانند بر متغیر بر کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی استان گیلان اثرگذار باشند؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه

دانشجویان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های استان گیلان و شامل دانشگاه گیلان، پیام‌نور رشت، آزاد رشت، آزاد انزلی، غیرانتفاعی مهر آستانه، قدیر لنگرود، آزاد لاهیجان و آزاد آستارا بودند. بر اساس حداقل حجم نمونه در نرم‌افزار PLS، حجم نمونه باید بر اساس فرمول بارکلای بر پایه دو قاعده زیر محاسبه شود (بارکلای، هیگینز و تامپسون^۱، ۱۹۹۵). ۱- ۱۰ ضربدر بیشترین تعداد شاخص یک سازه یا ۲- ۱۰ ضربدر بیشترین تعداد روابط یک سازه. چون تعداد حداکثر ارتباطات یک سازه ۲۲ بوده، ۲۲۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که درنهایت پس از پر کردن و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، ۲۰۸ پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت.

ابزار سنجش متغیرهای این پژوهش شامل پرسشنامه جمعیت‌شناختی، پرسشنامه ۷ سؤالی مهارت‌های اجتماعی نیک‌رفتار (۱۳۹۰)، پرسشنامه ۱۶ سؤالی سرمایه اجتماعی فرجی (۱۳۸۹)، پرسشنامه ۶ سؤالی سرمایه اقتصادی سفیری و آراسته (۱۳۸۷) و پرسشنامه ۲۲ سؤالی کارآفرینی رابینز و کولتر^۲ (۱۹۹۶) بودند. با توجه به روایی و پایایی تأییدشده این ابزارها در مطالعات قبلی، در این پژوهش از نظر اساتید و متخصصان صاحب‌نظر (۵ نفر)، روایی محتوایی پرسشنامه‌ها تأیید شد. با توجه به استفاده از نرم‌افزار SMART PLS2 و مدل‌سازی معادلات ساختاری^۳ از روش اعتبارسنجی فورنل

1. Barclay, Higgins & Thompson
2. Robbins & Coulter
3. Structural equation model

به مقطع کاردانی با تعداد ۲ نفر (۱ درصد) می‌باشد.

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

آماري پژوهش

متغیر	درصد	فراوانی (تعداد به فراوانی)
جنسیت		
زن	۵۴/۳	۱۱۳
مرد	۴۵/۷	۹۵
سن		
۲۳-۱۹	۵۲/۴	۱۰۹
۲۸-۲۴	۳۶/۱	۷۵
۳۳-۲۹	۵/۷	۱۲
۳۸-۳۴	۴/۴	۹
۴۳-۳۹	۱/۴	۳
تأهل		
مجرد	۸۱/۷	۱۷۰
متأهل	۱۸/۳	۳۸
مقطع		
کاردانی	۱	۲
کارشناسی	۵۱	۱۰۶
ارشد	۴۰/۴	۸۴
دکتری	۷/۷	۱۶

و لاکر^۱ (۱۹۸۱) برای تعیین روایی همگرا استفاده شد. طبق گفته آن‌ها معیار روایی همگرا بودن این است که میانگین واریانس‌های خروجی (AVE) بیشتر از ۰/۵ باشد. روایی واگرا نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای مکنون سنجیده شده و برای هر کدام از سازه‌های انعکاسی جذر AVE باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها در مدل باشد (چیوآ و چن، ۲۰۰۹). روایی همگرا برای تمامی متغیرها بالای ۰/۵ می‌باشد که روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهند. از روش آلفای کرونباخ و نیز از روش پایایی ترکیبی^۲ استفاده شده است و مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرها بالای ۰/۷ بود.

یافته‌های پژوهش

توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در جدول ۱ نشان می‌دهد که ۱۱۳ نفر (۵۴/۳ درصد) پاسخ‌دهندگان زن و ۹۵ نفر (۴۵/۷ درصد) را مردان تشکیل داده‌اند. تعداد ۱۷۰ نفر (۸۱/۷ درصد) از پاسخ‌دهندگان مجرد و ۳۸ نفر (۱۸/۳ درصد) متأهل بودند. بازه سنی ۱۹-۲۳ سال به تعداد ۱۰۹ نفر (۵۲/۴ درصد) کل پاسخ‌دهندگان دارای بیشترین فراوانی بوده و کمترین درصد فراوانی مربوط به بازه سنی ۳۹-۴۳ به تعداد ۳ نفر به میزان ۱/۴ درصد است. همچنین بیشترین فراوانی مربوط به مقطع کارشناسی با تعداد ۱۰۶ نفر (۵۱ درصد) و کمترین آن مربوط

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش با استفاده از روش PLS از سه بخش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی تشکیل شده است. بخش مدل اندازه‌گیری شامل گویه‌های هر بعد است و روابط میان گویه‌ها در این بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. بخش مدل ساختاری نیز حاوی تمامی سازه‌های مطرح در مدل اصلی پژوهش است و میزان همبستگی سازه‌ها و روابط میان آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. در بخش مدل کلی که شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری است با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود که در ادامه به ارزیابی و برازش سه بخش اندازه‌گیری، ساختاری و کلی مدل پرداخته شده است.

