

ارائه مدل ویژگی شخصیتی و انگیزه کارآفرینی بر قصد راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی: نقش میانجی آگاهی از کارآفرینی

زهرا امینی روشن^۱ - جواد غلامیان^۲ - احمد محمودی^{۳*} - بهادر عزیزی^۴

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
 ۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
 ۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
 ۴. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
- تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۸

چکیده

هدف از این مطالعه ارائه مدلی جهت تعیین نقش ویژگی شخصیتی و انگیزه کارآفرینی بر میزان راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی با میانجی‌گری آگاهی از کارآفرینی می‌باشد. پژوهش حاضر، به لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی و به شکل میدانی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان تربیت‌بدنی استان خراسان رضوی (در نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰) تشکیل دادند که با توجه به نامحدود بودن جامعه، نمونه آماری پژوهش بر اساس جدول کرجسی و مورگان تعداد ۳۸۴ نفر محاسبه و بین آن‌ها پرسشنامه توزیع شد. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه کارآفرینی، آگاهی در مورد کارآفرینی و توانایی راه‌اندازی کسب‌وکار که پایایی پرسش‌نامه‌ها به ترتیب ۰/۸۴، ۰/۷۸، ۰/۸۶ و ۰/۷۶ برآورد گردید، استفاده شد و برای آزمون مدل مفهومی پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار آماری پی.ال.اس ۳ بهره گرفتیم. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی بر آگاهی از کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی تأثیر معناداری دارد. همچنین انگیزه کارآفرینی بر میزان راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی و آگاهی از کارآفرینی دارای تأثیر معنادار است. آگاهی از کارآفرینی نیز بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی تأثیر معناداری داشت. بطور کلی، آگاهی از کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه کارآفرینی دانشجویان عواملی مؤثر در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: اشتغال، انگیزه کارآفرینی، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، نوآوری، ورزش

Presenting a Model of personality trait and Entrepreneurship motivation on intention to Start a Medium and Small Sport Businesses: the role of mediation Awareness of entrepreneurship

Zahra Amini Roshan^{*1}- Javad Gholamian²- Ahmad Mahmoudi³- Bahador Azizi⁴

1. Ph.D. in Sport Management, Faculty of Sports Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran
2. Assistant Professor, Faculty of Sports Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran
3. Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran,
4. Ph.D. Candidate in Faculty of Sports Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

Received: 25 Oct. 2021

Accepted: 19 Mar. 2022

Abstract

This study aims was to presenting a Model of personality trait and Entrepreneurship motivation on Medium and Small Businesses starting up with the role of mediation Awareness of entrepreneurship. The present research was applied in term of purpose and has a descriptive-correlation method which counted as an operational research. The statistical population of the study consisted of physical education students of Khorasan Razavi province (Second semester of 1399-1400). The statistical sample of the research was calculated based on Krejcie and Morgan table of 384 people and a questionnaire was distributed among them. To collect data, we use standard questionnaires personality trait, Entrepreneurship motivation, Medium and Small Businesses starting up & Awareness of entrepreneurship. The reliability of questionnaires, respectively, 0/84, 0/78, 0/86 and 0/76 respectively. To test the conceptual model of the research, we used structural equation modeling based on the partial least squares method using PLS 3 statistical software. Findings from data analysis show that personality traits have a significant effect on entrepreneurship awareness and running small and medium-sized sports businesses. Entrepreneurship motivation also has a significant effect on the rate of starting small and medium-sized sports businesses and entrepreneurship awareness. Awareness of entrepreneurship also had a significant effect on starting small and medium-sized sports businesses. In general, knowledge of entrepreneurship, personality traits and entrepreneurial motivation of students are effective factors in running small and medium sports businesses.

Keywords: Employment, Entrepreneurial motivation, Innovation, Medium and Small-sized Businesses, Sports

مقدمه

امروزه، کارآفرینی در بسیاری از کشورها به‌عنوان عامل اصلی رشد و کلیدی برای مقابله با چالش‌های جاری اقتصادی شناخته شده است (Kimmitt, Muñoz, & Newbery, 2020; Soluk, & Kammerlander, & Darwin, 2021) و ملت‌ها دارا بودن روح کارآفرینی را عاملی برای مزیت رقابتی نسبت به سایرین تعریف می‌کنند (Mat, Maat, & Mohd, 2015). یکی از موضوعاتی که با بحث کارآفرینی گره‌خورده، موضوع کسب و کارهای کوچک و متوسط^۱ است. امروزه شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان عامل مهمی در جهت رشد صنعتی بسیاری از کشورها، دارای اهمیت شده‌اند و برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه نقش حیاتی دارند (محمد کاظمی، طالبی، داوری و دهقان نجم آبادی، ۱۴۰۰؛ اوتادی و صفری، ۱۳۹۸). این بنگاه‌های اقتصادی، علی‌رغم آنکه به سرمایه‌گذاری کمتری نیاز دارند، بازدهی بیشتری داشته و در اشتغال‌زایی، ایجاد بستر مناسب برای نوآوری و افزایش صادرات نقش مهمی دارند (Kafeshani, Rezvani, Chitsazan, & Mohammadkazemi, 2018)

از طرف دیگر ورزش بخشی از جامعه امروز است و روزبه‌روز دارای اهمیت بیشتری می‌شود، (عظیم زاده، احسانی، کردناییج و پیتز، ۱۳۹۳). با توجه به این شرایط، نوآوری سازمانی برای موفقیت و بقای شرکت‌ها از نظر رقابت بسیار مهم است. زیرا نوآوری به‌عنوان یک عنصر تعیین‌کننده برای شرکت‌ها در چنین شرایطی عمل می‌کند (Mohammadkazemi, Rasekh, & Navid, 2016). در همین راستا امروزه، گذران اوقات فراغت با تکیه بر ورزش، در حال گسترش است و ورزش به‌عنوان یک بخش اقتصادی، نقش بسیار حیاتی و عملی در اوقات فراغت و سرگرمی ایفا می‌کند (Mohammadkazemi, 2017; Mohammadkazemi, Ebrahimi, & Shiri, 2020) که این روند نوآورانه نیز می‌تواند در جهت ایجاد شغل‌های جدید ورزشی مثمرتر باشد. از طرفی، در کشور ما به دلایل متعدد مانند بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی، خیل تازه واردان به عرصه کار، گسترش بی

۱. Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)

