

اولویت بندی موانع کارآفرینی از نظر دانشجویان تربیت بدنی با استفاده از روش TOPSIS

مرجان امینی^۱، رحیم جمشیدی^۲، صدیقه حیدری نژاد^۳

۱. دانشجویی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

۲. مدرس گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران

۳. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۵/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۰۴

چکیده

با توجه به افزایش فارغ التحصیلان دانشگاهی در طی سال‌های اخیر و تمایل آنها برای ورود به بازار کار، بعضا مشکلاتی بر سر راه این دانشجویان دیده شده و یا از طریق آنها گزارش می‌شود. در همین راستا این مطالعه برای بررسی موانع تجربه شده برای ورود به بازار کار توسط دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه شهید چمران اهواز طراحی شد. جامعه آماری کلیه دانشجویان دانشکده تربیت بدنی این دانشگاه بود (۲۶۳ نفر) که بر اساس جدول مورگان ۱۵۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. اطلاعات از طریق پرسشنامه محقق ساخته موانع کارآفرینی جمع‌آوری شد، روایی صوری و محتوایی پرسشنامه نیز با نظرخواهی از اساتید کارآفرینی و مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت. پایایی درونی از طریق آلفای کرونباخ $0/81$ محاسبه شد کهفایت حجم نمونه نیز از طریق شاخص $KMO=0/78$ گزارش شد. سپس اطلاعات جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌ها با استفاده از روش تحلیلی تاپسیس مورد بررسی قرار گرفت. همچنین از آزمون یومن-ویتنی نیز برای بررسی اختلاف نظر بین دانشجویان پسر و دختر در خصوص موانع کارآفرینی استفاده شد. 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 مهم ترین عواملی بودند که در تحقیق حاضر شناسایی شد. ترس از دست دادن سرمایه اندک خود و نداشتن اعتماد به نفس و عدم احساس حمایت از دانشجویان کارآفرین از دیگر عوامل هستند. به نظر می‌رسد طراحی دوباره و هدفمند محتوای آموزشی و حمایت ملموس از دانشجویان باعث ترغیب دانشجویان به سمت کارآفرینی خواهد شد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، موانع کارآفرینی، دانشجویان تربیت بدنی، روش تاپسیس

مقدمه

تغییر و تحولات سریع علم و فناوری در جهان از یک طرف و تبدیل ورزش به یک صنعت از طرف دیگر، دست‌اندرکاران ورزش را با چالش‌های جدیدی رو به رو ساخته است که گذر از آنها نیازمند به کارگیری رویکردها و روش‌های خلاقانه است (۱). در این میان نقش کارآفرینی و وجود کارآفرینان تعیین کننده است. کارآفرینی می‌تواند از طریق کشف و گسترش فرصت‌های شغلی مرتبط با تربیت بدنی زمینه‌های رونق اقتصادی و تغییر در شیوه زندگی را برای کلیه اقشار جامعه فراهم کند (۲). تحقق این هدف و برخورداری از مزایای آن مستلزم عزم همگانی در قالب طراحی اندیشمندانه و اصولی است. یکی از عواملی که می‌تواند نقش به‌سزایی در این راستا ایفا کند، شناسایی موانع گسترش کارآفرینی در حوزه تربیت بدنی و ورزش می‌باشد.

کارآفرینی ترجمه واژه Entrepreneurship است که خود از لفظ فرانسوی Entrepreneur معنای عهده‌دار شدن کاری گرفته شده است. کارآفرین کسی است که سازماندهی، مدیریت و پذیرفتن خطرات حضور در فعالیت تجاری را می‌پذیرد و از این طریق است که ایده‌های نو و خلاقانه خود را به عمل تبدیل می‌کند (۳). کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، اثربخشی، بهره‌وری، خلق و استفاده از فرصت‌ها، ایجاد شغل، رقابت و تشکیل کسب و کارهای جدید، نقش عمده‌ای را در گسترش اقتصاد کشور ایفا می‌کنند (۴). در واقع این کارآفرینان هستند که با شناخت صحیح فرصت‌ها، امکاناتی را فراهم می‌کنند که با سازماندهی و مدیریت، نه تنها برای خود، بلکه بدون اتکاء به دولت برای دیگران نیز شغل می‌آفرینند (۵).

گسترش بیکاری افراد مشکل جهانی در حال رشد است. در سال‌های اخیر، اعتراض‌ها از سوی جوانان بیکار قسمت عمده‌ای از سر تیترهای خبری را در انگلستان، اسپانیا، دیگر مناطق اروپایی و افریقای جنوبی را به خود اختصاص داده‌است (۶،۹). در پاسخ به این معضل بیکاری ارگان‌های مسئول برنامه‌ریزی، مراکز تحصیلی را به قدم نهادن در جهت شاخه‌های خوداشتغالی و کارآفرینی تشویق می‌کنند (۱۰). با مشاهده کاهش فرصت‌های شغلی در سطح جهان، کارآفرینی تنها راه‌حل قابل قبول و ایده‌ال برای حل این مشکل به نظر می‌رسد (۱۱). مرکز جهانی کنترل کارآفرینی در گزارش‌های خود یک بی‌میلی و عدم استقبال را در بین جوانان برای ورود در کارهای جدید و ریسک دار نشان می‌دهد. نقش حیاتی جوانان کارآفرین در گسترش و دستیابی به اهداف هر کشور غیر قابل انکار است. اما ظهور تهدیدهای بیکاری و وجود نشانه‌های حاکی از اینکه فارغ‌التحصیلان جوان دانشگاهی تمایلی ندارند در فعالیت‌های کارآفرینی درگیر شوند، به سرعت به یک چالش اجتماعی-اقتصادی در کشورها تبدیل شده است (۱۲). با ارائه این پیش‌زمینه، لازم است که فرصتی را به وجود آورد تا دلایل مهمی را که

سبب پایین آمدن سطح فعالیت‌های کارآفرینانه توسط فارغ‌التحصیلان دانشگاهی شده است را پیدا کرد.