جدول ۲، شاخص‌های روایی و پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ را برای تمامی متغیرهای تحقیق

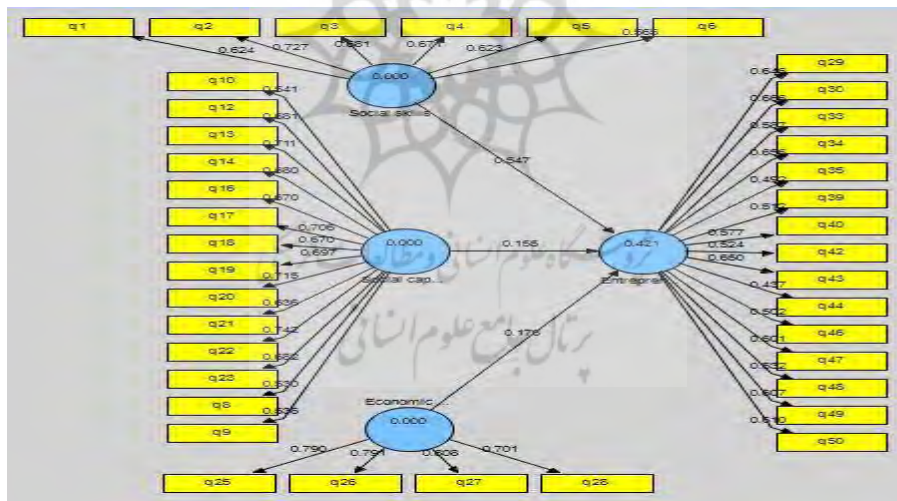
1. Fornell & Larcker
2. Composite Reliability (CR)

قابل قبول را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، تمام مقادیر در سازه مربوط به خود بالاتر از ۰/۵ می‌باشند. در نتیجه گویه‌های با روایی همگرای زیر ۰/۵ حذف گردید که شامل ۱۱ سؤال بودند.

نشان می‌دهد که این ضرایب بالاتر از ۰/۷ می‌باشند و نشان از پایا بودن ابزار اندازه‌گیری می‌باشد. ضمناً میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود، روایی همگرا را نشان می‌دهد و هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است و مقدار بالای ۰/۵ روایی همگرای

جدول ۲. شاخص‌های محاسبه برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی

متغیرها	پایایی ترکیبی ^۱	آلفای کرونباخ	روایی همگرا ^۲	روایی واگرا	ضریب تعیین ^۳	ضریب پیش‌بینی ^۴	مقادیر اشتراکی	برازش مدل کلی
مهارت‌های اجتماعی	۰/۸۱۴	۰/۷۲۹	۰/۵۱۱	۰/۷۱۵	-	-	۰/۵۱۱	
سرمایه اجتماعی	۰/۹۱۵	۰/۹۰۶	۰/۵۰۹	۰/۷۱۳	-	-	۰/۵۰۹	۰/۴۴۶
سرمایه اقتصادی	۰/۸۵۶	۰/۷۷۶	۰/۵۹۶	۰/۷۷۲	-	-	۰/۵۹۶	
کارآفرینی	۰/۸۸۱	۰/۸۵۶	۰/۵۰۴	۰/۷۱۰	۰/۳۷۶	۰/۱۸۳	۰/۵۰۴	



شکل ۲. مدل ضرایب استاندارد شده بارهای عاملی گویه‌های پژوهش

1. CR
2. AVE
3. R2
4. Q2
5. GOF

جدول ۳. ماتریس فورنل و لارکر جهت تعیین روایی همگرا و واگرا

ماتریس فورنل و لارکر	مهارت‌های اجتماعی	سرمایه اجتماعی	سرمایه اقتصادی	کارآفرینی
مهارت‌های اجتماعی	۰/۷۱۵			
سرمایه اجتماعی	۰/۲۰۰	۰/۷۱۳		
سرمایه اقتصادی	۰/۰۶۸	۰/۱۸۲	۰/۷۷۲	
کارآفرینی	۰/۵۶۶	۰/۳۱۴	۰/۱۸۸	۰/۷۱۰

همان‌گونه که از جدول ۳ مشخص است می‌توان روایی واگرایی مدل در سطح سازه را مورد تأیید قرار داد که این یافته روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

جدول ۴. ضریب معنی‌داری روابط هریک از متغیرها با یکدیگر

معنی‌داری	روابط متغیرها
۸/۴۱۹	مهارت‌های اجتماعی ← کارآفرینی
۳/۳۸۹	سرمایه اجتماعی ← کارآفرینی
۲/۱۶۸	سرمایه اقتصادی ← کارآفرینی

ضرایب معنی‌داری یا اعداد معنی‌داری^۱، اولین و ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری) است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ است. با توجه به جدول ۴، همه مسیرهایی که روابط بین مؤلفه‌های پژوهش را نشان می‌دهند بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و معنی‌دار هستند. این معنی‌داری حاکی از پیش‌بینی صحیح روابط مدل پژوهشی می‌باشد.

ضریب تعیین نیز معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد و تنها برای سازه‌های درون‌زای مدل (وابسته) محاسبه می‌گردد که در سه سطح ضعیف (۰/۱۹)، متوسط (۰/۳۳) و قوی (۰/۶۷) است. داده‌های جدول ۲، نشان می‌دهد که میزان ضریب تعیین متغیر کارآفرینی ۰/۳۷۶ و بزرگ‌تر از ۰/۳۳ می‌باشد. این بدین معنی است که مدل ساختاری پژوهش دارای برازش متوسطی است.