رویه دانش‌آموختگان در سال‌های اخیر و فقدان توانایی بازارکار در جذب آن‌ها، و از سویی درک نادرست از مفهوم واقعی کارآفرینی، باعث ایجاد نیروی انسانی بیکار در جامعه، به ویژه بیکاری آشکار افراد تحصیل کرده، گردیده است (Mohammadkazemi, 2012). این روند رو به افزایش در بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی از جمله رشته‌های تربیت بدنی می‌تواند زنگ خطر بزرگی برای برنامه‌ریزان و مسئولان باشد (گنجعلی و باقری‌مجد، ۱۳۹۹) و توجه جدی به اشتغال زایی، بخصوص اشتغال افراد تحصیل کرده در اتخاذ سیاست‌های کلان، از طریق توسعه فرآیندهای کارآفرینی را می‌طلبد (Mohammadkazemi, 2012). اما با توجه به اهمیت کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی، درک عوامل دخیل در موفقیت آن‌ها، موضوع بسیار مهمی است و آنچه مسلم است، ایجاد این گونه از کسب و کارها به برخی عوامل وابسته است (Mobaraki, Moghimi Esfandabadi, Safavinejhad, & Mohammadkazemi, 2013) از جمله ویژگی‌های فردی در کارآفرینان موفق و الگو، که می‌توان از آن‌ها برای تربیت کارآفرینان استفاده نمود، لذا در این تحقیق قصد داریم در قالب یک مدل به آن‌ها پردازیم.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

یکی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی و کارآفرین بودن، ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌باشد. بر اساس تحقیقات موجود در این زمینه این ویژگی‌ها عبارتند از: نیاز به موفقیت (Çolakoğlu & Gözükar, 2016)؛ مرکز کنترل درونی (García-Palma & Molina, 2016)؛ هوشیاری کارآفرینانه (Karabulut, 2016)؛ تمایل به ریسک‌پذیری و نوآوری و خلاقیت (Bujor & Avasilcai, 2016). در این راستا ودا و فلورا^۱ (۲۰۱۹) اعلام کردند که کنترل درونی، نیاز به موفقیت و آموزش کارآفرینی، عوامل تعیین‌کننده مهمی برای سرمایه‌گذاری و ایجاد کارآفرینی در بین دانش‌آموزان جوان بوده است. کارا بولوت (۲۰۱۶) نیز بر اساس تحقیق خود، داشتن کنترل داخلی، نیاز به موفقیت، ریسک‌پذیری و آگاهی از کارآفرینی را به‌عنوان ابعاد مختلف ویژگی‌های شخصیتی که منجر به توسعه انگیزه کارآفرینی می‌شود، معرفی کرد.

البته جمالی، محمد کاظمی، فارسی و دهکردی (۲۰۱۸) در مقاله خود اذعان می‌دارند بر اساس رویکرد کارآفرینی فناورانه، کارآفرینی فرآیند انطباق بین تخیل و الزامات می‌باشد. بنابراین کارآفرینی نتیجه ذهن‌های خلاق و با استعداد نمی‌باشد، بلکه نتیجه ترکیب افراد آگاه با اقدامات جمعی است. مند علی‌زاده و خسروی‌نژاد (۱۴۰۰) نیز در تحقیقی که با هدف اثربخشی ارائه واحد درسی کارآفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی قبل و بعد از ارائه واحد درسی کارآفرینی تفاوت معناداری وجود نداشت. اما جوانمرد و فرزاد (۱۴۰۰) اعلام کردند که بین مهارت کارآفرینی با تمامی ابعاد شناختی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رابطه معنادار وجود داشته است.

یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده، داشتن قصد و انگیزه کارآفرینی است. انگیزه کارآفرینی حالتی از افکار و ذهن افراد است که آن‌ها را به سمت توسعه و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید راهنمایی می‌کند (Yıldırım, Çakır, & Aşkun, 2016) و کارآفرینی ناشی از احساس خوشبختی و رضایتمندی است که کارآفرینان در قبال راه‌اندازی کسب‌وکار بدست می‌آورند (Su, Liu, Zhang, & Liu, 2020). همچنین در تحقیقی که ییلدریم^۱ و همکاران (۲۰۱۶) انجام دادند، وجود انگیزه کارآفرینانه را در دانشجویان مهم‌ترین و تنها عامل مشترک در بین عوامل درگیر در کارآفرینی معرفی کردند، درحالی‌که سایر عوامل مانند تحصیلات دانشگاهی، جنسیت و سطح تحصیلات در بین افراد متفاوت است و میراندا، چامورا-مورا و رویو^۲ (۲۰۱۷) اعلام کردند که داشتن خلاقیت، نفع شخصی و تجربه قبلی در زمینه کارآفرینی از مهم‌ترین مواردی است که انگیزه کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. محمد کاظمی (۲۰۱۷) نیز در پژوهشی به بررسی عوامل تاثیرگذار بر صادرات شرکت‌های تجهیزات و البسه ورزشی می‌پردازد و عنوان می‌کند انگیزه، نگرش و باورها از جمله عوامل داخلی تاثیرگذار بر

1. Yıldırım

2. Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S

این روند می‌باشند.

عامل دیگری که در تحقیق حاضر مدنظر قرار گرفته شده است، این باور است که داشتن آگاهی و دانش افراد از کارآفرینی می‌تواند سطح فعالیت افراد در زمینه کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد. دانش عاملی است که باعث بالارفتن آگاهی افراد از شرایط کار مورد نظر می‌شود (Yıldırım et al., 2016) و مجهز بودن افراد به دانش پیشین بر سطح هوشیاری کارآفرینانه و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیرگذار است (García-Palma & Molina, 2016). در این زمینه، هریاندا، مایاساری و پوترا^۱ (۲۰۱۹) بیان کردند که متغیرهای انگیزه و دانش کارآفرینی بر علاقه افراد به راه‌اندازی کسب و کار بسیار تأثیر گذارند. همچنین سجادی (۱۳۹۸) در تحقیقی که بر تأثیر انگیزش و قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش تعدیل‌کننده آموزش کارآفرینی انجام داد به این نتیجه رسید که آموزش و ارتقا دانش کارآفرینی تأثیرات مثبت و معناداری بر قصد و انگیزه افراد دارد. البته در این زمینه تاته، لاتپ و آوانگ ماریکان^۲ (۲۰۱۴) اظهار کرد که تنها داشتن ویژگی کارآفرینی برای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار کافی نیست، بلکه میزان دانش و آگاهی و قدرت ریسک نیز فاکتور مهمی می‌باشد.