در ادامه بسط این مطلب و در تحقیقات متعدد از جمله ابو و شامبار^۱ (۲۰۱۲)، مگگوسا و اونگوری^۲ (۲۰۱۲)، واندروالت و واندروالت^۳ (۲۰۰۸) و یعقوبی (۲۰۱۰) مشاهده شده است که؛ دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی موانع متعددی را بیان کرده‌اند که شرکت آنان در فعالیت‌های کارآفرینانه را محدود می‌کند (۱۶-۱۳). به طور کلی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تمایل، علاقه و توانایی برای شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه ندارند که این معضل به یک مشکل جهانی تبدیل شده است، همچنین این مشکل با شدت بیشتری در کشورهای درحال توسعه مشاهده می‌شود (۱۴،۱۶،۱۸). این در حالی است که شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور ایران نیز به گونه ای شده است که 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 قابل اتکایی بجز نفت بیاندیشند و بدون شک آن منبع، تنها کارآفرینی و مؤلفه‌های آن خواهد بود (۱۹). تحقیقات نشان می‌دهند که دانشگاه‌ها بهترین مکان برای پیدا کردن منبع مشکلات کارآفرینی هستند (۲۰). برای درک محیط کارآفرینان جوان، بسیاری از محققان در حال مطالعه حلقه ارتباطی بین ادراکات دانشجویان و مفهوم کارآفرینی هستند، ترویج مهارت‌های برنامه‌ریزی تجاری و ترویج و تبلیغ کارآفرینی، فاکتورهای هستند که فعالیت‌های کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این نویسندگان به روشنی بیان می‌کنند که دانشجویان کمتر دوست دارند برانگیخته شوند برای انتخاب کارآفرینی به عنوان یک مسیر شغلی در شرایطی که آنها فاقد مهارت‌های مدیریت تجاری‌اند (شامل مهارت‌های برنامه‌ریزی، عدم توانایی برای اجرا یا طرح یک سناریوی تجاری واقعی) (۱۳،۱۴،۱۶). لکوکو^۴ (۲۰۱۱) بیان می‌کند سیستم‌های آموزشی سطح تکمیلی نقش حیاتی را در توسعه کارآفرینی بازی می‌کند و این پتانسیل برای ترویج و افزایش ظرفیت‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها وجود دارد (۲۱). این نتایج همچنین مرتبط است با یافته‌های یعقوبی (۲۰۱۰) و ماگگوسا و اونگوری (۲۰۱۲)، که آنها نیز ارتباط مثبتی را بین آموزش و ترویج کارآفرینی مشاهده کردند (۱۴،۱۶). اگرچه دانشگاه‌ها پیش‌تر آموزش‌هایی را در جهت تحریک و آگاهی از کارآفرینی ارائه

-
- 1 . Ebewo, P. E. & Shambare, R.
 - 2 . Makgosa, R. & Ongori, H.
 - 3 . van der Walt, R. & van der Walt, S. J.
 - 4 . Lekoko, M.

می‌دادند، ولی این آموزش‌ها بدون تمرین عملی در جهت اینکه دانشجویان را مهیا کنند برای برقراری ارتباط نزدیک و قابل لمس با مهارت‌های تجاری با شکست مواجه خواهند شد. نتیجه این تأکید بیش از حد بر آموزش‌های تئوری منجر به یک دید سطحی از کارآفرینی خواهد شد، که این مشکل در آینده شدیدتر نیز می‌شود با این تصور که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی برای کارآفرینی آماده هستند اما در حقیقت این تصور اشتباه است.

موانع کارآفرینی؛ عدم علاقه دانشجویان نسبت به شرکت در ریسک‌های جدید کارآفرینی بسیاری از محققین از جمله یعقوبی (۲۰۱۰) و لکوکو (۲۰۱۱) را بر این داشته است که تمرکز خود را بر روی مطالعه چالش موجود در مسیر انتقال آموزش‌های دانشگاهی به فعالیت‌های عملی کارآفرینی بگذارند (۱۶،۲۱). نتیجه این مطالعات تعیین چهار عامل عمده بود که با روش‌های جاری آموزشی دانشگاهی در خصوص با ترویج کارآفرینی در ارتباط می‌باشند، که این عوامل عبارت‌اند از:

موانع آموزشی؛ برای اینکه روش جاری در هر سیستم آموزشی مفید واقع شود، باید در ارتباط با واقعیت‌های اقتصادی آن کشور باشد (۲۰). در سطح دروس اختصاصی سر فصل‌های آموزشی باید دانشجویان را به طور جامع و کافی برای کسب مهارت‌های کاربردی و دانش کارآفرینی آماده کنند (۱۳). اما در واقع این گونه نیست و به طور مشخص نشانه‌ها حاکی از نامتناسب بودن مطالب آموزشی در مورد کارآفرینی می‌باشد. به همان اندازه که مطالب و مفاهیم آموزشی مهم هستند، چگونگی آموزش و تدریس آنها نیز حیاتی می‌باشد، این روش تدریس است که سطحی از درگیری دانشجویان در مطالب را تعیین می‌نماید (۲۲). بنابراین، برای پیشرفت و ترقی در یادگیری سطح تکمیلی، دانشگاه‌ها باید روش تدریسی را بکارگیرند که به دانشجویان اجازه بدهد مطالب یادگرفته را بصورت عملی اجرا کنند و هر دو مهارت‌های تئوری و عملی را به همراه هم توسعه دهند.