ضمناً، معیار اندازه تأثیر^۲، شدت رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. در این معیار از شاخص ضریب تعیین، برای تحلیل سازه‌ها کمک می‌گیرند و مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است؛ بنابراین، برای محاسبه اندازه تأثیر سازه مهارت‌های اجتماعی روی سازه کارآفرینی، ابتدا مقدار ضریب تعیین پس از حذف سازه مهارت‌های اجتماعی از مدل ساختاری محاسبه گردید که برابر با ۰/۱۲۴ بود. سپس با جاگذاری مقادیر ضریب تعیین در فرمول شماره ۱، اندازه تأثیر سازه مهارت‌های

۰/۱۸۳ و بزرگتر از ۰/۱۵ می‌باشد. سازش بین کیفیت مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری برای برازش مدل کلی نیز مطابق فرمول زیر برابر است با:

(فرمول ۲)

$$\text{ضریب تعیین} \times \text{مقادیر اشتراکی} = \sqrt{\text{برازش مدل کلی}}$$

$$= \sqrt{0.530 \times 0.376} = 0.446$$

مقادیر فرمول ۲، با سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵، ۰/۳۶

در سه سطح ضعیف، متوسط و قوی تقسیم‌بندی می‌شوند که با استفاده از جدول ۲، میانگین مقادیر اشتراکی و میانگین ضرایب تعیین به ترتیب ۰/۵۳۰ و ۰/۳۷۶ به دست آمد و در نتیجه مقدار برازش مدل کلی برابر با ۰/۴۴۶ و بزرگتر از ۰/۳۶ است و می‌توان گفت برازش مدل کلی پژوهش مناسب و در حد " قوی " می‌باشد.

اکنون با توجه به نتایج حاصل از مدل ضرایب استاندارد و مقادیر معنی‌داری می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. روابطی که دارای مقادیر معنی‌داری بزرگتر از ۱/۹۶ باشند، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار هستند. در جدول ۵، این فرضیه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

اجتماعی بر سازه کارآفرینی برابر با ۰/۴۰۴ محاسبه شد که نشان‌دهنده اندازه تأثیر بزرگ سازه مهارت‌های اجتماعی بر سازه کارآفرینی است.

$$F^2 = \frac{R^2_{\text{included}} - R^2_{\text{excluded}}}{1 - R^2_{\text{included}}} = \frac{0/376 - 0/124}{1 - 0/376} = 0/404$$

(فرمول ۱)

بر اساس فرمول مشابه فرمول شماره ۱، مقدار اندازه تأثیر سازه سرمایه اجتماعی بر سازه کارآفرینی برابر با ۰/۰۶۴ محاسبه شد که نشان‌دهنده اندازه تأثیر کوچک سازه سرمایه اجتماعی بر روی سازه کارآفرینی است. ضمناً، مقدار اندازه تأثیر سازه سرمایه اقتصادی بر سازه کارآفرینی برابر ۰/۰۲ بود که نشان‌دهنده اندازه تأثیر کوچک سازه سرمایه اقتصادی بر سازه کارآفرینی است.

مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. این قدرت پیش‌بینی در مورد یک سازه درون‌زا به مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی می‌باشد که با توجه به جدول ۲، قدرت پیش‌بینی مدل در حد متوسطی است. چراکه مقدار قدرت پیش‌بینی متغیر کارآفرینی

جدول ۵. نتایج بررسی فرضیه‌های اصلی پژوهش

فرضیه	مسیر فرضیه‌ها	معنی‌داری	ضریب مسیر	نتیجه
فرضیه ۱	مهارت‌های اجتماعی ← کارآفرینی	۸/۴۱۹	۰/۵۲۱	تأیید
فرضیه ۲	سرمایه اجتماعی ← کارآفرینی	۳/۳۸۹	۰/۱۸۸	تأیید
فرضیه ۳	سرمایه اقتصادی ← کارآفرینی	۲/۱۶۸	۰/۱۱۸	تأیید

مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج حاصل از فرضیه اول با نتایج حاصل از مطالعات مارکمن و همکاران (۲۰۰۵) و کاشینگ و باتنگار (۲۰۰۹) که ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی نظیر مهارت‌های اجتماعی را از عوامل به وجود آورنده کارآفرینی می‌دانستند، همسو می‌باشد (Kaushik & Bhatnagar, 2009)؛ (Markman et al., 2005). نیک‌رفتار (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود میزان تأثیر مهارت‌های اجتماعی بر روی شخصیت کارآفرینانه را بیشتر از توانایی خودانگیزی نشان دادند که با نتیجه این پژوهش هم‌راستاست (Nik Raftar, 2012). نتایج پژوهش آقااحمدی و همکاران (۱۳۹۱) که به رابطه معنی دار مهارت‌های اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی انجامیده است با نتیجه این پژوهش مطابقت دارد (Aqa Ahmadi et al., 2012)؛ اما نتایج تحقیق کاکاپور و خنیفر (۱۳۹۳) بایان اینکه مهارت‌های اجتماعی کارآفرینان بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معنی داری ندارد با نتایج این پژوهش مطابقت ندارد (Kakapour & Khonifar, 2014). لذا به نظر می‌رسد دانشجویان با داشتن مهارت‌های اجتماعی قادر به درک اجتماعی بالا هستند و از این طریق خواهند توانست مشتریان را نسبت به محصولات و خدمات جاری آگاه ساخته و نیازهای آن‌ها را نسبت به محصولات جدید سریع‌تر درک کنند و در نتیجه اطلاعات بازار را راحت‌تر از رقبای خود جمع‌آوری کنند. پس مهارت‌های اجتماعی دانشجویان بی‌شک می‌تواند عاملی بسیار تأثیرگذار در فرایند راه‌اندازی و رشد خوداشتغالی باشد. در کنار مهارت‌های اجتماعی، دانشجویان نیازمند هنجارها و شبکه‌هایی برای

