

عوامل اثرگذار بر نگرش کارآفرینانه ورزشکاران دانش آموز (مقطع متوسطه آموزشی و پرورش شهر تهران)

رضا محمد کاظمی^۱، فهیمه میرزائی^۲، فرزاد زیویار^۳

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد دانشگاه خوارزمی*

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی پیام نور

تاریخ دریافت: ۹۱/۰۴/۲۱

تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۰/۲۴

چکیده

امروزه، با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان یکسری ذهنیات، باید پذیرفت که جدا از زمینه کسب و کار و اقتصاد، هر کسی می‌تواند به روش کارآفرینانه فکر و عمل کند؛ بنابراین سیاست‌های «ارتقای کارآفرینی» نباید تنها مختص به آموزش عالی باشند، بلکه باید در مدارس ابتدایی و متوسطه نیز به آن‌ها پرداخته شود. در این پژوهش به روش توصیفی و با بررسی نمونه‌ای متشکل از ۴۰۶ دانش‌آموز ورزشکار دبیرستان‌ها و هنرستان‌های آموزش و پرورش شهر تهران، سطح نگرش کارآفرینانه آنان شناسایی شد و تأثیر برخی متغیرهای جمعیت‌شناختی بر آن‌ها بررسی شد. ابزار اصلی این پژوهش ترجمه پرسشنامه ATE (نگرش نسبت به راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه آتاید) است که صاحب‌نظران روایی آن را تأیید کرده‌اند و پایایی آن با انجام آزمون پایلوت و محاسبه آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/6$) برای آزمون اصلی و اجزای آن تأیید شده است. نتایج نشان داد نگرش کارآفرینانه ورزشکاران در همه ابعاد و اجزای مورد بررسی، بهتر از سطح متوسط است. همچنین مشخص شد جنسیت، خوداشتغال بودن پدر، شاغل بودن مادر و هنرستانی یا دبیرستانی بودن تأثیر معناداری بر سطح نگرش کارآفرینانه ورزشکاران ندارد.

کلید واژگان: نگرش کارآفرینانه، ورزشکار، متغیرهای جمعیت‌شناختی

مقدمه

در حال حاضر، توسعه کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی به عنوان سیاستی کلیدی پیش روی کشورها قرار گرفته و توسعه استعدادها کارآفرینانه، برای نوآوری و پایداری مزیت رقابتی در اقتصاد جهانی اهمیت ویژه‌ای دارد (۱). امروزه باید کارآفرینی را به عنوان یکسری ذهنیات در نظر گرفت. چنین رویکردی جدا از زمینه کسب و کار و اقتصاد بیان می‌کند که هر کسی می‌تواند به روش کارآفرینانه فکر و عمل کند (۲). از جمله اقدامات لازم برای توسعه و رشد کارآفرینی در جامعه بسترسازی است که از مهم‌ترین جنبه‌های آن ایجاد فرهنگ کارآفرینی است. فرهنگ کارآفرینی، مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. برنامه‌های توسعه‌ای نباید تنها مختص به آموزش عالی باشند، بلکه باید در مدارس ابتدایی و متوسطه نیز به آن پرداخته شود (۳). پژوهش‌هایی که به کارآفرینان توجه کرده‌اند، هر یک با رویکردی متفاوت به کارآفرینان نگرسته و علل کارآفرین شدن افراد را به گونه‌های مختلف طبقه‌بندی کرده‌اند. عده‌ای از دانشمندان همچون استوارت^۱ و همکاران (۱۹۹۹) بر این عقیده‌اند که ویژگی‌های روان‌شناختی نتایج خوبی برای پیش‌بینی تمایل افراد به کارآفرینی به وجود آورده است. با این حال، رابینسون^۲ (۱۹۹۱) بیان می‌کند که اساس تحقیقات کارآفرینی‌ای که بر تئوری شخصیت بنا شده دارای مشکلات اساسی است؛ از آن جمله اینکه به طور اختصاصی برای سنجش کارآفرینی به وجود نیامده‌اند و تأثیر متقابل انسان و محیط را توضیح نمی‌دهند (۴،۵). محققانی چون اجزن^۳ (۱۹۸۲)، روزنبرگ و هاوولد^۴ (۱۹۶۰) نگرش را حالتی از آمادگی (تمایل) تعریف کرده‌اند که در کل حالتی موافق یا مخالف نسبت به موضوع نگرش ایجاد می‌کند. با توجه به این تعریف می‌توان بیان کرد نگرش‌های کارآفرینانه حالتی است که بر اساس آن افراد تمایل به بروز رفتار کارآفرینانه از خود نشان می‌دهند.