با توجه به پیشینه تحقیقات درمی‌یابیم که دانشمندان عوامل مؤثر بر کارآفرین بودن و راه‌اندازی کسب‌وکار را به سه دسته تقسیم‌بندی می‌کنند: عوامل شخصیتی، عوامل انگیزشی و داشتن دانش و آگاهی. از این رو در این تحقیق بر آن شدیم تا تأثیر هر ۳ عامل را در کنار هم بر راه‌اندازی کسب‌وکار در بین دانشجویان رشته تربیت‌بدنی بسنجیم. در واقع تحقق فرآیند کارآفرینی، به دست افرادی صورت می‌گیرد که میل شدیدی به کامیابی دارند و با انگیزه‌ی کافی توان لازم برای پافشاری و سخت‌کوشی جهت ساخت چشم‌انداز و دورنمای خارق‌العاده‌ی کسب‌وکار را در خود ایجاد می‌کنند که البته نقش آموزش‌های مورد نیاز و آگاهی از فرآیندهای کارآفرینی نیز در این مهم، نقش کلیدی را بر عهده دارد (Jamali, Mohammadkazemi & Shahbazi, 2012) که با توجه به شرایط اقتصادی ایران و اهمیت

1. Heryanda, K. K., Mayasari, N. M. D. A., & Putra, K. E. S

2. Tateh, O., Latip, H., & Awang Marikan, D.

کسب و کارهای کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، نیازمند تحقیقات بیشتری در این زمینه هستیم. در نتیجه این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال کلی است که چه ارتباطی بین عوامل شخصیتی، انگیزشی و دانشی با ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی وجود دارد؟

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر، با توجه به هدف از نوع کاربردی و ماهیت موضوع و هدف‌های مورد نظر توصیفی و از نوع همبستگی است که به بررسی رابطه بین متغیرها بر مبنای مدل مفهومی پژوهش می‌پردازد. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان تربیت‌بدنی استان خراسان رضوی (نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰)، تشکیل دادند که تعداد نمونه آماری پژوهش حاضر بر اساس جدول کرجسی و مورگان برابر با ۳۸۴ نفر برآورد شد. در این پژوهش از پرسشنامه‌های ویژگی‌های شخصیتی (McManus & Furnham, 2006)، انگیزه کارآفرینی (Taormina & Lao, 2007)، آگاهی در مورد کارآفرینی (Bennett, 2006) و توانایی راه‌اندازی کسب و کار (Anderson & Dunkelberg, 1990) استفاده شد. این پرسشنامه‌ها بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت تنظیم و به ترتیب شامل ۹، ۸، ۸، ۷ سوال بود. همچنین پایایی پرسشنامه‌های پژوهش به ترتیب ۰/۷۷، ۰/۷۶، ۰/۸۱ و ۰/۸۶ بر اساس ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. روایی محتوایی ابزار تحقیق با تأیید نظر ۱۰ نفر از خبرگان و اساتید مدیریت ورزشی و روایی سازه بر اساس مقادیر بارهای عاملی به تأیید رسید. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و روابط میان سازه‌ها، از روش حداقل مربعات جزئی (پی. ال. اس)^۱ استفاده شد، به طوری که این روش در شرایطی که حجم نمونه کم باشد، برای بررسی ارتباط میان متغیرهای پنهان مناسب خواهد بود. لذا به منظور آزمون فرضیه‌ها و تعیین معناداری مسیرهای مدل تحقیق، مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری از نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس^۲ نسخه ۳

۱. PLS

۲. Smart PLS

استفاده شد.

یافته ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

از لحاظ سنی بیشترین تعداد پاسخ گویان در این تحقیق گروه سنی ۱۸ تا ۲۲ سال (۷۳/۵ درصد) و کمترین آن مربوط به گروه سنی بیشتر از ۳۴ سال (۲/۳ درصد) بود. ۷۷ درصد پاسخ گویان مجرد و ۲۳ درصد متاهل بودند. از لحاظ جنسیتی ۵۹ درصد زن و ۴۱ درصد مرد و از لحاظ میزان تحصیلات ۵۹/۵ درصد پاسخ گویان مدرک تحصیلی دیپلم، ۲۶/۵ درصد مدرک تحصیلی لیسانس، ۱۰/۴ درصد مدرک تحصیلی فوق لیسانس و در نهایت ۳/۶ درصد از افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری بودند. همچنین اکثریت دانشجویان در ترم یک و سه مشغول به تحصیل بودند (۴۰/۷ درصد)، قسمت اعظم آن‌ها تجربه کار و همچنین ایجاد یک کسب و کار را نداشتند (۷۳ درصد)، درحالی که اکثریت آن‌ها والدینی با کسب و کار مستقل داشتند (۶۱/۲٪).

ب) توصیف شاخص ها

متغیر	تعداد	کوچکترین نمره	بزرگترین نمره	میانگین	انحراف معیار
ویژگی های شخصیتی	۳۱۲	۲/۱۱	۴/۷۸	۳/۱۵۸۸	۰/۵۳۲۷۰
انگیزه کارآفرینی	۳۱۲	۲/۱۳	۵/۰۰	۳/۱۸۸۳	۰/۴۷۱۸۸
آگاهی از کارآفرینی	۳۱۲	۱/۵۰	۵/۰۰	۳/۱۱۴۶	۰/۵۵۹۸۲
راه اندازی کسب و کار	۳۱۲	۱/۵۷	۵/۰۰	۲/۹۸۹۰	۰/۶۴۳۴۹

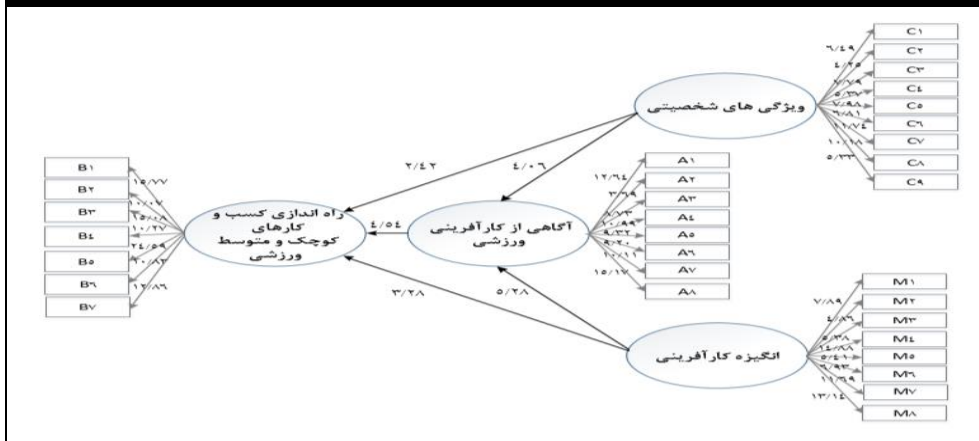
همانگونه که از داده های جدول شماره یک بر می آید، بیشترین میانگین ها به ترتیب مربوط به انگیزه کارآفرینی با عدد ۳/۱۸، ویژگی های شخصیتی با ۳/۱۵ و آگاهی از کارآفرینی با ۳/۱۱ بوده و پایین میانگین با عدد ۲/۹۸ مربوط به متغیر راه اندازی کسب و کار می باشد.