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، سطح ضرایب معنی داری بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشند که این دلیلی بر معنی دار بودن روابط همه فرضیه‌ها می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه اقتصادی دنیای امروز بر پایه نوآوری، خلاقیت و دانش استوار است و در چارچوب اقتصاد دانش‌محور قرار دارد. دراین‌بین کارآفرینان به‌طور خاص دارای نقشی مؤثر در توسعه اقتصادی هستند. در سطح کلان، کارآفرینی به معنای شکل‌گیری و رشد بنگاه‌های جدید تلقی می‌شود. یکی از رویکردهای اصلی برای توسعه آمادگی کارآفرینی در هر نظام آموزشی ایجاد و توسعه آمادگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان است که تحقق این موضوع مهم نیز مستلزم شناسایی و توجه به عوامل مؤثر به کارآفرینی دانشجویان است که می‌توانند نقش بسزایی در کارآفرین شدن افراد داشته باشند. به دلیل اهمیت گسترده‌ای که عوامل مؤثر بر آمادگی کارآفرینی در دانشجویان یک کشور دارد و همچنین نبود پژوهش‌هایی که کارآفرینی را از دیدگاه‌های مختلف اقتصادی، روانشناسی و جامعه‌شناسی بررسی کند، در این پژوهش عواملی چون مهارت‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی به‌عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی در دانشگاه‌های استان گیلان بررسی شدند.

بنابر نتایج پژوهش، فرضیه اول نشان داد بین مهارت‌های اجتماعی و کارآفرینی با ضریب معنی داری ۸/۴۱۹ و ضریب مسیر ۰/۵۲۱ تأثیر

انرژی زیاد می‌توانند ویژگی‌های کارآفرینی خود را افزایش دهند (Asadi & Moradi, 2013) ; Taslimi et al., Rezvani et al., 2012 ; Toghraei & Rezvani, 20122007. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی پیش‌شرطی حیاتی برای توسعه کارآفرینی دانشجویان محسوب می‌شود و بستر مناسبی را برای قابلیت‌های کارآفرینانه فراهم می‌کند که با نتیجه پژوهش رحمانی‌فیروزجاه و همکاران (۱۳۹۰) همسو می‌باشد که در آن سرمایه اجتماعی دانشجویان ورزشکار از غیر ورزشکاران بیشتر بود (Rahmanifirooz Jah et al., 2011). ضمناً، سرمایه اجتماعی سبب کاهش هزینه‌ها، بهبود جریان اطلاعات، افزایش اعتماد، ثبات و همسویی در جهت رسیدن به اهداف مشترک شده و منافع فراوانی برای دانشگاه‌ها نیز دارد. از این‌رو، مسئولین دانشگاه باید به سرمایه اجتماعی دانشجویان و مؤلفه‌هایی که موجب بروز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌شوند، توجه ویژه داشته باشند. در این راستا ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی، صنفی و حرفه‌ای، جلب مشارکت افراد، اعتمادسازی و شفافیت، تقویت نگرش‌ها و پنداشت‌های مثبت توصیه می‌شود. همچنین پیشنهاد می‌شود امور فرهنگی دانشگاه‌ها از دانشجویان در فعالیت‌های عام‌المنفعه کمک گرفته و آن‌ها را به مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، مذهبی، جشن‌ها و دوره‌های آموزشی ترغیب نمایند.

در کنار این مؤلفه‌ها نباید فراموش کرد که کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی- اقتصادی است و آن‌چنان‌که متکی به شرایط و بافت اجتماعی است، به عوامل اقتصادی نیز وابسته است. نتایج

ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای جامعه هستند تا منافع متقابل یکدیگر را تأمین کنند که از آن به عنوان سرمایه اجتماعی یاد می‌شود. بر اساس نتایج پژوهش‌ها، موضوعی که سبب ایجاد فرصت برای کارآفرینی می‌شود، شبکه‌ها و روابط اجتماعی افراد یا همان سرمایه اجتماعی است؛ چون اعتمادی که بین طرفین وجود دارد زمینه ایجاد و تشکیل کسب‌وکار جدید را فراهم می‌آورد. رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی در فرضیه دوم با ضریب معنی‌داری ۳/۳۸۹ و ضریب مسیر ۰/۱۸۸، تأثیر مثبت و معنی‌داری بود که با نتایج پژوهش‌های پیشین مطابقت دارد. همان‌گونه که کلمن (۱۹۹۴) سرمایه اجتماعی را یک مشخصه اجتماعی معرفی می‌کند که باعث بروز شاخص‌های کارآفرینی می‌شود (Coleman, 1994). در پژوهش‌هایی هم‌راستا با این پژوهش شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)، کیم و آلدريج (۲۰۰۵) و ماری و ساپاریتو (۲۰۰۶) نشان دادند سرمایه اجتماعی به عنوان یک فرآیند اجتماعی توانایی شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه را افزایش می‌دهد (Marie De Carolis & Saporito, 2006) ; Shane & Phillip & Howard, 2005 ; Venkataraman, 2000). همچنین طبق پژوهش‌های تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵)، طغرای و رضوانی (۱۳۹۰)، رضوانی و همکاران (۱۳۹۱) و اسدی و مرادی (۱۳۹۲) می‌توان گفت هرگونه بهبود در سرمایه اجتماعی باعث بهبود کارآفرینی دانشجویان و برعکس هرگونه کاهش در سرمایه اجتماعی سبب کاهش کارآفرینی دانشجویان می‌شود. طبق این نتیجه دانشجویان دارای سرمایه اجتماعی با اعتقاد به یک آینده واقع‌گرایانه و آرمان دست‌یافتنی با