رابینسون بیان می‌کند تحقیقات روان‌شناختی و تحقیق روی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان به تحرک نیاز دارند و باید رویکرد پویاتری نسبت به کارآفرینی به کار گرفت. نگرش‌ها کمتر از ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی پایداری دارند و متناسب با زمان‌ها و موقعیت‌های مختلف در کنش و واکنش با محیط تغییر می‌کنند. رابینسون و همکارانش، اولین محققانی بودند که مفهوم نگرش را با همین اسم و بر اساس مفهوم سه‌جزئی نگرش که شناخت، رفتار و

-
1. Stewart
 2. Robinson
 3. Ajzen
 4. Rosenberg & Hovland

احساس را دربرمی‌گرفت در مطالعه کارآفرینی به‌کار بردند. آن‌ها رویکرد نگرشی را برای پیش‌بینی کردن کارآفرینی مطرح و بیان کردند، تئوری‌های نگرش که در آن زمان کاربرد وسیعی داشت و اعتبارشان ثابت شده بود، می‌تواند به‌عنوان رویکردی پویاتر و غنی‌تر و دارای خاصیت پیش‌بینی‌کنندگی رفتارهای کارآفرینانه مطرح شود (۴). در سال ۲۰۰۹، آتاید^۱ با مبنا قرار دادن مدل رایبسون مدل دیگری برای سنجش پتانسیل کارآفرینانه دانش‌آموزان طراحی کرد که آن را ATE (نگرش به راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه) نامید. آتاید (۲۰۰۹) به دنبال مفهوم‌سازی برای پتانسیل کارآفرینانه به روشی بود که برای دانش‌آموزان مدرسه‌ای مناسب باشد. دانش‌آموزانی که قصد فوری و واضحی برای کارآفرین شدن ندارند (۶). خدمتی توسل (۱۳۷۹) در پایان‌نامه خود به بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و ورزشکاران پرداخت که در آن مشخص شد دانش‌آموزان هنرستانی توفیق‌طلبی و مرکز کنترل بیشتر از حد میانگین دارند (۷). صمدی و شیرزادی (۱۳۸۶) در تحقیق خود با عنوان «بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در ورزشکاران» با بررسی روحیه کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر در شهرستان اصفهان دریافتند شاخص‌های روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان بیشتر از میانگین است. همچنین میان جو هنرستان‌ها و دبیرستان‌ها در ایجاد روحیه کارآفرینی تفاوت معنادار وجود ندارد (۸). نتایج تحقیق بهرام‌زاده و همکاران (۱۳۸۹) نشان داد شاخص‌های روحیه کارآفرینی (خلاقیت، عزت نفس، انگیزه پیشرفت، منبع کنترل درونی، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری) در دانش‌آموزان بیشتر از میانگین است. همچنین بین برخی شاخص‌های جو سازمانی (صمیمیت، عدم جوشش، بازاریابی) با روحیه کارآفرینی ارتباط معنادار وجود دارد. از طرفی، بین جو هنرستان‌ها و دبیرستان‌ها در ایجاد روحیه کارآفرینی تفاوت وجود دارد، به‌طوری که جو سازمانی در دبیرستان‌ها بر روحیه کارآفرینی اثرگذار است، اما در هنرستان‌ها چنین وضعیتی وجود ندارد (۹). نتایج تحقیق شایان جهرمی و همکاران (۱۳۹۰) با عنوان «بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی» نشان داد بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد (۱۰). هندرسون و رابرتسون^۲ (۲۰۰۰) در تحقیق خود به سنجش نگرش کارآفرینانه نوجوانان (انگلیس) به کارآفرینی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که میانگین نمرات شاخص‌های