در شکل شماره ۱، مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری ضرایب (تی-ولیو)^۱ نشان

۱. T-value

داده شده است. این مدل در واقع تمامی معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی) و ضرایب استاندارد را با استفاده از آماره تی، آزمون می‌کند.

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری ضرایب (t-value)



ج) ارزیابی برازش مدل

پیش از برازش جزئی مدل به بررسی برازش کلی مدل مفهومی پرداخته می‌شود. مدل PLS برازش مدل‌های اندازه‌گیری، شاخص‌های میانگین واریانس استخراج شده (ای. وی. ای)^۱ و پایایی مرکب (سی. آر)^۲ را ارائه می‌دهد و شاخص ضریب تعیین (آر^۲)^۳ را به‌عنوان معیاری برای برازش مدل‌های ساختاری گزارش می‌کند. مقادیر بیشتر از ۰/۴ برای میانگین واریانس استخراج شده و بیشتر از ۰/۷ برای پایایی مرکب بیانگر برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری است.

نتایج حاصل از جدول شماره ۲ نشان داد، مقدار پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج شده برای هر چهار متغیر پنهان مدل، مقدار مناسبی را نشان می‌دهد. از طرفی در

۱. Average Variance Extracted (AVE)

۲. Composite Reliability (CR)

۳. R2

بررسی اعتبار اشتراک یا روایی متقاطع (سی.وی- کامیونیتی)^۱ اعداد مثبت نشانگر کیفیت مناسب مدل است که این شاخص برازش مناسب مدل را نشان داد. همچنین شاخص R^2 که تنها برای متغیرهای پنهان درون‌زای مدل محاسبه و گزارش می‌شود، برای متغیر «آگاهی از کارآفرینی» و «راه‌اندازی کسب‌وکار» که متغیرهای وابسته مدل مفهومی اصلی پژوهش هستند گزارش شده است؛ در نتیجه یافته‌ها نشان‌دهنده برازش مناسب مدل می‌باشد.

جدول ۲. شاخص‌های برازش مدل

متغیر	آفای کروناخ	روایی همگرا	پایایی ترکیبی	R^2	CV-Com
ویژگی‌های شخصیتی	۰/۷۷	۰/۳۶	۰/۸۳	-	۰/۲۱
انگیزه کارآفرینی	۰/۷۶	۰/۳۸	۰/۸۳	-	۰/۲۲
آگاهی از کارآفرینی	۰/۸۱	۰/۴۴	۰/۸۶	۰/۶۵	۰/۲۷
راه‌اندازی کسب‌وکار	۰/۸۶	۰/۵۴	۰/۹۲	۰/۶۶	۰/۴۰

جدول ۳. بارهای عاملی برآورد شده و سطح معناداری آن‌ها

متغیرهای مشاهده شده	بار عاملی	آماره تی	معناداری
C۱ تعامل و برخورد مناسب با افراد	۰/۶۱	۶/۴۹	۰/۰۰۱
C۲ قابلیت ایجاد هماهنگی میان فعالیت‌ها	۰/۴۴	۴/۲۵	۰/۰۰۱
C۳ توانایی کنترل و مقابله با فشار روانی زیادی	۰/۵۸	۷/۷۹	۰/۰۰۱
C۴ پشتکار و پیگیری زیاد در مسائل	۰/۵۱	۵/۳۷	۰/۰۰۱
C۵ فعال و پرنرژی بودن	۰/۶۵	۷/۹۸	۰/۰۰۱
C۶ متفکر و با توجه بودن	۰/۶۲	۶/۸۱	۰/۰۰۱
C۷ توانایی برنامه‌ریزی مطلوب برای کارها	۰/۷۱	۱۱/۷۴	۰/۰۰۱
C۸ توانایی خلق ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه	۰/۷۱	۱۰/۱۸	۰/۰۰۱
C۹ تلاش برای انجام کارها را به بهترین نحو	۰/۵۳	۵/۳۳	۰/۰۰۱
M۱ تمایل به داشتن یک کسب‌وکار	۰/۵۸	۷/۸۹	۰/۰۰۱
M۲ می‌خواهم که از تلاش‌هایم سود ببرم	۰/۵۳	۴/۸۶	۰/۰۰۱
M۳ تمایل به انتخاب نحوه انجام کارم توسط خود شما	۰/۵۵	۵/۳۸	۰/۰۰۱
M۴ من از داشتن اختیار در کارم لذت می‌برم.	۰/۷۳	۱۴/۸۸	۰/۰۰۱
M۵ دوست دارم بر زمانم در کار کنترل داشته باشم.	۰/۵۱	۵/۴۱	۰/۰۰۱
M۶ تمایل به گرفتن تصمیمات تجاری	۰/۵۸	۶/۹۳	۰/۰۰۱
M۷ ایجاد یک کسب‌وکار جهت بهبود وضعیت مالی	۰/۶۷	۱۱/۶۹	۰/۰۰۱
M۸ ایجاد یک کسب‌وکار جهت داشتن آینده ای مطلوب	۰/۷۳	۱۳/۱۴	۰/۰۰۱