حاصل از بحث نظری و پژوهش‌های پیشین به این مطلب صحه گذاشته و یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در کارآفرینی را سرمایه اقتصادی دانسته‌اند (Anderson & Miller, 2003). یعقوبی‌فرانی و همکاران (۱۳۹۳) بیان می‌کنند با توجه به نقش عوامل و شرایط اقتصادی در روند راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه، سرمایه اقتصادی نیز از متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی است (Yaquobi Farani et al., 2015). در فرضیه سوم پژوهش با ضریب معنی‌داری ۲/۱۶۸ و ضریب مسیر ۰/۱۱۸ تأثیر بین سرمایه اقتصادی و کارآفرینی مثبت و معنی‌دار گزارش شده است. نتیجه پژوهش کاستانو و همکارانش (۲۰۱۵) نیز با این پژوهش مطابقت دارد که بیانگر تأثیر مثبت عوامل اقتصادی بر کارآفرینی می‌باشد (Castano et al., 2015). در این راستا دنیایی و همکاران (۱۳۸۹) و نظریان و حسینی (۱۳۹۴) به بررسی پژوهش‌هایی در تعاونی‌های کشاورزی پرداخته و عوامل اقتصادی را از عوامل مهم اثرگذار بر توسعه کارآفرینی بیان کرده‌اند و ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با شرایط کارآفرینان را از مهم‌ترین عوامل در تقویت کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی می‌دانند (Nazariyan & Donyaei et al., 2010; Hosseini, 2015). با توجه به نتیجه این پژوهش و مطابقت آن با تحقیقات قبلی به نظر می‌رسد سرمایه اقتصادی اولیه همراه با امور تجاری عملی در کنار حمایت‌های آغاز به کار لازم است؛ برای اینکه دانشجویان را برای حضور در فعالیت‌های کارآفرینانه قادر سازد و شانس آن‌ها را برای موفقیت در کارآفرینی دانشجو محور

افزایش دهد. پس ضروری به نظر می‌رسد که می‌توان از طریق حمایت‌های مالی از طرح‌های دانشجویان نوآور و کارآفرین، ارتباط بین صنعت و دانشگاه‌ها را تقویت نمود. بدین منظور همکاری دانشگاه‌ها با مراکز کسب‌وکارهای ورزشی در بازار و تعامل و رایزنی با نهادهای اقتصادی نظیر وزارت کار، بانک‌ها، تعاونی‌ها، مراکز تولیدی و رفاهی و ... می‌تواند دسترسی آسان‌تر به شرایط اقتصادی موردنیاز کسب‌وکارهای دانشجویان و ارائه تسهیلات برای تأمین منابع مالی لازم را فراهم کند. با توجه به این مهم، لازم است دانشگاه‌ها با احداث پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد زیرساخت‌های نظری و عملی را فراهم نموده و از این طریق به تحقق ارتباط بیشتر دانشگاه‌ها و صنعت کمک کنند. همچنین انجام پروژه‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها به منظور مهارت‌افزایی و دعوت از کارآفرینان برتر و استفاده از تجارب آن‌ها کارساز و مفید خواهد بود.

با توجه به این روابط، علیرغم وضعیت نگران‌کننده بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در کشورمان، ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و ایجاد فرصت‌های جدید فعالیت‌های اقتصادی دارد که با شناخت زمینه‌های کاری در آن می‌توان فرصت‌های جدیدی را به جوانان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی- اجتماعی بهره گرفت. جهت حل معضل بیکاری در جامعه و آمادگی در رقابت‌های اقتصادی، پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینانه برای هماهنگی با دنیای جدید ضروری است و نیاز به سیاست‌های مدبرانه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در کنار برنامه‌های یاورانه راهنمایی و مشاوره شغلی