1. Athayde

2. Henderson & Robertson

نگرش کارآفرینانه بیشتر از حد متوسط است (۱۱). کوندا و رانی^۱ (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان «رویکرد کارآفرینانه منابع انسانی بر مبنای جنسیت و سابقه» گزارش کردند، بین انگیزه موفقیت در زنان و مردان کارآموز تفاوت معناداری وجود ندارد. آن‌ها همچنین اظهار داشتند در نوآوری، خودکنترلی و اعتماد به نفس تفاوت معناداری بین زنان و مردان وجود ندارد. جنسیت و عوامل پیش‌زمینه‌ای به‌طور معنادار با تعیین رویکردهای کارآفرینانه در تعامل اند (۱۲). تورکر و سلکوک^۲ (۲۰۰۸) در تحقیق «کدام عوامل بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان مؤثرند؟» گزارش کردند، حمایت‌های ساختاری و آموزشی از عوامل اثرگذار بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان اند (۱۳). آتاید (۲۰۰۹) طی تحقیقی دریافت مشارکت‌کنندگان در برنامه‌های سازمان می‌توانند رویکردهای مثبتی به‌منظور خودخدمتی پرورش دهند، همچنین این دسته از افراد، در مقایسه با کسانی در این‌گونه برنامه‌ها مشارکتی نداشتند، پتانسیل کارآفرینی بیشتری داشتند. جوانان سیاه‌پوست در زمینه خودخدمتی موفق‌تر بودند؛ به‌علاوه، در مقایسه با سفیدپوستان یا دانش‌آموزان آسیایی پتانسیل کارآفرینی بیشتری داشتند (۴). تمیزاراسی و پانچاناتام^۳ (۲۰۱۰) در تحقیق خود نتیجه گرفتند که با افزایش سن، افزایش درآمد، تغییر در امکانات و نوع مالکیت، رویکردهای کارآفرینانه در افراد افزایش می‌یابد (۱۴). نفزیگر و همکاران^۴ (۱۹۹۴) در تحقیق «مدل پژوهشی پیشنهادی از انگیزش کارآفرینانه» بیان کردند خوداشتغالی والدین با نگرش کارآفرینانه ارتباط معنادار دارد، همچنین بر معناداری تأثیر جنسیت بر نگرش کارآفرینانه تأکید کردند (۱۵). پیپه^۵ و باقری (۲۰۱۱) در تحقیق «رویکرد کارآفرینانه و بهره‌وری کارآفرینانه در دانش‌آموزان مدارس شبانه فنی و حرفه‌ای مالزی» دریافتند دانش‌آموزان امتیاز خوبی در اجزای رویکرد کارآفرینانه شامل: ادراک اعتماد به نفس، ادراک موفقیت، احساس موفقیت، کسب کردند (۱۶).

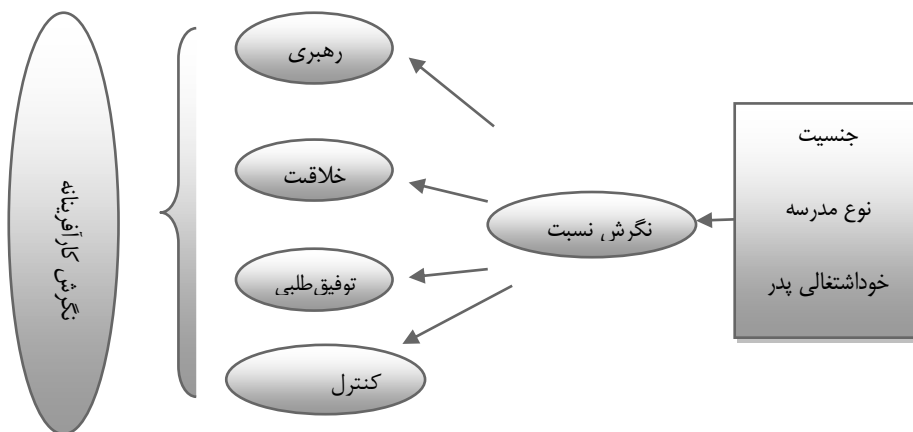
روش پژوهش

روش پژوهش بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش توصیفی، همبستگی و به لحاظ استفاده از نتایج و یافته‌ها جزء پژوهش‌های کاربردی است. ترجمه پرسشنامه استاندارد آتاید که به‌عنوان ابزار گردآوری اطلاعات انتخاب شد، متشکل از ۱۸ گویه است که ابعاد نگرش

-
1. Kundu & Rani
 2. Turker & Selcuk
 3. Tamizharasi & Panchanatham
 4. Naffziger, Hornby & Kuratko
 5. Pihie

کارآفرینانه ورزشکاران (توفیق‌طلبی، خلاقیت، مرکز کنترل درونی، رهبری) را در سه جزء عاطفی، شناختی و رفتاری بر اساس مقیاس پنج قسمتی لیکرت می‌سنجد. روایی پرسشنامه با استفاده از نظر صاحب‌نظران و متخصصان تأیید شد و پایایی آن با انجام مطالعه پایلوت روی ۳۰ دانش‌آموز و محاسبه آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/6$) به دست آمد، که حد قابل قبولی از پایایی را نشان می‌دهد. در بخش اول پرسشنامه، به منظور دریافت اطلاعات جمعیت‌شناختی سؤالات مربوط به این ویژگی‌ها گنجانده شد که عبارت بودند از: جنسیت، نوع مدرسه (هنرستان، دبیرستان)، خوداشتغالی یا کارمند بودن پدر، اشتغال مادر. جامعه پژوهش را کلیه دانش‌آموزانی تشکیل می‌دادند که به طور منظم در فعالیتهای ورزشی شرکت می‌کنند و در مقطع متوسطه دبیرستان‌ها و هنرستان‌های شهرستان تهران مشغول به تحصیل بودند. با استفاده از فرمول کوکران، حداقل حجم نمونه مورد نیاز برای سطح خطای ($P \leq 0/05$)، ۳۸۳ نفر محاسبه شد. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای استفاده شد که در آن نسبت فراوانی دختران و پسران در نمونه، همان نسبت جامعه بوده است. برای تحلیل توصیفی داده‌ها از شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد، توزیع فراوانی و درصدی و برای تحلیل استنباطی داده‌ها با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های t تک نمونه‌ای، t مستقل، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شد.