ویژگی‌های شخصیتی

انگیزه کارآفرینی

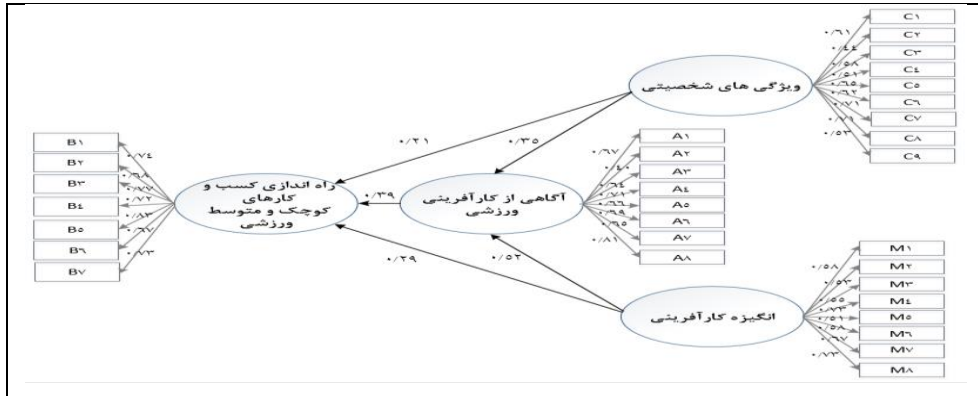
۱. CV-Communality

بر اساس نتایج به‌دست آمده از جدول شماره ۳ می‌توان گفت که تمامی گویه‌های ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه کارآفرینی، وزن معناداری را ایجاد کرده‌اند و در سطح اطمینان ۹۹ درصد توانسته‌اند بار عاملی معناداری داشته باشند.

بر اساس نتایج به‌دست آمده از جدول شماره ۴ می‌توان گفت که برای تمامی متغیرهای آگاهی در مورد کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار، کلیه شاخص‌ها وزن معناداری را ایجاد کرده‌اند و در سطح اطمینان ۹۹ درصد دارای بار عاملی معناداری هستند.

جدول ۴. بارهای عاملی برآورد شده و سطح معناداری آن‌ها			
مؤلفه‌ها	گویه‌ها	متغیرهای مشاهده شده	بار عاملی
آگاهی در مورد کارآفرینی	A1	معنای کارآفرینی برابر با مالکیت و مدیریت یک کسب‌وکار می‌باشد.	۰/۶۷
	A2	هر کس که کسب‌وکار جدیدی را آغاز کند یک کارآفرین است.	۰/۴۰
	A3	واژه کارآفرینی دارای ویژگی‌هایی خاصی مثل خلاقیت، نوآوری است.	۰/۶۴
	A4	کارآفرینان دارای ویژگی‌های خاصی مانند پشتکار و ثبات قدم، تدبیر و مسئول بودن هستند.	۰/۷۱
	A5	کارآفرین موفق یک رهبر دارای چشم‌انداز و بصیرت است نه یک مدیر خوب	۰/۶۶
	A6	کارآفرینان دارای نگرش‌های متفاوتی نسبت به ریسک‌پذیری هستند.	۰/۶۹
	A7	کارآفرینان دارای احساس و تمایل قوی‌تری برای کسب‌هدف و موفق شدن دارند.	۰/۶۵
	A8	افراد کارآفرین که کالا یا خدمات جدید و متفاوت با کالاهای موجود را ارائه می‌دهند.	۰/۸۱
توانایی راه‌اندازی کسب‌وکار	B1	توانایی گرفتن همراهی دیگران در انجام کار	۰/۷۴
	B2	عهده‌دار بودن مسئولیت در کارها	۰/۶۸
	B3	داشتن هدف و برنامه قبل از شروع کسب‌وکار	۰/۷۷
	B4	پشتکار در انجام فعالیت‌های کاری	۰/۷۲
	B5	اطمینان مردم به حرف‌هایی که شما می‌گویید	۰/۸۳
	B6	مصمم در اجرای تصمیمی که گرفته‌اید	۰/۶۷
	B7	گرفتن تصمیم درست در فرصت کم	۰/۷۳

شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش در حالت ضرایب استاندارد و بارهای عاملی



بر اساس یافته‌های حاصله از جدول شماره ۵ ویژگی‌های شخصیتی بر راه‌اندازی کسب و کار و آگاهی در مورد کارآفرینی تأثیر معناداری داشت، همچنین انگیزه کارآفرینی بر راه‌اندازی کسب و کار و آگاهی در مورد کارآفرینی تأثیر معناداری داشت و آگاهی در مورد کارآفرینی بر راه‌اندازی کسب و کار تأثیر معناداری داشت.

جدول ۵. اثرات مستقیم، آماره تی و نتیجه تأثیر متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	ضریب استاندارد (β)	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه تأثیر متغیر
ویژگی‌های شخصیتی ← آگاهی در مورد کارآفرینی	۰/۳۵	۴/۰۶	<۰/۰۵	تائید می‌شود
ویژگی‌های شخصیتی ← راه‌اندازی کسب و کار	۰/۲۱	۲/۴۲	<۰/۰۵	تائید می‌شود
انگیزه کارآفرینی ← آگاهی در مورد کارآفرینی	۰/۵۲	۵/۲۸	<۰/۰۵	تائید می‌شود
انگیزه کارآفرینی ← راه‌اندازی کسب و کار	۰/۲۹	۳/۲۸	<۰/۰۵	تائید می‌شود
آگاهی در مورد کارآفرینی ← راه‌اندازی کسب و کار	۰/۳۹	۴/۵۴	<۰/۰۵	تائید می‌شود

جدول ۶. محاسبه ضرایب تأثیر غیرمستقیم از طریق رویکرد تحلیل مسیر

ردیف	رابطه با نقش میانجی	ضریب تأثیر غیرمستقیم
۱	ویژگی‌های شخصیتی ← آگاهی در مورد کارآفرینی ← راه‌اندازی کسب و کار	۰/۲۱ * ۰/۳۵ = ۰/۰۷
۲	انگیزه کارآفرینی ← آگاهی در مورد کارآفرینی ← راه‌اندازی کسب و کار	۰/۲۹ * ۰/۵۲ = ۰/۱۶

همان‌گونه که در مدل مفهومی پژوهش، شکل شماره ۲ مشاهده می‌گردد، ویژگی‌های شخصیتی از طریق متغیر میانجی آگاهی در مورد کارآفرینی به صورت غیرمستقیم بر راه‌اندازی کسب و کار تأثیر گذار است. همچنین انگیزه کارآفرینی از طریق متغیر میانجی آگاهی در مورد کارآفرینی به صورت غیرمستقیم راه‌اندازی کسب و کار تأثیر گذار است. از آنجایی که مدل در