موانع حمایتی؛ در حالی که توسعه خوداشتغالی به طور گسترده ای به عنوان یکی از اهداف مهم آموزش‌های کسب و کار در سطح عالی به رسمیت شناخته شده (۲۳)، به نظر می‌رسد دانشگاه‌ها در توسعه فعالانه تجارت و شغل‌های دانشجو محور با مشکل روبرو هستند. در مقابل ادعای حمایت از کارآفرینی بسیاری از دانشگاه‌ها، اینطور به نظر می‌رسد که دانشجویان آموزش‌هایی را برای کارمند شدن می‌بینند تا کارآفرین شدن (۲۴). در نتیجه، فرصت ارزشمندی برای آزمایش یک سرمایه گذاری و کسب و کار کوچک، و بدست آوردن تجربه دست اول برای درک مفهوم کارآفرینی، در حال از دست رفتن است (۲۵).

موانع تسهیلاتی و نداشتن فرصت بروز کارآفرینی و عدم حضور دانشجویان در فعالیت‌های کارآفرینی و نداشتن فرصت بروز آن را می‌توان به دو دلیل مجزا تقسیم کرد. در مرحله اول، به پیامدهای ناشی از فقر گسترده می‌توان اشاره کرد، زیرا اغلب دانشجویان از زمینه‌های بسیار ضعیف هستند (۲۶). علاوه بر این، به دلیل میراث نژادپرستی و قرار گرفتن در طبقات خاص جامعه نیت کارآفرینانه دانشجویان رنگین پوست و طبقه محروم ۵۰ درصد کمتر از دیگر گروه‌های قومی می‌باشد که این نشان از تفاوت میان گروه‌های مختلف جامعه است (۲۰). در مرحله دوم، به عنوان یک نتیجه از سیستم آموزش و پرورش ضعیف، دانشگاه‌های امروز در حال ثبت نام دانشجویان فاقد شایستگی هستند و صرفاً یکسری شرایط مالی برای پذیرش در نظر گرفته می‌شود (۲۳). این شرایط، وقتی با محدودیت‌های مالی و کمبود منابع دانشگاه‌ها همراه می‌شود، به این معنی است که بسیاری از دانشگاه‌ها در مهیا کردن فرصت‌های تربیتی برای شکوفا شدن دانشجویان کارآفرین نمی‌توانند پیشقدم شوند.

موانع فردی؛ موانعی هستند که مربوط به ویژگی‌های درونی فرد هستند؛ که از این میان می‌توان به بی‌اعتقادی به موثر بودن و مفید بودن خویشتن، بی‌تفاوتی به محیط پیرامون، ناتوانایی در ارائه راه‌حل‌های سازنده و مفید، موافقت بی‌قید و شرط با افکار و عقاید دیگران، بدبینی و منفی‌نگری، میزان کمی تحمل در برابر مشکلات، نداشتن اعتماد به نفس، نداشتن اهداف و بینش روشن و احساس ناتوانی در گسترش استعدادها اشاره کرد (۲۷). این در حالی است که کارآفرینان نیاز زیادی به موفقیت احساس می‌کنند و نبود این نیاز برای افراد به‌طور غیر مستقیم یک مانع اولیه محسوب می‌شود (۲۸). اکثر آنان در مقایسه با افراد معمولی، ضمن آنکه انسان‌هایی با انرژی بیشتر هستند (۲۹) افراد سخت‌کوشی نیز به شمار می‌آیند، به‌طوری که برای فائق آمدن بر موانع فرارو از هیچ تلاشی مضایقه نمی‌کنند (۳۰).

موانع ارتباطی؛ در پژوهشی برخی از ریشه‌های احتمالی مشکلات آموزش عالی دانشگاهی، ارتباط محدود بین دانشگاه و دنیای خارج، بی‌توجهی آموزشگران به یادگیری مهارت‌های جدید در آموزش زمینه‌های نوین علوم و محدود شدن قابلیت‌های یادگیری به واحدهای درسی دانشگاه ذکر شد (۳۱). در واقع عدم ارتباط برنامه‌های آموزشی با نیازهای بازارکار و جامعه و ناتوانی آموزشگران در تطبیق خود با چالش‌های جدید آموزش، دانش‌آموختگانی را تربیت می‌کند که کارایی لازم برای بر عهده گرفتن مسولیت‌های مورد نیاز در بازارکار را ندارند.

از دیدگاه برخی از پژوهشگران، کارآفرینی دانشگاهی شکل خاصی از انتقال فناوری است و این پدیده زمانی رخ می‌دهد که پژوهشگران در دانشگاه‌ها و نهادهای پژوهشی، تصمیم به تجاری سازی فناوری تولید شده در موسسه خود می‌گیرند (۳۲). اما این فرآیند همیشه به راحتی و با

موفقیت صورت نمی‌گیرد و از آنجایی که فعالیت‌های تجاری سازی می‌تواند بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها تأثیرگذار باشد، امکان بروز تعارض و مقاومت در برابر آنها وجود دارد (۳۳)؛ بنابراین در بسیاری از موارد این روند از اثربخشی و کارایی لازم برخوردار نیست. در واقع می‌توان گفت که وجود برخی از عوامل در مسیر تجاری سازی دانش در دانشگاه‌ها، مانع ایجاد کرده که شناسایی و رفع آنها برای ثمربخشی سرمایه‌گذاری‌ها و اقدامات انجام شده به منظور توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها بسیار مهم است. از این رو شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش کشور می‌تواند فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان جامعه معرفی کند تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی- اجتماعی بهره‌گیرند. به عبارتی کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش موثر در توسعه کسب و کار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند نقش بسیار مهم و برجسته‌ای در توسعه کشور داشته باشد (۳۴). علاوه بر این کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند (۲).