در پژوهش حاضر با توجه به اینکه جامعه مورد بررسی ورزشکاران بودند، مدل مبنایی پژوهش مدل آتاید (۲۰۰۹) در نظر گرفته شده است که در سه جزء احساسی (عاطفی)، شناختی و رفتاری ابعاد نگرش کارآفرینانه ورزشکاران را می‌سنجد. شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش بر مبنای مدل ATE آتاید (۲۰۰۹)

خلاقیت: خلاقیت عبارت است از شکل دادن به عناصر متداعی به صورت ترکیبات تازه که با الزامات خاصی مطابق است یا به شکل مفیدی است (۱۷).

مرکز کنترل درونی: راتر، کنترل درونی را در مقابل کنترل بیرونی به این صورت تعریف می‌کند: درجه‌ای که فرد انتظار دارد، پیامد رفتارش، وابسته به رفتار یا ویژگی‌های خودش باشد در مقابل درجه‌ای که فرد انتظار دارد پیامد رفتارش تابعی از شانس، اتفاق، تقدیر، تحت کنترل دیگران یا پیش‌بینی‌نشده‌ها باشد (۱۸).

توفیق‌طلبی: به معنی انجام اموری برای نشان دادن شایستگی و صلاحیت است؛ به عبارت دیگر، انگیزه برتری‌جویی و توفیق در ارتباط با مجموعه‌ای از معیارها و تلاش‌ها برای رسیدن به موفقیت (۱۹).

رهبری: توانایی‌ای است که به فرد امکان می‌دهد دیگران را برای رسیدن به هدفی، تحت تأثیر قرار بدهد. وچپو^۱ (۲۰۰۳) رهبری را عاملی مهم در کارآفرینی شناسایی و بیان کرد کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان نوعی از رهبری در نظر گرفته شود (۲۰).

نتایج

جدول (۱) توزیع فراوانی نمونه را از لحاظ جنسیت، شغل والدین و نوع مدرسه نشان می‌دهد.

جدول ۱- توزیع فراوانی نمونه آماری ورزشکاران

فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
جنسیت			
شغل پدر			
۱۹۵	٪۴۸	۲۲۶	٪۵۶
۲۱۱	٪۵۲	۱۶۳	٪۴۰
۴۰۶		۱۷	٪۴
نوع مدرسه			
وضعیت اشتغال مادر			
۲۲۸	٪۵۶	۸۸	٪۲۲
۱۷۸	٪۴۴	۳۰۳	٪۷۴
۴۰۶		۱۵	٪۴

از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌های نگرش کارآفرینانه استفاده شد. با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده ($Z = ۰/۴۸$, $P \geq ۰/۰۵$)، مشخص شد داده‌ها در وضعیت نرمال قرار دارند؛ بنابراین از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل استنباطی داده‌ها استفاده شد.

نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای در خصوص نگرش کارآفرینانه و ابعاد و اجزای آن در جدول (۲) آمده است. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد بین میانگین فرضی و میانگین مشاهده‌شده در خصوص نگرش کارآفرینانه و ابعاد و اجزای آن تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۲- نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای در خصوص نگرش کارآفرینانه و ابعاد و اجزای آن

متغیر	فراوانی	میانگین مشاهده شده	آماره آزمون	میانگین فرضی	سطح معناداری
نگرش کارآفرینانه	۳۴۴	۶۵/۶۹	۲۷/۰۵	۵۴	۰/۰۰۳*
توانایی در رهبری	۳۸۸	۲۱/۴۷	۱۷/۵۴	۱۸	۰/۰۰۵*
خلاقیت	۳۸۲	۱۶/۶۱	۳۴/۲۸	۱۲	۰/۰۰۳*
توفیق‌طلبی	۳۸۳	۱۳/۸۷	۱۵/۲۶	۱۲	۰/۰۰۳*
مرکز کنترل درونی	۳۹۰	۱۳/۷۱	۱۱/۸۲	۱۲	۰/۰۰۴*
شناختی	۳۹۱	۱۵/۳۰	۲۷/۴۱	۱۲	۰/۰۰۱*
رفتاری	۳۸۵	۱۴/۰۳	۱۵/۱۸	۳۰	۰/۰۰۳*
عاطفی	۳۶۷	۳۶/۱۳	۹۵/۹۲	۱۲	۰/۰۰۵*

* در سطح ($P \leq 0/01$) معنادار است

جدول ۳ همبستگی بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و نگرش کارآفرینانه را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول ۳ بین جنسیت و بعد مرکز کنترل درونی، جنسیت و جزء رفتار و نوع مدرسه و جزء احساس ارتباط معنادار وجود دارد.