رابطه با تأثیر مستقیم متغیرهای پژوهشی تدوین شده بود و در آزمون مدل مفهومی پژوهش نیز تنها ضرایب تأثیر مستقیم برآورد می‌شوند، در نتیجه، لازم است که ضرایب تأثیر غیرمستقیم را از طریق رویکرد تحلیل مسیر به صورت جداگانه محاسبه و بررسی شوند. در جدول شماره ۶ این ضرایب ارائه شده است. به طوری که ضرایب تأثیر غیرمستقیم از طریق ضرایب تأثیر مستقیم محاسبه می‌شوند؛ و یافته‌ها نشان داد ویژگی‌های شخصیت با نقش میانجی‌گری متغیر آگاهی در مورد کارآفرینی به میزان ۰/۰۷ درصد بر متغیر توانایی راه‌اندازی کسب و کار دانشجویان تأثیر داشت و انگیزه کارآفرینی با نقش میانجی‌گری متغیر آگاهی در مورد کارآفرینی به میزان ۰/۱۶ درصد بر متغیر توانایی راه‌اندازی کسب و کار تأثیر داشت.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه کارآفرینی از ضروریات هر سازمان بوده و یکی از عوامل توسعه به شمار می‌رود. داشتن مهارت کارآفرینی منجر به افزایش و تقویت اعتماد به نفس می‌گردد؛ بنابراین، ارتقای این توانمندی منجر به انجام بهتر کارها و وظایف توسط افراد و نیز افزایش کارایی و بهره‌وری سازمان می‌گردد. تحقیق حاضر با هدف ارزیابی تأثیر متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی که در مقالات مختلف به صورت جداگانه مورد ارزیابی قرار گرفته بود، در مدل جامعی و صرفاً بر روی دانشجویان تربیت‌بدنی مورد سنجش قرار گرفت. نتایج نشان داد که آگاهی از کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه کارآفرینی دانشجویان، در راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی مؤثر هستند.

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، مشخص شد که بین ویژگی‌های شخصیتی و راه‌اندازی کسب و کار و آگاهی از کارآفرینی ارتباط معنادار وجود دارد. در زمینه تأثیرگذاری ویژگی‌های شخصیتی بر راه‌اندازی کسب و کار نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش‌های کولاکگلو و گوزوکارا (۲۰۱۶)، کارابولوت (۲۰۱۶)، محمدکاظمی و همکاران (۲۰۱۶)، مورتان، ریپل، کاروالهو و برنال^۱ (۲۰۱۴)، جوانمرد و فرزام (۱۴۰۰)، مندعلی‌زاده و اسفندیار

(۱۴۰۰)، محمد کاظمی و همکاران (۱۴۰۰)، اوتادی و صفری (۱۳۹۸)، صادقی، باقری و چیت سازان (۱۳۹۸) و عظیم زاده و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد و تمامی این پژوهش‌ها بر این موضوع صحت می‌گذارند که ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند در راه‌اندازی کسب‌وکار و تحمل ریسک، بسیار تأثیرگذار باشند.

اگرچه تحقیقات مختلفی، به جایگاه مهم و تأثیرگذار ویژگی‌های شخصیتی در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اشاره کردند؛ ولی محققانی نیز هستند که این امر را با دیده تردید نگریده‌اند؛ از آن جمله می‌توان به کسلر^۱ (۲۰۰۷) و مسعود نیا (۱۳۸۶) اشاره کرد. آنها به این نتیجه رسیدند که از بین عوامل شخصیتی، تنها کنترل شخصی و نیاز به موفقیت نقش مهمی در پیش‌بینی کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار دارد. از آنجایی که بین ویژگی‌های شخصیتی و ایجاد کسب‌وکار در این تحقیق، ارتباط مثبت بالایی بدست آمده است؛ می‌توان ادعان داشت که ویژگی‌های شخصیتی، کماکان می‌تواند به‌عنوان عاملی مهم و تأثیرگذار حضور داشته باشند که مبارکی و همکاران (۲۰۱۳) نیز این مساله را تصدیق کردند. همچنین در بین مؤلفه‌های شخصیتی مؤلفه خلاق بودن بیشترین تأثیرگذاری را به خود اختصاص داده است. در این زمینه نتایج حاصل از پژوهش بوجور و اواسیانچای (۲۰۱۶) و ژائو و همکاران^۲ (۲۰۱۰) و محمد کاظمی و همکاران (۲۰۲۰) نیز نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر را تایید کرده و همخوانی دارد؛ آن‌ها به این نتیجه رسیدند که در بین ویژگی‌های مختلف کارآفرینان؛ خلاق بودن و برونگرایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بطور کلی از آنجا که در این تحقیق، ویژگی‌های شخصیت با ایجاد کسب و کارها ارتباط مثبت و معناداری داشت، نمی‌توان از اهمیت شخصیت و ابعاد آن در کارآفرینی چشم‌پوشی نمود. که البته نتایج جمالی و همکاران (۲۰۱۸) عنوان می‌دارد که هر چند داشتن ذهن خلاق از ویژگی‌های کارآفرینان می‌باشد، اما کارآفرینی نتیجه آگاهی و اقدامات جمعی است که نشان می‌دهد این محققین بر فرآیند کارآفرینی بیشتر از مولفه‌های شخصیتی تاکید دارند.

1. Kessler
2. Zhao

در ادامه تأثیر گذاری انگیزه کارآفرینی بر صلاحیت ایجاد کسب و کار در میان دانشجویان، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و فرضیه موردنظر در این رابطه معنادار شد. نتایج این تحقیق با نتایج به‌دست آمده از تحقیق میراندا و همکاران (۲۰۱۷)، محمد کاظمی (۲۰۱۷)، ییلدریم و همکاران (۲۰۱۶)، ستیاوان^۱ (۲۰۱۳) و پیه (۲۰۱۳) هم‌راستا بود. در تمامی تحقیقات ذکر شده نیز به این نتیجه رسیده‌اند که بین انگیزه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار ارتباط قوی و مثبتی وجود دارد؛ تا جایی که در صورت وجود انگیزه کارآفرینی در فرد می‌توان به راه‌اندازی کسب و کار از سمت فرد امیدوار بود. حتی برخی از محققین همانند مت و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیق خود تلاش کردند عوامل مؤثر بر انگیزه کارآفرینی را شناسایی کنند؛ تا بتوانند از این عوامل در جهت ایجاد انگیزه بیشتر در دانشجویان استفاده کنند. همچنین از گل و کاندی^۲ (۲۰۱۵) سعی کردند تا مقیاسی را برای ارزیابی میزان انگیزه کارآفرینی معرفی کنند تا بتوانند بر اساس آن میزان انگیزه افراد را شناسایی کنند. در نتیجه وجود انگیزه کارآفرینی عنصر حیاتی و تعیین کننده در برپایی هر کسب و کار است و بر اساس یافته‌های بدست آمده از تحقیق در بین عوامل تشکیل دهنده‌ی انگیزه کارآفرینی، داشتن اختیار و همچنین انتظار آینده‌ای مطلوب مهمترین عوامل در بین عوامل مؤثر در ایجاد انگیزه کارآفرینی هستند.