با توجه به اهمیت کارآفرینی ورزشی و توسعه ورزش برای جامعه، لزوم شناسایی عوامل مثبت و منفی بر کارآفرینی برای این بخش از حوزه میان رشته‌ای باید مورد توجه قرار گیرد. بنابراین شناسایی فرصت‌ها و مشکلات برای کارآفرینی در ورزش به ایجاد خطوط کلی کسب و کار، برنامه‌ریزی به منظور ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی، برآوردن چالش‌های جهانی شدن مانند کیفیت تولید کالاهای ورزشی، توانایی پیش‌بینی تغییر بازار و استفاده بهینه از فناوری برای رسیدن به حاشیه رقابتی، به ایجاد راهبردهای اشتغال برای جامعه به ویژه فارغ‌التحصیلان تربیت بدنی کمک می‌کند. به همین منظور این مطالعه در پی بررسی و جستجوی موانع و محدودیت‌های فعالیت‌های کارآفرینانه در میان دانشجویان دانشگاهی می‌باشد و به تبع آن به دنبال پاسخی برای پرسش‌های زیر می‌باشد: هر کدام از موانع چه وزن عاملی و درجه اهمیتی را از نظر دانشجویان به خود اختصاص می‌دهد؟ اولویت بندی این موانع بر اساس اهمیت به چه ترتیبی می‌باشد؟ و آیا بین نظرات دانشجویان دختر و پسر تفاوت وجود دارد؟

روش پژوهش

این پژوهش، به لحاظ روش، توصیفی تحلیلی و به لحاظ هدف از نوع تحقیق‌های کاربردی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشکده تربیت بدنی دانشگاه شهید چمران اهواز است. که تعداد آنها برابر بود با ۲۶۳ نفر که بر حسب جدول مورگان ۱۵۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه‌گیری بصورت تصادفی و سهمیه‌ای با در نظر گرفتن هر سه مقطع تحصیلی انجام گرفت. مراحل تحقیق مشتمل بر مرور ادبیات و تدوین چهارچوب نظری، لیست

شاخص‌های مربوطه، جمع آوری داده‌ها و اطلاعات است. از *تکنیک تاپسیس^۱ برای بررسی وزن دهی شرکت کنندگان به عوامل و از آزمون یومن‌ویتنی برای بررسی تفاوت بین نظرات دانشجویان دختر و پسر در مورد مولفه‌های کارآفرینی استفاده شد. پرسشنامه استفاده شده در این تحقیق پرسشنامه‌ای بود که در تحقیقات یعقوبی (۲۰۱۰) و شامبار (۲۰۱۲) مورد استفاده قرار گرفته بود (۱۳، ۱۶). جهت تعیین روایی، پرسشنامه در میان اساتید دانشگاهی متخصص در امر کارآفرینی و تربیت بدنی به بحث گذاشته شد و بعد از اصلاحات لازم و تطبیق دادن آن با شرایط دانشجویان تربیت بدنی در یک مطالعه رهنما بین ۱۵ نفر از دانشجویان توزیع و سپس جمع‌آوری شد و میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده برای تعیین اعتبار پرسشنامه برابر بود با ۰/۸۱. همچنین روایی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی در سطح (۰/۰۰۱) معنی دار شد. قابل ذکر است که این پرسشنامه دارای دو بخش: الف) مشخصات شرکت کنندگان و ب) ۲۸ سؤال بسته با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت، که این ۲۸ سؤال در مجموع ۵ مولفه یا شاخص را پوشش می‌داد.

1. TOPSIS method

* تکنیک تاپسیس یا اولویت بندی بر اساس شباهت به راه‌حل ایده‌آل، که نخستین بار بوسیله ونگ و یون در سال ۱۹۸۱ معرفی شد، یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره مانند AHP است. از این تکنیک می‌توان برای رتبه بندی و مقایسه گزینه‌های مختلف و انتخاب بهترین گزینه و تعیین فواصل بین گزینه‌ها و گروه‌بندی آنها استفاده نمود. از جمله مزیت‌های این روش آن است که معیارها یا شاخص‌های به کار رفته برای مقایسه می‌توانند دارای واحدهای سنجش متفاوتی بوده و طبیعت منفی مثبت داشته باشند. به عبارت دیگر می‌توان از شاخص‌های منفی و مثبت به شکل ترکیبی در این تکنیک استفاده نمود. بر اساس این روش، بهترین گزینه یا راه‌حل، نزدیک ترین راه‌حل به راه‌حل یا گزینه ایده‌آل و دورترین از راه‌حل غیر ایده‌آل است. راه‌حل ایده‌آل، راه‌حلی است که بیشترین سود و کمترین هزینه را داشته، در حالی که راه‌حل غیر ایده‌آل، راه‌حلی است که بالاترین هزینه و کمترین سود را داشته باشد. به طور خلاصه، راه‌حل ایده‌آل از مجموع مقادیر حداکثر هر یک از معیارها به دست می‌آید، در حالی که راه‌حل غیر ایده‌آل از مجموع پایین ترین مقادیر هر یک از معیارها حاصل می‌گردد (۳۵). مراحل این روش به صورت زیر است:

گام اول) ایجاد یک ماتریس تصمیم‌گیری برای رتبه بندی. شامل m گزینه و n معیار.

گام دوم) نرمال نمودن ماتریس تصمیم‌گیری است.

گام سوم) تعیین راه‌حل ایده‌آل مثبت و راه‌حل ایده‌آل منفی.

گام چهارم) بدست آوردن میزان فاصله هر گزینه تا ایده‌آل‌های مثبت و منفی.

گام پنجم) تعیین ضرب نزدیکی برای هر یک از گزینه‌ها.

گام ششم) رتبه بندی گزینه‌ها بر اساس ضریب نزدیکی.