جدول ۳- همبستگی بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و نگرش کارآفرینانه

جنسیت	توفیق‌طلبی	مرکز کنترل درونی	رهبری	خلاقیت	نگرش کارآفرینانه	شناخت	رفتار	احساس
r	۰/۰۱	۰/۱۱	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۰۰۸	۰/۱۳	۰/۰۶
P	۰/۸۴	۰/۰۲**	۰/۲۳	۰/۳۰	۰/۱۲	۰/۸۷	۰/۰۰۸*	۰/۲۲
r	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۰۷	۰/۰۳	-۰/۰۱	۰/۱۳
P	۰/۲۷	۰/۸۱	۰/۳۵	۰/۰۸	۰/۱۵	۰/۵۴	۰/۷	۰/۰۰۸*
r	-۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۰۶	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۱
P	۰/۳۵	۰/۷۶	۰/۳۹	۰/۰۶	۰/۲۶	۰/۴۳	۰/۲۴	۰/۸۱
r	-۰/۰۰۸	-۰/۰۲	-۰/۰۱	-۰/۰۵	-۰/۰۱	۰/۰۰۱	-۰/۰۴	-۰/۰۳
P	۰/۸۸	۰/۵۹	۰/۷۷	۰/۲۸	۰/۷۵	۰/۹۷	۰/۳۷	۰/۴۸

** در سطح ($P \leq 0/05$) معنادار است. * در سطح ($P \leq 0/01$) معنادار است.

به منظور حصول اطمینان از اینکه واریانس خطا تفاوت معناداری باهم ندارند، از آزمون لون (Levene) استفاده شد که نتایج نشان‌دهنده وجود تجانس واریانس بین داده‌های نگرش کارآفرینانه بود ($F= ۱/۸۲$ ، $P=۰/۱۹$). نتایج آزمون t مستقل در خصوص بررسی وجود تفاوت بین نگرش کارآفرینانه در دو گروه دختر و پسر، در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴- تفاوت بین نگرش کارآفرینانه بر اساس جنسیت

مقیاس	جنسیت	میانگین و انحراف استاندارد	درجه آزادی	t	P
نگرش کارآفرینانه	دختر	$۴۸/۹ \pm ۱۴/۷۱$	۴۰۴	-۰/۳	۰/۷۶
	پسر	$۵۰/۴۱ \pm ۸/۱۵$			

بر اساس جدول مذکور، بین نگرش کارآفرینانه بر اساس جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. برای بررسی اثر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر پیش‌بینی نگرش کارآفرینانه از رگرسیون چندگانه توأم استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۵ آمده است:

جدول ۵. خلاصه مدل رگرسیون چندگانه (متغیرهای جمعیت‌شناختی)

مدل	مجذور R	مجذور R تعدیل‌شده	انحراف معیار	دوربین واتسون
۱	۰/۱۰	۰/۰۱۱	۰/۰۰۲	۱/۸۹

بر اساس نتایج جدول ۵، تنها یک درصد از تغییرات نگرش کارآفرینانه توسط متغیرهای جمعیت‌شناختی تبیین می‌شود.

جدول ۶- آزمون ANOVA در خصوص پیش‌بینی نگرش کارآفرینانه بر اساس متغیرهای جمعیت‌شناختی

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۲۱۲/۱۳	۴	۵۳/۰۳	۰/۸۵۰	۰/۴۹۴
باقیمانده	۱۹۸۳۶/۵۳	۳۱۸	۶۲/۳۸		
کل	۲۰۰۴۸/۶۶	۳۲۲			

جدول ۷- نتایج آزمون رگرسیون خطی

P	t	ضرایب غیر هنجاری		مدل	
		ضرایب هنجاری	B خطای استاندارد		
۰/۲۳	۱/۶۳	-	۰/۰۷۷	۰/۰۲۵	مقدار ثابت
۰/۳۴	۱/۷۵	۰/۰۵	۰/۰۴۱	۰/۰۹	جنسیت
۰/۲۱	۱/۲۲	۰/۰۷	۰/۰۶۵	۰/۰۸	نوع مدرسه
۰/۱۱	۱/۲۲	۰/۰۹	۰/۰۴۷	۰/۰۵	شغل پدر
۰/۶۹	۱/۲۲	۰/۰۷	۰/۰۴۹	۰/۰۶	اشتغال مادر

با توجه به نتایج آزمون رگرسیون خطی (جدول ۷)، می‌توان چنین نتیجه گرفت که متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنسیت، نوع مدرسه، شغل پدر و اشتغال مادر) پیشگوی مناسبی برای نگرش کارآفرینانه ورزشکاران نیست.