بر اساس نتایج به‌دست آمده تأثیر آگاهی از کارآفرینی به‌عنوان یک عامل میانجی بر راه‌اندازی کسب و کار نیز مورد تأیید قرار گرفت. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات جمالی و همکاران (۲۰۱۸)، گارسیا پالما و مولینا (۲۰۱۶)، تاته و همکاران (۲۰۱۴)، بیکسه و ریمه^۳ (۲۰۱۳) و کادر و همکاران^۴ (۲۰۱۲) و جمالی و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی داشته است. همه این تحقیقات به این نتیجه رسیدند که آگاهی و دانش در زمینه کارآفرینی برای راه‌اندازی یک کسب و کار بسیار حیاتی است و نیازمند آموزش و یادگیری می‌باشد؛ در همین

۱. Setiawan, J. L.

۲. Ozgula & Kunday

۳. Bikse & Riemere

۴. Kadir et al

راستا هنگ^۱ و همکاران (۲۰۱۲) و کوتیم و همکاران^۲ (۲۰۱۴) آموزش کارآفرینی و شرکت کردن در دوره‌های کارآفرینی را به دلیل بالا بردن سطح دانش افراد را بسیار مهم دانستند و اعلام کردند که آموزش کارآفرینی و داشتن دانش و سابقه در زمینه کارآفرینی می‌تواند ریسک کار را کاهش و مزایای کارآفرینی را از طریق گرفتن تصمیمات درست افزایش دهد. این در حالی است که نتایج استخراج شده از تحقیق نشان داد که سطح دانش دانشجویان برای راه‌اندازی کسب و کار و دانش موردنیاز کارآفرینی در سطح پایینی بوده و نیازمند تقویت هستند.

در مجموع می‌توان گفت حاکمیت دیدگاه‌های سنتی تدریس و آموزش در دانشگاه که بر پایه‌ی الگوی پیش سازمان یافته معلم مدار بنا شده است، با پرورش قابلیت‌ها و روحیات کارآفرینانه دانشجویان همسانی ندارد و لذا بر اساس مدل پیشنهادی تحقیق به نظر می‌رسد رشد برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه و اهمیت تلفیق محتوا و رویه‌های کارآفرینانه در فرآیند تدریس و آموزش در جهت تشویق دانشجویان و قصد آنان برای راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی نقش مهمی بازی می‌کند و قاعدتاً توجه بیشتر به آموزش‌های عملی و حمایت از فعالیت‌های خلاقانه دانشجویان، تقویت فرهنگ کارگروهی و استفاده از روش‌های تدریس اکتشافی و حل مساله، نقش سازنده‌ای بر پرورش قابلیت‌ها و انگیزه‌های کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی خواهد داشت. بطور کلی و بر اساس یافته‌های حاصل از تحقیق پیشنهاد می‌شود:

« با عنایت به اهمیت پرورش دانشجویان با ویژگی‌های کارآفرینانه و آگاه به جنبه‌های مختلف کارآفرینی، برنامه‌ریزان آموزشی می‌بایست آموزش دوره‌های کارآفرینی به دانشجویان را به عنوان واحد درسی در نظر بگیرند تا زمینه‌های لازم برای توسعه کارآفرینی در دانشجویان ایجاد گردد.

۱. Hong

۲. Küttim

◀ با توجه به اهمیت ویژگی‌های شخصیتی، بسترسازی فرهنگ سازمانی دانشگاه‌ها برای بالابردن خلق ایده‌های جدید، انجام فعالیت‌های آموزشی به بهترین روش، افزایش ایجاد محیطی پویا با حداکثر توجه و تعامل با دیگران از موارد حائز اهمیت برای برنامه ریزان آموزشی و پژوهشی دانشجویان خواهد بود.

◀ با توجه به نتایج بدست آمده و اهمیت بیشتر انگیزه کارآفرینی نسبت به وجود ویژگی‌های شخصیتی در دانشجویان به‌منظور راه‌اندازی کسب و کار، شایسته است دانشگاه‌ها در هدایت و شکل‌گیری انگیزه‌های کارآفرینی از تمام قوای خود استفاده کرده تا دانشجویان به‌جای جستجوی کارهای آسان و سهل‌الوصول به نیروی مولد کار تبدیل شوند و در راه رسیدن به این مهم برگزارهای کارگاه‌های آموزشی متعدد و متنوع جهت ایجاد انگیزه کارآفرینی در دانشجویان، دعوت از کارآفرینان موفق جهت آموزش کارآفرینی، برگزاری منظم دوره‌ها و کارگاه‌های ترویجی و توجیهی برای اساتید و دانشجویان قابل توجه است.

منابع

- اوتادی، محمد و صفری، سعید. (۱۳۹۸). "بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه شاهد). توسعه کارآفرینی، ۱۲(۴): ۵۲۰-۵۰۰.
- جوانمرد، مینا؛ فرزانه، فرزانه. (۱۴۰۰). "بررسی نقش ویژگی های شخصیتی روحیه کارآفرینی دانشجویان رشته تحصیلی علوم ورزشی". مطالعات بازاریابی ورزشی، ۲(۲): ۱۷۶-۱۵۱.
- سجادی، سید سولماز. (۱۳۹۸). تاثیر انگیزش کارآفرینی بر نیت کارآفرینی با نقش تعدیل کنندگی آموزش کارآفرینی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- صادقی، گلبرگ؛ باقری، افسانه و چیت سازان، هستی. (۱۳۹۸). "ویژگیهای فردی در حوزه مالی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران". توسعه کارآفرینی، ۱۲(۳): ۴۶۱-۴۸۰.
- عظیم زاده، سید مرتضی؛ احسانی، محمد؛ کردنائیج، اسد...؛ کوزه چیان، هاشم و پیتز، برندا. (۱۳۹۳). "مدلی برای راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی". دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۱(۴): ۵۱-۶۸.
- گنجعلی، رقیه و باقری مجد، روح اله. (۱۳۹۹). "تاثیر جهت گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی گری قصد کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی مهندسی". توسعه کارآفرینی، ۱۳(۴): ۵۲۱-۵۴۰.
- محمد کاظمی، رضا؛ طالبی، کامبیز؛ داوری، علی و دهقان نجم آبادی، عامر. (۱۴۰۰). "طراحی مدل توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش بنیان با رویکرد دیمتل". فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، ۱۶(۶۱): ۱-۱۶.
- مسعودنیا، ابراهیم. (۱۳۸۶). "بررسی اعتبار پارادیم های شخصیتی در مطالعه و پیش بینی کارآفرینی". دانشور رفتار، ۱۴(۲۳): ۵۳-۶۴.