نتایج

جدول شماره ۱- توزیع توصیفی اطلاعات جمعیت شناختی شرکت کنندگان

سن طبقه	مقطع تحصیلی		وضعیت شغلی		جنسیت		وضعیت تاهل	
	درصد	طبقه	درصد	طبقه	درصد	طبقه	درصد	طبقه
۱۸ تا ۲۲	۲۱/۹۳	کارشناسی	۴۲/۵۸	بدون شغل	۶۱/۳	زن	۵۴/۹	متاهل
۲۳ تا ۲۷	۶۱/۹۳	ارشد	۴۹/۰۳	شغل مرتبط	۱۰/۳۳	مرد	۴۵/۸	مجرد
۲۸ تا ۳۳	۱۶/۱۲	دکتری	۸/۳۸	شغل غیر مرتبط	۲۸/۳۸			

بر اساس جدول فوق بیش از نیمی از دانشجویان تربیت بدنی این دانشگاه هیچگونه فعالیت اقتصادی انجام نمی‌دهند و از آن درصدی کمی هم که دارای امنیت شغلی و فعالیت اقتصادی هستند تنها ۱۰ درصد شغل مرتبط با رشته تحصیلی خود دارند و مابقی شغل غیر مرتبط دارند این نشانه‌ها برای آینده رشته تربیت بدنی خطرناک بوده و نشان از کاهش فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه در بین این قشر می‌باشد، همه این عوامل باعث می‌شود که اهمیت کارآفرینی در بین دانشجویان بیش از پیش به چشم آید.

جدول شماره ۲- نتایج روش تاپسیس در تعیین وزن تخصیص یافته به هر کدام از مولفه‌ها

موانع	وزن تخصیص یافته به هر کدام از مولفه‌ها
موانع آموزشی	۰/۶۷۵
موانع فردی	۰/۶۶۰
موانع حمایتی و قانونی	۰/۶۰۲
موانع تسهیلاتی	۰/۵۹۹
موانع ارتباطی	۰/۶۴۶
۰/۳۶۵ دکتری	۰/۳۰۰ کارشناسی
۰/۳۳۹ کارشناسی ارشد	۰/۳۰۰ آنتروپی
مقادیر آنتروپی برای سه مقطع تحصیلی	

بر اساس اطلاعات جدول فوق در بین موانع تجربه شده از نظر دانشجویان موانع آموزشی از بیشترین اهمیت برخوردار می‌باشد و بعد از آن موانع فردی در رتبه بعدی قرار دارد، و موانع تسهیلاتی از کمترین اهمیت برخوردار می‌باشد.

وزن تخصیص پیدا کرده به هر عامل حاصل ضربی است از میزان درجه اهمیتی که دانشجویان به یک مولفه و مولفه‌های فرعی آن اختصاص داده‌اند. اما ضریب آنتروپی شانون برای بیان اهمیت نسبی خصوصیت‌ها و معیارها باید وزن نسبی آن‌ها را تعیین کرد. در این زمینه روش‌های متعددی مانند ANP, AHP, LINMAP و آنتروپی شانون و ... وجود دارند که متناسب با نیاز می‌توان آن‌ها را مورد استفاده قرار داد. در این پژوهش روش آنتروپی شانون برای تعیین وزن شاخص‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. از تکنیک آنتروپی شانون می‌توان برای وزن دهی به شاخص استفاده نمود. اساس این روش بر این پایه استوار است که هر چه پراکندگی در مقادیر یک شاخص بیشتر باشد، آن شاخص از اهمیت بیشتری برخوردار است که در این راستا شاخص‌های دارای اهمیت بیشتر، از وزن بالاتری نیز برخوردارند (۳۵).

جدول شماره ۳- نتایج روش تاپسیس در تعیین وزن تخصیص یافته برای تک تک سئوالات

وزن نسبی	مولفه	وزن نسبی	معرفه	هدف
۰/۸۲۲	۱. مواد آموزشی و محتوای درس به روز نمی شود.			اولویت بندی موانع کارافرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران
۰/۹۳۶	۲. بیش از حد بر دروس نظری تاکید می شود.			
۰/۷۹۷	۳. دانشجویان مشارکت چندانی در درس ندارند.			
۰/۶۷۵	۴. مطالب آموزشی ارتباط سینماتیک و هدفمندی با هم ندارند.			
۰/۷۱۷	۵. از روش‌های مشارکتی تیمی و گروهی در تدریس استفاده کمی می شود.			
۰/۶۸۶	۶. در تدریس محتوای آموزشی از روش‌های سنتی استفاده می شود.	۰/۶۷۵	موانع آموزشی	
۰/۹۵۷	۷. در دانشگاه مهارت‌های اولیه و مورد نیاز برای شروع کار دانشجویان ارائه نمی‌گردد.			
۰/۶۶۰	۸. محتوای دروس بیشتر توسط دانشجویان درک نمی شود و درک عمقی از آن وجود ندارد.			
۰/۶۷۸	۱. دانشجویان از ماهیت رشته‌های تربیت بدنی و شرایط کاری آینده آگاهی ندارند.			موانع فردی
۰/۷۲۲	۲. دانشجویان از شرایط تولید محصولات و خدمات ورزشی آگاهی ندارند و در دانشگاه هم این آگاهی را کسب نمی کنند.			
۰/۶۶۳	۳. دانشجویان قبلاً کار مرتبط با رشته انجام نداده اند و با آنها آشنایی ندارند.	۰/۶۶۰		
۰/۶۷۴	۴. دانشجویان به دلیل ترس از دست دادن سرمایه‌های شخصی			