- <https://doi.org/10.5465/amr.2002.5922314>
- Ahmdipur, Loghman. (2009). Evaluating the Effectiveness of Entrepreneurship Skills Training. *Work and Society Monthly*, 108, 92-99. [Persian]
 - Amini, Marjan, Jamshidi, Rahim, & Heidari Nejad, Siddiqeh (2014). Prioritization of entrepreneurship barriers in terms of physical education students using the TOPSIS method. *Research on Educational Sport* 2(6). [Persian]
 - Amiri, Alinagi, & Moradi, Yazdan. (2008). The Survey of Entrepreneurial Attitudes Barriers of Students. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 14(3), 45-67. [Persian]
 - Anderson, Alistair.R., & Miller, Claire.J. (2003). Class matters: Human and social capital in the entrepreneurial process. *The Journal of Socio-Economics*, 32(1), 17-36. doi: [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(03\)00009-X](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(03)00009-X)
 - Aqa Ahmadi, Ghorban Ali, Halimi, Saboora, & Kiadaliri, Leyla. (2012). The Study of the Relationship between Social Intelligence and the Enhancement of Students' Entrepreneurship in Chalous Azad University. Paper presented at the National Conference on Entrepreneurship and Knowledge Based Business Management, Babolsar. [Persian]
 - Asadi, Nawid, & Moradi, Aram. (2013). The study of the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth and the presentation of the model. *North Sports Management and Physiology*, 2(1), 29-40. [Persian]
- بیش از پیش احساس می شود تا با ارائه شیوه های مناسب بتوان در سطوح مختلف به پرورش افراد خلاق و کارآفرین و تفکر خوداشتغالی، پیشگیری از افزایش بیکاری و عواقب ناشی از آن اقدام نمود. در نهایت برای پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود که در این پژوهش متغیرها به صورت یک کل در نظر گرفته شده اند، لذا در پژوهش های بعدی ابعاد این متغیرها در نظر گرفته شوند تا نتایج با جزئیات بیشتری مورد مقایسه قرار گیرند. نظر به اینکه این پژوهش در دانشگاه های استان گیلان انجام گرفته است، پیشنهاد می شود در دانشگاه های دیگر استان ها نیز بررسی شده و نتایج مورد مقایسه قرار گیرند تا بتوان مدل های مطلوب تر و جامع تری ارائه داد. جا دارد در مطالعه ای بر روی دانشجویان فارغ التحصیل کارآفرین رشته تربیت بدنی تأثیرات این متغیرها را به صورت واقعی تر نشان داد. همچنین مدرسان و اساتید دانشگاه ها هم به عنوان آموزش دهندگان می توانند به عنوان جامعه آماری پژوهش دیگری قرار بگیرند تا پتانسیل های موجود در دانشگاه ها نیز بررسی شوند.

منابع

- Abbasi, Mohammad, & Ghorchian, Nader Gholi. (2009). Identify factors affecting the development of cooperatives graduates. *Quarterly Journal Of Educational Leadership Administration*, 3(2), 143-170. [Persian]
- Adler, Paul, & Kwon, S. Seok-Woo. (2002). Social capital : prospect for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40. doi:

- Development of Entrepreneurship in Agricultural Cooperatives of Zanjan Province. Co-Operation and Agriculture, 21(3), 111-126 . [Persian]
- Etzkowitz, Henry. (2002). Networks of Innovation: Science, Technology and Development in the Triple Helix Era. 1(1), 7-20.
 - Farahani, A, Ajam, Gh, Azizian, N, & Seraj, S. (2011). The Investigation of the Relationship between Psychological Empowerment Factors and Organizational Entrepreneurship in Staff of Physical Education General Administration Department in Khorasan Razavi. Journal of Sport Management, 3(8).41-55. [Persian]
 - Farahani, A, Goudarzi, mahmoud, Azizian Kohan, N, & Ahmadi, A. A. (2009). The Investigation of the Role of Syllabus and Content of Lessons in the Entrepreneurship of Graduate Physical Education Students. Journal of Sport Management, 1(1), 203-223 . [Persian]
 - Farahani, Abolfazl , & Falahati, Mehdi. (2007). Investigating the Relationship between Psychological Factors of Empowerment and Organizational Entrepreneurship among Experts of Physical Education Institutions of Universities. Research in Sport Sciences, (15), 49-67. [Persian]
 - Farahani, Abolfazl, Ghasemi, Hamid, & Mohammadi, Nasrollah. (2014). The study of Environmental factors affecting the entrepreneurial spirit of students graduate in Physical Education. Applied Research of Sport Management, 2(7), 61-74 .
 - farid, daryoush. (2009). The Investigation of the Relationship
 - Badri, Ehsan, Liaghatdar, M. Javad, Abedi, M. Reza, & Jafari, E. (2006). A Survey of Entrepreneurship Capabilities of Isfahan University Students. Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 12(2), 73-90 .[Persian]
 - Casimiro, Sonia , Mahara, jRajendra , D. Mthembu, Sibusiso , & L. Sharp, Brian (2004). The Residual Life of Bendiocarb: A Field-Based Evaluation from Mozambique (Vol. 41): BIOONE.
 - Castano, M., Mendez, M., & Galindo, M. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. Journal of Business Research, 68(7), 1496-1500. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.040>
 - Cheratian, Iman, & Ghorbani, Saeed. (2014). Analysis the Effects of Fiscal and Monetary Policies on Entrepreneurship (With Focus on Women). Journal of Entrepreneurship Development, 7(4), 773-793. [Persian] doi: 10.22059/jed.2014.53629
 - Coleman, James S. (1994). Social capital, human capital, and investment in youth (Y. u. a. s. In A. C. Petersen & J. T. Mortimer (Eds.) Ed.): New York, NY, US: Cambridge University Press.
 - Dalir Heravi, Nasibeh , & Abbas Zadeh, Mohammad. (2012). Study of the relationship among social, cultural and economical capitals and quality of life (Case study: Tabriz athletes in 2011). Quarterly Journal Of Iranian Association For Cultural Studies & Communication, 8(27), 60-83 .[Persian]
 - Donyaei, H, Yaghoubi, J, & Rajaei, Y .(2010). Effective Factors on