بحث و نتیجه‌گیری

عصر ما عصر شتاب و سرعت، دگرگونی و تغییر است. موج این تغییرات، زندگی همه ما را خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ از این رو جامعه‌ای در سازگاری با تغییرات و رقابت جهانی پیشتاز خواهد شد که از نیروی انسانی ماهر، متخصص، خلاق و خودباور برخوردار باشد. در این عصر نوین، کشور ما بیش از هر زمان دیگر نیازمند نظام آموزشی پویا و مترقی است. مدرسه در حکم جامعه‌ای کوچک است و به دلیل حاکمیت شبکه پیچیده‌ای از تعاملات انسانی، فضای اجتماعی معینی را به وجود می‌آورد که در رشد و پرورش همه‌جانبه شخصیت دانش‌آموز بسیار مؤثر است. دگرگونی باورهای کهنه عصر صنعتی الزامات خاصی را در عصر فراصنعتی حاضر، حتی در عرصه تعلیم و تربیت ایجاد کرده که در پویا شدن فضای آموزشی نیز مؤثر است (۸). تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است. آموزش کارآفرینی از تجربیات گوناگونی تشکیل شده است که دورنمایی به افراد می‌دهد تا از فرصت‌های موجود استفاده کنند (۲۱).

نتایج پژوهش حاضر نشان داد در همه ابعاد و اجزای نگرش کارآفرینانه، میانگین نمرات ورزشکاران (اعم از دختر و پسر، دبیرستانی و هنرستانی) بیشتر از سطح متوسط است که با نتیجه پژوهش خدمتی توسل (۱۳۷۹) در مورد زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی، تحقیقات صمدی و شیرزادی (۱۳۸۵) و بهرام‌زاده و همکاران

(۱۳۹۰) در خصوص رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در ورزشکاران، هندرسون و رابرتسون (۲۰۰۰) در مورد نگرش جوانان به کارآفرینی به‌مثابه شغل و نیز تحقیق پیهه و باقری (۲۰۱۱) در زمینه گرایش کارآفرینانه دانش‌آموزان و کارآفرینی هماهنگی دارد. همچنین، پژوهش حاضر نشان می‌دهد جنسیت تأثیر معناداری بر نگرش کارآفرینانه ندارد و از این لحاظ با پژوهش جهرمی و همکاران (۱۳۹۰) درباره رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی هماهنگی و با پژوهش تمیزاراسی و پانچاناتام (۲۰۱۰) در خصوص بررسی متغیرهای جمعیت-شناختی و نگرش کارآفرینانه، تحقیق کوندا و رانی (۲۰۰۸) در مورد نقش جنسیت و پیشینه در نگرش کارآفرینانه، مدل انگیزش کارآفرینانه نزیگر و همکاران (۱۹۹۴) و همچنین تحقیق آتاید (۲۰۰۹) مغایرت دارد. از این یافته که جنسیت تأثیری بر نگرش کارآفرینانه ندارد می‌توان به‌عنوان فرصت استفاده کرد و از طریق آموزش بر نگرش افراد تأثیر گذاشت و دختران و پسران کارآفرین تربیت کرد؛ به عبارت دیگر جنسیت فرد مانع موفقیت او نمی‌شود.

مشخص شد داشتن پدر خوداشتغال و مادر شاغل تأثیری در نگرش کارآفرینانه ورزشکاران ندارد که با پژوهش نزیگر و همکاران (۱۹۹۴) و آتاید (۲۰۰۹) که خوداشتغالی والدین را بر نگرش کارآفرینانه مؤثر می‌دانستند، همخوانی ندارد. شاید این ناهمخوانی به‌دلیل تفاوت فرهنگی و عوامل زمینه‌ای بین کشورها، به‌خصوص در مورد اشتغال مادران در خانواده‌ها باشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد میانگین نمرات آزمون نگرش کارآفرینانه ورزشکارانی که پدران خود اشتغال دارند با نمرات آزمون ورزشکارانی که پدران کارمند دارند در سطح آزمون کلی و ابعاد و اجزای آن دارای اختلاف معنادار نیست. هر چند میانگین نمرات ورزشکارانی که پدر کارمند داشتند در همه ابعاد و اجزای نگرش کارآفرینانه، به‌جز بعد توفیق‌طلبی، بیشتر از میانگین نمرات ورزشکارانی است که پدر خوداشتغال داشته‌اند. میانگین نمرات آزمون نگرش کارآفرینانه ورزشکارانی که مادران شاغل دارند از میانگین نمرات ورزشکارانی که مادران خانه‌دار دارند در همه ابعاد و اجزای نگرش کارآفرینانه بیشتر است. با این حال، این اختلاف در هیچ‌کدام از ابعاد و اجزاء معنادار نیست. از آنجا که پدر و مادر الگوی اولیه و اساسی فرزند محسوب می‌شوند، نقشی مهم در ایجاد تصویری باورنکردنی و عمومی از کارآفرینی در ذهن فرزندان خود دارند. رفتار و ویژگی والدین تأثیر مثبتی در فرزندان ایجاد می‌کند و منبع الهامی برای آن‌ها به‌وجود می‌آورد. در بیشتر تحقیقات مانند تحقیقات نزیگر و همکاران (۱۹۹۴) و آتاید (۲۰۰۹)، نتایج نشان‌دهنده الگوبرداری فرزندان از خانواده کارآفرین خود، به‌ویژه پدر و مادر است و این افراد به‌طور قابل توجهی موفق‌تر از افرادی‌اند که چنین الگوهایی ندارند، اما در تبیین مغایرت تحقیق حاضر با تحقیقات دیگر شاید بتوان این‌گونه استدلال کرد که اعتماد به نفس زیاد و خودپنداره مثبتی که