معمولا سراغ کارآفرینی نمی روند.	
۰/۷۵۴	۵. دانشجویان به خاطر ترس از موانع اداری سراغ کارآفرینی نمی روند.
۰/۶۶۴	۶. دانشجویان به خاطر نداشتن مهارت و تجربه مناسب و کافی سراغ کارآفرینی نمی روند.
۰/۷۳۶	۱. دانشگاه برای فراهم آوردن تسهیلات خوداشتغالی چندان از سوی دانشگاه حمایت نمی شود.
۰/۶۸۴	۲. قوانین و مقررات دست و پا گیر معمولا افراد را از پیگیری ایده های خلاقانه منصرف می کند.
۰/۷۱۱	۳. قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از دانشجویان کار آفرین وجود ندارد.
۰/۶۵۸	۴. دستیابی به منابع مالی برای سرمایه گذاری بسیار مشکل است.
۰/۶۰۲	۵. حمایت مالی برای شرکت های جدید و در حال رشد وجود ندارد.
۰/۶۴۶	۶. مدیریت و تصمیم گیری ها محافظه کارانه است.
۰/۶۸۴	۷. هنجار های مختلف اجتماعی و فرهنگی در دانشگاه از کارآفرینی حمایت نمی کند.
۰/۵۹۹	۱. امکانات کافی برای ارائه ی مقولات علمی و کاربردی به دانشجویان وجود ندارد.
۰/۶۶۱	۲. دانشگاه برای فراهم نمودن مقدمات خود اشتغالی دانشجویان با محدودیت های مالی مواجه است.
۰/۶۹۹	۳. برای معرفی ایده و شروع کار جدید دسترسی کافی به منابع وجود ندارد.
۰/۶۴۶	۱. مواد آموزشی و محتوای درسی هیچ ارتباطی با نیاز های جامع و بازار ندارند.
۰/۷۸۸	۲. برنامه های آموزشی و درسی متناسب با رشته ی تربیت بدنی وجود ندارد.
۰/۸۲۸	۳. برنامه ریزی های آموزشی و درسی هماهنگ و متناسب با تغییرات جهانی نیست.
۰/۷۸۹	۴. دانشگاه با سازمان های اجرایی ذیربط رابطه ندارد.
۰/۶۰۲	موانع حمایتی و قانونی
۰/۵۹۹	موانع تسهیلاتی
۰/۶۴۶	موانع ارتباطی

در جدول فوق کلیه مولفه های اصلی و فرعی بر اساس میزان درجه اهمیتی که از نظر دانشجویان و اساتید مدیریت ورزشی و کارآفرینی بدست آورده اند نمایش داده شده است که

مولفه تاکید بیش از حد بر روی دروس تئوری یک مانع بزرگ تعیین شده است به طوری که اساتید نیز بر آن ادعان داشته‌اند.

جدول شماره ۴- نتایج آزمون یومن‌ویتنی

متغیر	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	مقدار Z	معناداری
آموزشی	مرد	۳/۰۱	۰/۸۲۴	-۰/۳۶۶	۰/۷۱۵
	زن	۳/۷۲	۰/۰۵۲		
فردی	مرد	۳/۶۰	۰/۰۳۵	-۱/۳۶۷	۰/۰۲
	زن	۳/۴۷	۰/۰۱۸		
حمایتی و قانونی	مرد	۲/۹۱	۰/۶۸۲	-۱/۶۰۷	۰/۰۸
	زن	۳/۰۱	۰/۲۸۱		
تسهیلاتی	مرد	۳/۲۲	۰/۳۴۴	-۰/۷۸۵	۰/۴۳۲
	زن	۳/۱۷	۰/۷۶۸		
ارتباطی	مرد	۳/۰۰	۰/۸۳۵	-۰/۱۲۷	۰/۸۹۹
	زن	۳/۱۱	۰/۵۶۴		

بر اساس نتایج جدول شماره (۴) تنها در مولفه موانع فردی بین دانشجویان پسر و دختر اختلاف معنادار مشاهده شد.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج تحقیق حاضر موانع آموزشی به عنوان عامل نخست بیشترین ضریب وزنی را به خود اختصاص داد، ضریب وزن بعدی به موانع فردی اختصاص یافت و مولفه حمایتی و قانونی با مولفه تسهیلاتی و ارتباطی از نظر ضریب وزن رتبه‌های سوم و چهارم و پنجم را بدست آوردند، که این یافته‌ها در مورد موانع آموزشی و حمایتی با نتایج تحقیق یعقوبی (۲۰۱۰) و ابو شامبار (۲۰۱۲) همخوانی داشت (۱۳،۱۶). البته با توجه به وزن دیگر مولفه‌ها نمی‌توان گفت که تنها موانع آموزشی و محتوای مطالب ارائه شده به دانشجویان علت عدم رشد کارآفرینی شده است و مولفه‌های دیگر نیز در این عدم استقبال دانشجویان از کارآفرینی تاثیرگذار می‌باشند.

هدف از این مطالعه تعیین موانعی بود که دانشجویان را از شرکت در فعالیت‌های کارآفرینی محدود می‌کرد. همانطور که از تحقیقات برمی‌آید، چندین موانع کارآفرینی تعیین و بررسی شده‌اند. یافته‌های این تحقیق از تئوری موانع کارآفرینی یعقوبی (۲۰۱۰) حمایت می‌کند (۱۶).

همچنین یافته‌های این مطالعه نتایج تحقیقات پیشین را که دانشگاه‌ها می‌توانند به عنوان یک کاتالیزور مهم در توسعه عقاید کارآفرینی تلقی شوند تقویت می‌کند (۳۶). بنابراین نقش دانشگاه‌ها در ترویج کارآفرینی را نباید فراموش یا بی‌اثر فرض کرد (۲۰)، به این منظور که بسیاری از موسسات آموزش تکمیلی تحقیقات کارآفرینی شکلی از کارآفرینی را توسعه و اجرا کرده‌اند. از طرف دیگر موانع فردی برای بروز دادن ایده کارآفرینی و عدم حمایت از کارآفرینی به عنوان موانع معنی‌دار قابل توجه است. اختصاص دادن بیشترین اهمیت به این موانع گویایی این واقعیت است که دانشگاه‌ها در سطح عالی نمی‌توانند محصولات خود را (دانشجویان) در جهت تبدیل شدن به کارآفرین آماده کنند و حمایت کافی نیز از آنها بعمل نمی‌آید. در تعامل با نتیجه تحقیق دیوپرو^۱ (۲۰۰۹)، پیشنهاد می‌شود که آموزش بیشتر تئوری بصورت ترکیبی با تمرینات عملی تجاری یا کسب و کار بکار رود (۲۳). در این مورد مود و تاکر^۲ (۲۰۰۹)، نشان دادند که چرخه آموزش قوی می‌تواند به برطرف کردن مشکلات کارآفرینی کمک کند (۲۵). برخی از قدم‌های اولیه این است که دانشگاه‌ها باید بررسی کنند ظرفیت طرح‌های شبه تجاری را که کاربری دارند در محیط دانشگاهی از قبیل: کیوسک‌های فروش اجناس و کتاب در محیط دانشگاه یا حتی اجرای کسب و کار اینترنتی و خدمات کوچک و اولیه کامپیوتری، برگزاری کلاس‌های آموزشی رشته‌های مختلف ورزشی برای دانشجویان سایر رشته‌ها توسط دانشجویان تربیت بدنی، استفاده از دانشجویان تربیت بدنی برای برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی و فعالیت‌های فوق برنامه و ... درون محیط دانشگاهی.