- graduation. Sport Management Studies, 22(1). [Persian]
- Kakapour, Saba, & Khonifar, Hossein. (2014). The Study of Relations between Social Skill of Entrepreneurs, Market Orientation and Corporate Entrepreneurship among Knowledge-based Organizations in Tehran. Journal of Entrepreneurship Development, 7(2), 349-367. [Persian] doi: 10.22059/jed.2014.52065
 - Kaushik, U., & Bhatnagar, S. (2009). Entrepreneurship
 - Kiani Mavi, neda, & Kiani Mavi, Reza. (2012). An investigation of entrepreneurial tendencies of male and female students of physical education: Developing a model for measuring entrepreneurial tendency. Journal of Development & Evolution Mngement, 4(9), 19-26. [Persian]
 - Marie De Carolis, D. , & Saporito, P. . (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. Journal of Entrepreneurship Theory and Practice, 30(1), 41-56 .
 - Markman, G.D., Baron, R.A., & Balkin, D.B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. Journal of Organizational Behavior, 26(1), 1-19 .
 - Mohammad kazemi, Reza , Hamid , Ghasemi, & Rostam Bakhsh, Mohammad Reza. (2012). Identifying and Analysis of Behavioral Barriers of Corporate Entrepreneurship in the Physical Education Organization. Contemporary Studies on Sport Management, 1(2), 89-100 . [Persian]
 - between Creativity and Entrepreneurship in Athletes and Non-Athletes (Case Study: Yazd University Students). Journal of Sport Management, 1(2), 97-112 . [Persian]
 - Farzi, Hamed, Abbasi, Homayoun, & Zardoshtian, Shirin. (2015). Explaining the Relationship of Organizational Intelligence and Organizational Agility with Organizational Entrepreneurship in Ministry of Sport and Youth of Iran. Journal of Sport Management, 7(5), 713-729. [Persian] doi: 10.22059/jsm.2015.56757
 - Foroughpour, Hamid, Mozafari, Seyyed Amir Ahammad, & Ashraf Ganjavi, Farideh. (2007). Evaluation and introduction of the most important priorities of entrepreneurship in sport from the perspective of sports practitioners in the country. Research in Sport Sciences, 16(4), 55-68. [Persian]
 - Gibb, Allan, & Hannon, Paul. (2006). Towards the entrepreneurial university?. 4(1), 73-110.
 - Honari, Habib, & Mondali Zadeh, Zaynab. (2011). Evaluating the goals and strategies of entrepreneurship in the country's sport based on strategic analysis of SWOT Sport Management Studies, 12(0), 107-126. [Persian]
 - Howard, S. Rasheed. (2004). Developing entrepreneurial potential in youth: the effect of entrepreneurial education and venture creation. University of South Florida Report .
 - Javadian Sarraf, Nasrallah , & Shaji, Reza (2009). Student's attitude towards physical education in entrepreneurship barriers and business start-up problems after

- Agriculture, 4(15), 119-134 . [Persian]
- Nik Raftar, Tayyibah. (2012). Impact of individual and social competencies on entrepreneurial personality (Case study: Export Development Bank staff). Journal of Entrepreneurship Development, 4(4), 125-143 .[Persian]
 - Phillip, H. Kim , & Howard, E. Aldrich (2005). Social Capital and Entrepreneurship. Foundations and Trends in Entrepreneurship, 1(2), 55-104.
 - Postigo, Sergio, & Tamborini, M. Fernanda. (2002). Entrepreneurship education in Argentina: The case of san anders university (I. Allon & J. McIntyre Eds.): Kluwer Academic Publisher.
 - Poursolantani Zarandi, Hossein, Taherkhani, Esmat, & Shafiee, Shahrnam. (2015). Relationship of Happiness in the Workplace with the Enterprise Entrepreneurship of the Ministry of Sports and Youth. Human Resources Management in Sport, 2(2), 117-128. [Persian] doi: 10.22044/shm.2015.608
 - Rahmanifirooz Jah, Ali, Sharapour, Mahmoud, & Rezaeepasha, Sedigheh. (2011). Measuring the Distinction of Social Capital of Youth Focused on Participation (Case study: Athlete and non-athlete students of Mazandaran University). Quarterly of Sociological Studies of Youth, 2(2), 37-62 .[Persian]
 - Razavi Mahmoud Abadi, Seyyed Mohammad Javad, Ghahreman Tabrizi, Cyrus , & Zarei Mahmoud Abadi, Mohammad. (2015). Identifying and ranking the factors affecting entrepreneurship in sport with a coherent approach to multi-criteria analysis and the
 - Mohammadkazemi, Reza, Mirzaei , Fahimeh, & Ziviar, Farzad. (2014). Identifying the Factors Affecting Entrepreneurial Attitude in Athletics Students (High Schools of Tehran). Sport Management Studies, 6(25), 145-158 .[Persian]
 - Moharamzadeh, Mehrdad , Kashef, Mir Mohammad, & Behnoosh, Shima (2001). Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship in the General Department of Physical Education of West Azarbaijan Province. Sport Management Studies, 1389(5). [Persian]
 - Mondali Zadeh, Zaynab , Ehsani, Mohammad , Kouzchian, Hashem , & Honari, Habib (2014). Identifying Indicators of Sustainability Entrepreneurship in Sport. New Trends in Sport Management, 2(4), 21-35 .[Persian]
 - Mondalizadeh, Zeynab, & Honari, Habib. (2011). An Investigation of the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport: As an Interdisciplinary Area. Interdisciplinary Studies in Humanities, 2(2), 113-136. [Persian] doi: 10.7508/isih.2010.06.006
 - Mondalizadeh, Zeynab, Honari, Habib, & Shahlaee, Javad. (2012). Determination of Strategic, Existing and Desirable Situation of Entrepreneurship in Sport of Iran. Research in Sport Management & Motor Behavior, 2(3), 141-154 . [Persian]
 - Nazariyan, Mahnaz, & Hosseini, Mahmoud. (2015). Effective Economic Factors in Entrepreneurship Development of Agricultural Cooperatives in Tehran Province. Co-Operation and