مندعلی زاده، زینب؛ خسروی زاده، اسفندیار. (۱۴۰۰). "اثر بخشی ارائه واحد درسی کارآفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی". *مطالعات بازاریابی ورزشی*. ۲(۱): ۱۵۶-۱۸۰.

- Anderson, R. L., & Dunkelberg, J. S. (1990). *Entrepreneurship: Starting a new business*, United State, New York, Harpercollins College Division.
- Bennett, R. (2006). "Business lecturers' perceptions of the nature of entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(3): 165-188
- Bikse, V., & Riemere, I. (2013). "The development of entrepreneurial competences for students of mathematics and the science subjects: The Latvian experience", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82: 511-519.
- Bujor, A., & Avasilcai, S. (2016). "The creative entrepreneur: A framework of analysis", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221: 21-28.
- Çolakoğlu, N., & Gözükar, İ. (2016). "A comparison study on personality traits based on the attitudes of university students toward entrepreneurship", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229: 133-140.
- García-Palma, M. B., & Molina, M. I. S.-M. (2016). "Knowledge and female entrepreneurship: A competence and social dimension", *Suma de Negocios*, 7(15): 32-37.
- Heryanda, K. K., Mayasari, N. M. D. A., & Putra, K. E. S. (2019). *The Improvement of Students' Interest in Business in Economics Faculty, Ganesha Education University, Through Motivation and Knowledge of Entrepreneurship*. Paper presented at the International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 19).
- Hong, Z., Hong, T., Cui, Z., & Luzhuang, W. (2012). "Entrepreneurship quality of college students related to entrepreneurial education: Empirical study on psychological and behavioral characteristics", *Energy Procedia*, 17: 1907-1913.
- Jamali, B., MohammadKazemi, R., Farsi, J., & Dehkordi, A. (2018). "Theories of opportunity creation and effective entrepreneurial actions in opportunity creation context", *Decision Science Letters*, 7(4): 443-454.
- Jamali, B., Mohammadkazemi, R., & Shahbazi, M. (2012). "Effects of sport activities on increasing preschool children's creativity", *Management Science Letters*, 2(6): 1975-1980.
- Kadir, M. B. A., Salim, M., & Kamarudin, H. (2012). "The relationship between educational support and entrepreneurial intentions in Malaysian higher learning institution", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 69: 2164-2173.
- Kafeshani, A. A., Rezvani, M., Chitsazan, H., & Mohammadkazemi, R. (2018). "The art of fundraising from business angels based on entrepreneurial marketing: A new insight.", *International Journal of Entrepreneurship*, 22(3): 1-10.
- Karabulut, A. T. (2016). "Personality traits on entrepreneurial intention", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229: 12-21.
- Kessler, A. (2007). "Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic", *Entrepreneurship and regional development*, 19(5): 381-403.

- Kimmit, J., Muñoz, P., & Newbery, R. (2020). "Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity", *Journal of Business Venturing*, 35(4): 1- 18.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., & Kiis, A. (2014). "Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110: 658-668.
- Mat, S. C., Maat, S. M., & Mohd, N. (2015). "Identifying factors that affecting the entrepreneurial intention among engineering technology students", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211: 1016-1022.
- McManus, I. C., & Furnham, A. (2006). "Aesthetic activities and aesthetic attitudes: Influences of education, background and personality on interest and involvement in the arts", *British Journal of Psychology*, 97(4): 555-587.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). "Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention", *European research on management and business economics*, 23(2): 113-122.
- Mobaraki, M., Esfandabadi, H., Safavinejhad, S., & Mohammadkazemi, R. (2013). "Entrepreneurial team formation the success of the companies", *International Journal of Innovative Research in Management*, 1(2): 58-70.
- Mohammadkazemi, R. (2012). "Identifying the factors affecting entrepreneurial attitude of athlete & non-athlete university students", *Information Management and Business Review*, 4(6): 352-361.
- Mohammadkazemi, R. (2017). "Identifying factors affecting export performance of sports equipment and sportswear firms", In *Iranian Entrepreneurship* Springer: 319-330.
- Mohammadkazemi, R., Ebrahimi, B. P., & Shiri, M. (2020). "Mobile marketing influence on football fan behaviour: the case of FC Persepolis", *International Journal of Sport Management and Marketing*, 20(5-6): 405-427.
- Mohammadkazemi, R., Rasekh, N., & Navid, M. (2016). "The effect of entrepreneurial competencies on innovation: A case study of professional sport clubs", *International Business Research*, 9(11): 57-64.
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). "Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy", *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30(3): 97-104.
- Ozgul, U., & Kunday, O. (2015). "Conceptual development of academic entrepreneurial intentions scale", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195: 881-887.
- Pihie, Z. A. L., Bagheri, A., & Sani, Z. H. A. (2013). "Knowledge of cognition and entrepreneurial intentions: Implications for learning entrepreneurship in public and private universities", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 97: 174-181.
- Setiawan, J. L. (2014). "Examining entrepreneurial self-efficacy among students", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 115: 235-242.
- Soluk, J., Kammerlander, N., & Darwin, S. (2021). "Digital entrepreneurship in developing countries: The role of institutional voids", *Technological Forecasting and Social Change*, 170: 1-13.
- Su, X., Liu, S., Zhang, S., & Liu, L. (2020). "To be happy: a case study of entrepreneurial motivation and entrepreneurial process from the perspective of positive psychology", *Sustainability*, 12(2): 1-27.

- Taormina, R. J., & Lao, S. K. M. (2007). "Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental influences", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(4): 200-221.
- Tateh, O., Latip, H., & Awang Marikan, D. (2014). "Entrepreneurial intentions among indigenous dayak in sarawak, malaysia: an assessment of personality traits and social learning", *The Macrotheme Review*, 3(2): 110-119.
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). "Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students", *Sustainability*, 11(4): 1-34.
- Yıldırım, N., Çakır, Ö., & Aşkun, O. B. (2016). "Ready to dare? A case study on the entrepreneurial intentions of business and engineering students in Turkey", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229: 277-288.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). "The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review", *Journal of management*, 36(2): 381-404.