زمینه‌های اصلی کارآفرینی در ورزش عبارتند از: تبلیغات، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، مدیریت اماکن و تاسیسات ورزشی و مدیریت باشگاه‌ها، آموزش و پژوهش در ورزش، امور فرهنگی و ورزشی و ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی (۳۷). از دیگر زمینه‌های کارآفرینی می‌توان به طراحی و تولید بازی‌های فکری، بازی‌های رایانه‌ای، روزنامه‌نگاری، بیمه، عکاسی، جهانگردی و بازاریابی در حوزه‌ی ورزش، نقل و انتقال بازیکنان و مربیان، فروش بلیط بازی‌های داخلی و خارجی اشاره کرد. اما از طرف دیگر بیشترین نگرانی دانشجویان در رابطه با گذراندن واحدهای درسی است تا یادگیری دانش جدید، در نتیجه دانشجویان آن طور که باید و شاید در کسب و کار و تجارت ظاهر نمی‌شوند.

به طور کلی مطالعات اهمیت ارتباط بین آموزش کارآفرینی و ترویج آن را بیان می‌کنند، در کل اینگونه به نظر می‌رسد که آموزش نقش مهمی را در پرورش عقاید کارآفرینی و نتایج حاصل از

1. Du, P.

2. Massad, V. J. & Tucker, J. M.

گسترش آن بازی می‌کند (۱۷،۳۸). به نظر می‌رسد ترکیبی از انجام امور تجاری عملی در کنار حمایت‌های آغاز به کار و اولیه و ارائه تسهیلات مناسب لازم است برای اینکه دانشجویان را قادر سازد برای حضور در فعالیت‌های کارآفرینانه و همچنین شانس موفقیت آنها در کارآفرینی دانشجو محور افزایش یابد. موضوع کارآفرینی به دلیل اهمیت‌اش و استراتژیک بودنش برای هر دو گروه از محققین و ارگان‌های برنامه‌ریز تبدیل به یک مساله مهم شده است، تحقیقات آینده می‌توانند بررسی کنند اثر روش آموزش عملی را، از قبیل ظرفیت پروژه‌های کسب و کار عملی (کارهای کوچک تجاری که قبلاً ذکر شد) یا استفاده از سبک‌های آموزشی که دانشجویان را بیشتر درگیر مهارت‌ها کند به جای تاکید بیش از حد بر آموزشی تئوری، ساختن تصویر درستی از رشته تربیت بدنی و چشم انداز این رشته در جامعه و محیط کار برای دانشجویان از دیگر یافته‌های این تحقیق می‌باشد.

به نظر می‌رسد دانشجویان کاملاً علاقمند و آماده کارآفرینی هستند بنابراین این تحقیق به دنبال شناخت موانعی بود که آنها را از شرکت در این نوع از فعالیت‌ها دلسرد می‌کرد. نتایج حاکی از آن بود که دانشجویان یک ناتوانی را برای حضور یافتن در عرصه تجارت احساس می‌کردند و همچنین آنها به اندازه کافی از طرف موسسات آموزشی برای گسترش طرح‌های تجاری خود به صورت عملی حمایت نمی‌شدند، در نتیجه مجموعه‌ای از عوامل فردی و آموزشی و حمایتی از ظاهر شدن دانشجویان در قالب یک کارآفرین جوان ممانعت می‌کند. دادن اطمینان نسبی به دانشجویان برای غلبه بر ترس از دست دادن سرمایه خود، برداشتن موانع اداری و تسهیل قوانین و مقررات دست و پا گیر، امکان استفاده از منابع مالی نیمه دولتی و پرهیز از تصمیمات محافظه کارانه از مواردی می‌باشد که برای تشویق کارآفرینی مثر ثمر خواهد بود. یافته‌ها پیشنهاد می‌کند که آموزش‌های تئوری و عملی نقش مهمی را در پرورش مفهوم کارآفرینی میان دانشجویان بازی می‌کند. آموزش‌های دانشگاهی تقویت می‌کند فارغ‌التحصیلان را برای طرح‌های موفق، شروع و اجرای تجارت در سه مرحله: ۱. توسعه ایده یا طرح؛ ۲. سازمان‌دهی و بنیان نهادن یک تعاونی یا شرکت ۳. راه‌انداختن شرکت تازه تاسیس شده (۱۳). نقش دانشگاه‌ها از جمله در دو مرحله نخست چشمگیرتر و تاثیرگذارتر است. بنابراین دانشگاه‌ها باید بطور آشکارا درگیر شوند بوسیله کارایی و اثربخشی خودشان در تغییر جهت دادن دانشجویان خود به سمتی که آنها به طور دواطلبانه کارآفرین شوند (۳۸). یافته‌ها حاکی از این است که چرخه یا سیستم دانشگاه‌ها باید دوباره طراحی شود در جهت تحریک و ساخت محیطی که منجر شود به توسعه عقاید مثبت کارآفرینی و ارتباط قوی باید برقرار باشد بین

دانشگاه‌ها و سازمان‌های ذیربط (وزارت کار، بانک‌ها، تعاونی‌ها، مراکز تولیدی و رفاهی و ...) برای افزایش هرچه بیشتر فرصت‌های بروز کارآفرینی دانشجویان محور.