در نتیجه ورزش حاصل می‌شود مانع از الگوبرداری دانش‌آموزان ورزشکار از والدین خود شده و در نتیجه تأثیر مثبتی در نگرش کارآفرینانه آن‌ها نداشته است. یافته‌ها در زمینه اختلاف بین هنرستان و دبیرستان نشان داد به استثنای جزء رفتاری که میانگین نمرات ورزشکاران هنرستانی بیشتر از میانگین نمرات ورزشکاران دبیرستانی است، در سایر ابعاد و اجزای نگرش کارآفرینانه ورزشکاران دبیرستانی میانگین نمرات بهتری دارند. با توجه به آزمون مقایسه میانگین، نمرات میانگین ورزشکاران هنرستانی و دبیرستانی تنها در جزء احساسی نگرش کارآفرینانه با هم اختلاف معنادار دارند (میانگین ورزشکاران دبیرستانی بیشتر از ورزشکاران هنرستانی است). اختلاف در سایر ابعاد و اجزای نگرش کارآفرینانه معنادار نیست. از این لحاظ نتایج پژوهش حاضر با پژوهش صمدی و شیرزادی (۱۳۸۵) همسویی و با تحقیق بهرام زاده و همکاران (۱۳۸۹) مغایرت دارد.

به نظر می‌رسد نگرش کارآفرینانه باید در بین دانش‌آموزان هنرستانی بیشتر از دانش‌آموزان دبیرستانی باشد؛ زیرا هدف دانش‌آموز دبیرستانی کسب آمادگی برای ورود به دانشگاه است، اما دانش‌آموز هنرستانی در فکر ایجاد شغل یا منبع کسب درآمد است. با این حال، نتایج پژوهش نشان دادند متغیرهای جمعیت‌شناختی بر سطح نگرش کارآفرینانه ورزشکاران تأثیری ندارند که اکتسابی بودن نگرش کارآفرینانه را می‌نمایاند و لزوم توجه به برنامه‌های توسعه‌ای و آموزشی کارآفرینی و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه را در ورزشکاران مشخص می‌کند و در این زمینه باید سیاست‌های مقتضی برای بهره‌برداری از این پتانسیل نهفته اتخاذ شود. همان‌طور که اشاره شد آموزش می‌تواند در ارتقای روحیه و نگرش کارآفرینانه مؤثر باشد پس چه‌بسا محیط نامناسب آموزشی ما را از دست یافتن به این مهم بازدارد؛ بنابراین مدیران و معلمان می‌توانند به طرق مختلف با بهبود محیط آموزشی و ایجاد فضای مطلوب در مدارس فرصتی مناسب برای رشد نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان (ورزشکار و غیرورزشکار) ایجاد کنند تا از این طریق روحیه کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه بر کل جامعه حاکم شود و کشور به سمت و سوی کارآفرینی پیش برود. به‌طور خلاصه، افزایش توسعه درک مثبت از امکان و مطلوبیت کارآفرینی از طریق آموزش مناسب در سنین کمتر، تقویت روحیه کارآفرینی به‌صورت عام، تعیین سیاست‌ها، اهداف، روش‌ها و الگوهای مناسب و اجرای برنامه‌های حمایتی و تشویقی در این زمینه می‌تواند مناسب باشد. به‌طور کلی، تفاوت در یافته‌ها را می‌توان با در نظر گرفتن سایر متغیرها و نیز کنترل آن‌ها در مدل رگرسیونی بیشتر بررسی کرد. شایان ذکر است، یکی از تفاوت‌های موجود میان این تحقیق و تحقیقات مشابه توجه به متغیرهای متفاوتی است که در تحقیقات وجود دارد. از طرفی، نقش عوامل زمینه‌ای را در خنثی کردن یا تقویت برخی متغیرها نمی‌توان نادیده گرفت؛ از این رو،

محققان می‌توانند روی بررسی مدل‌های رگرسیونی کامل‌تری تمرکز داشته باشند که با کنترل متغیرهای مرتبط بیشتر، نقش پیش‌بینی‌کننده متغیرهای رده‌دهنده در این تحقیق را بازبینی کنند. بدین منظور، لحاظ کردن عوامل زمینه‌ای، رفتاری و ساختاری به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود. همچنین، می‌توان تحقیقات مشابهی را در سایر مقاطع انجام داد تا به تفاوت مقطع و گرایش توجه بیشتری شود.