- Tayebi, Seyed Komil, & Fakhri, Maryam. (2010). The effects of globalization and international trade on entrepreneurship development (Case Study: countries of (OECD). Journal of Entrepreneurship Development, 3(3), 37-45. [Persian]
- Toghraei, Mohammad Taghi, & Rezvani, Mehran. (2012). Mapping of Social capital in entrepreneurial marketing activities in small business. New Marketing Research Journal, 2(3), 87-106. [Persian]
- Vatankhah, Nasim, & Rezaei Moghaddam, kourosh. (2015). Recognizing the Students' Entrepreneurial Spirit: The Case of Agricultural College, Shiraz University. Iranian Agricultural Extension and Education Journal, 11(1), 59-71. [Persian]
- Yadollah Farsi, Jahangir, Zali, Mohammad Reza, & Bagheri fard, morteza. (2011). Identifying Structural Factors Affecting Academic Entrepreneurship Development (Case Study of the University of Applied Sciences). Science and Technology Policy, 13(4), 17-32. [Persian]
- Yaqoubi Farani, Ahmad, Soleimani, Attieh, & Movahedi, Reza. (2015). Sociological Study of The Attitudes toward Mehr Among Alameh University Students. Women's Studies Sociological and Psychological, 12(4), 7-42. [Persian] doi: 10.22051/jwsps.2015.1493
- Zali, Mohammad Reza, Madhoshi, Mehrdad, & Kordnaiej, Asadollah. (2007). Assessment of Entrepreneurship Characteristics of Students (Case Study of Mazandaran University). Management Research in Iran, 11(20), 81-113. [Persian]
- Copenhagen. Journal of Sport Management & Motor Behavior, 12(23), 113-130. [Persian]
- Rezvani, Mehdi, Khodadad Hosseini, Seyyed Hamid, & Toghraei, Mohammad Taghi. (2012). Mapping of social capital in entrepreneurial firms marketing (case study: food industry). Organizational Resources Management Researchs, 2(1), 68-90. [Persian]
- Safiri, Khadija, & Arasteh, Razieh. (2008). Investigating the relationship between economic capital of women and the type of spouses' relationships in the family. Women's Studies (Women's Studies), 2(1), 114-147. [Persian]
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). the promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25(1), 217-226.
- Sharif Zadeh, Fattah, Razavi, Seyyed Mostafa, Zahedi, Shams Sadat, & Najari, Reza. (2010). Designing and explaining the model of effective factors on academic entrepreneurship (Case study: Payame Noor University). Journal of Entrepreneurship Development, 2(4), 11-38. [Persian]
- Sharipour, Mahmoud. (2001). The erosion of social capital and its consequences. Iranian Sociological Association, 3(3), 101-112. [Persian]
- Taslimi, Mohammad Saeed, Monovrian, Abbas, & Ashna, Mostafa. (2007). Survey of the relationship between social capital and inter-organizational entrepreneurship. Organizational Culture Management, 4(4), 27-56. [Persian]

Entrepreneurship in the Ministry of Sport and Youth. Organizational Culture Management, 15(1), 187-205. [Persian] doi: 10.22059/jomc.2017.61282

- Zare, Ghasem, Hamidi, Mehrzad, & Sajadi, Seyed Nasrallah (2007). The Relationship between Psychological Factors of Empowerment of Experts and Organizational Entrepreneurship in the Physical Education Organization of Iran. Science of motion & Sport, 5(9), 71-81. [Persian]
- Ziviar, Farzad, Farahani, Abolfazl, & Keshavarz, Loghman. (2017). Identification of structural Obstacles to Organizational





The Survey of Affecting Factors on Entrepreneurship of Physical Education and Sport Sciences Students at Universities in Guilan Province

Ahmadi F^{1*}, Eskandari pour M², Rashidinia M.³

Received: Feb 18, 2018

Accepted: Jun 25, 2018

Abstract

Objective: Entrepreneurship is one of the ways that can be as a stable action towards job creation. Therefore, the purpose of this research is the study of affecting factors on entrepreneurship of physical education and sport sciences students at universities in Guilan province

Methodology: The research method was descriptive correlational and the statistical population included all students of physical education at universities in Guilan province. Based on the minimum sample size in PLS software, out of 220 sample individuals, 208 completed questionnaires were used for statistical analysis. The research tools included demographic questionnaire, Nikraftar's social skills, Faraji's social capital, Safiri and Arasteh's economic capital, and Robbins and Koulter's entrepreneurship. Content validity of questionnaires was verified by five professors and convergent and divergent validity and composite reliability was verified by software.

Results: The results of path analysis indicated that the priorities of all three variables were social skills (t-value=8.419; path coefficient = 0.521); social capital (t-value = 3.389; path coefficient=0.188) And economic capital have a significant effect on entrepreneurial skills (t-value = 2.168; path coefficient= 0.118). Meanwhile, the general fitting index of the GOF model is 0.446 and is strong enough.

Conclusion: Regarding the findings, it seems that the training of social skills and then the creation of the necessary platforms for the development of social capital by formal and nongovernmental institutions can be effective on student entrepreneurship skills.

Keywords: Entrepreneurship, Social capital, Economic capital, Social skills, Physical education students.

1. ¹ PHD of Sport Management, Faculty of Alzahra, Technical & Vocational University (TVU) Razavi Khorasan, Mashhad, Iran, 2. PHD Student of Sport Management, University of Guilan, Rasht, Iran, 3. M.A Sport Management, University of Guilan

* Corresponding author's e-mail address: fa_ahmadi1357@yahoo.com