منابع

1. Judy,D; Jessica,K; Patty,R. The impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. In: SEAANZ Brisbane Entrepreneurship as the Way of the Future, 2004 .26 - 29, QUT, Brisbane, QLD.
2. Fuchs, Werner, Wallau. Entrepreneurship education in Germany and Sweden: what role do different school systems play? Journal of Small Business and Enterprise Development. 2008; 15 (2), 365-81.
3. Liñán,F., Urbano,D., Guerrero, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. Entrepreneurship and Regional Development. 2010; 23(3&4), 187-215.
4. Robinson,P.B, Stimpson,D.V, Huefner,J.C, Hunt,H.K. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 1991; 15, 13-31.
5. Stewart,W.H, Watson,W.E, Carland,J.A, Carland,J.W. A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners and corporate managers. Journal of Business Venturing, 1998; 14, 189-214.
6. Athayde,R. Measuring Enterprise Potential in Young People. Entrepreneurship Theory and Practice.2009.
۷. خدمتی توسل. بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و ورزشکاران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تهران.۱۳۷۹.
۸. صمدی پروین، شیرزادی اصفهانی هما. بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در ورزشکاران. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی..۱۳۸۶؛ ۵(۱۶): ۸۷-۱۶۴.
۹. بهرام زاده محمد مهدی، باورصاد بلقیس، جعفرپور محمود. ارزیابی نقش جو سازمانی در روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر اهواز. مجله علوم تربیتی و روانشناسی. ۱۳۸۹؛ ۱۵۱-۱۸۰.
۱۰. جهرمی شایان امین، احمدی عباداله، محمدی حمیدرضا. بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی. فصلنامه علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی زنان. ۱۳۹۰؛ ۲(۱): ۹۹-۱۲۰.

11. Henderson,R; Robertson,M. Who Wants To Be an Entrepreneur? Young Adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career Development International*. 2000; 5(6): 287-279.
12. Kundu,s; Rani, S. Human resources' entrepreneurial attitude orientation by gender and background: a study of Indian Air Force trainees. *Int. J. Management and Enterprise Development*. 2008; 5(1).
13. Turker,D; Selcuk,S. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*. 2008; 33(2).142-159.
14. Tamizharasi,G; Panchanatham,N. An Empirical Study of Demographic Variables on Entrepreneurial Attitudes. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 2010; 1(2).
15. Naffziger,D.W; Hornby,J.S.; Kuratko, D.F. A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, New York: McGraw Irwin. 1994; 17(1), 49 – 55.
16. Pihie,L; Bagheri,A. Malay Student's Entrepreneurial Attitude and Entrepreneurial Efficacy in Vocation and Technical Secondary Schools of Malaysia. *Pertanika J.Soc.Sci. & Hum*. 2011; 19(2):433-47.
۱۷. حسینی افضل السادات. ماهیت خلاقیت و شیوه‌های پرورش آن. مشهد. به نشر. ۱۳۸۸.
18. Carton,J; Nowicki,S. (1994).” Antecedents of Individual Differences in Locus of Control of Reinforcement: A Critical Review”. *Genetic,Social & General Psychology Monographs*. New York: McGraw Irwin. 1994; 120(1), 31-81.
۱۹. بیگی نیا، عبدالرضا؛ صفری سعید؛ محمدی محمد. بررسی تأثیر نوع نیاز بر تمایل کارکنان به کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: ستاد مرکزی شرکت ملی نفت ایران). فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت. ۱۳۸۹؛ ۴(۱۳):۴۲-۷.
20. Vecchio, R.P. Entrepreneurship and leadership: Some common trends and threads. *Human Resource Management Review*, 2003; 13, 327–303.
۲۱. فیض داود؛ صفایی میلاد. ارزیابی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان. آموزش عالی ایران. ۱۳۸۸؛ ۶(۲): ۱۵۸-۱۳۷.

ارجاع دهی به روش ونگوور

محمدکاظمی رضا، میرزایی فهیمه، زیویار فرزاد. عوامل اثرگذار بر نگرش کارآفرینانه ورزشکاران دانش‌آموز (مقطع متوسطه آموزش و پرورش شهر تهران). ۱۳۹۳؛ ۶ (۲۵): ۱۴۵-۱۵۸