همانطور که از نتایج آزمون یومن‌ویتنی برمی‌آید تفاوت معناداری بین دانشجویان دختر و پسر در مولفه موانع فردی مشاهده می‌شود. بنابراین باید توجه ویژه‌ای بشود بر روی دانشجویان دختر، که مشکلات و موانع بیشتری برای شروع یا اداره یک تجارت در پیش روی خود مشاهده می‌کنند، که این نتیجه با تحقیق شجیع (۱۳۸۵) مغایرت داشت (۱). به احتمال زیاد سطح فرهنگی کشور در سخت‌تر کردن شرایط فردی و حمایتی برای دانشجویان دختر نقش موثری داشته است که برای برطرف نمودن آن باید دید مسئولان نسبت به سطح تحصیل کرده این قشر از جامعه تغییر عملی داشته باشد و تنها در حد جلسات و شعار از حقوق زنان در جامعه دفاع نشود. دانشجویان دختر رشته تربیت بدنی نقش موثری را در کشور به عنوان مربیان ورزش و مالکان باشگاه‌های ورزشی بانوان در جهت گسترش تندرستی و نشاط می‌توانند ایفا کنند. بطور قطع ارائه تسهیلات رایگان و نیم‌بها و یا حمایت‌های قانونی برای ارائه وام‌های مختص مراکز ورزشی بانوان در تشویق دانشجویان دختر برای تبدیل شدن به یک کارآفرین می‌تواند قدم موثری باشد.

به طور کلی دانشجویان تربیت‌بدنی به برنامه‌ای سازمان یافته و دقیق برای گسترش رفتار کارآفرینی و فائق آمدن بر موانع و مشکلات موجود نیازمند هستند. آنچه مسلم است هنوز فعالیت منسجم و سازمان یافته‌ای برای گسترش و شناساندن فرهنگ کارآفرینی، دست کم در حوزه تربیت‌بدنی جامعه مورد بررسی انجام نشده است. ایجاد مراکز رشد تخصصی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، حمایت از کسب و کارهای ایجاد شده در حیطه تربیت بدنی، راه‌اندازی و پشتیبانی هسته‌های کارآفرینی در دانشکده‌های تربیت بدنی، برگزاری منظم دوره‌ها و کارگاه‌های ترویجی و توجیهی برای استادان و دانشجویان، معرفی چهره‌های موفق کارآفرینی در رشته تربیت بدنی، بازبینی سرفصل دوره‌های آموزشی براساس زمینه‌های شغلی و نیازهای روز، فراهم کردن شرایط برای برقراری ارتباط هرچه بیشتر با صنعت و بخش خصوصی، از مواردی هستند که می‌توانند ساختار فکری دانشکده‌ها و در نهایت دانشگاه‌ها را در جهت مثبت تغییر دهند. حداقل نتیجه نهایی حضور این تفکر در دانشگاه، ارتقاء رفتار کارآفرینانه اعضای آن است که می‌تواند ساختار پیچیده جامعه را نیز به‌طوری جدی تحت تاثیر قرار دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند سیاست‌گذاران ذی‌ربط را در طرح‌ریزی راهبردهای کارآمد در راستای حل موانع گسترش کارآفرینی در میان دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی یاری کند.

منابع

۱. شجاع رضا، حجتیان محمد. بررسی مشکلات و موانع فراوری اشتغال و کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی. مجموعه مقالات اولین همایش شناسایی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی؛ اسفند ۱۳۸۵؛ مشهد: ص ۲۳۲-۲۱۵
2. Ball S. The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network. May 2005;1-14
۳. کوراتکو داندل داف، ریچارد ام هاجتس. نگرش معاصر بر کارآفرینی. ترجمه ابراهیم عاملی محرابی. ویرایش پنجم. مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد؛ ۱۳۸۳. ج یک. ص ۱۸
۴. آقاجانی حسینعلی، آقاجانی علی اکبر. ارائه الگوی به‌ظهور بررسی نقش مراکز کارآفرینی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا. خلاصه مقالات اولین همایش شناسایی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی؛ اسفند ۱۳۸۵؛ مشهد.
۵. عابدی اصغر. وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی زن (توانمندی‌ها، ضرورت‌ها و موانع. مجموعه مقالات اولین همایش شناسایی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی؛ اسفند ۱۳۸۵؛ مشهد.
6. Apps P. Analysis - London riots point to wider risks of youth unrest. Retrieved 5 June 2013. From <http://uk.reuters.com/article/2011/08/09/uk-britain-unrest-youth-idUKTRE7783G720110809>.
7. Kane C. Spain Prime Minister sees hope for unemployment on day of protests. Retrieved 5 June 2013. From <http://uk.reuters.com/article/2013/06/02/uk-spain-jobless-idUKBRE95007L20130602?feedType=RSS&feedName=businessNews>.
8. Robertson J. Eurozone unemployment reaches new record high in April. Retrieved 5 June 2013. From <http://www.bbc.co.uk/news/business-22727373>.
9. Chauke A. ANC Youth League 'economic freedom' mass action. LIVE 27 October 2011. From <http://www.timeslive.co.za/politics/2011/10/27/anc-youth-league-economic-freedom-mass-action-live-27-october>.
10. Shane S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. World Entrepreneurship Forum; 2008. 1-18.
11. Sowetan. Universities produce wrong kind of graduates. Analyst. Sowetan. Johannesburg. Retrieved 10 Jan 2008. <http://www.sowetanlive.co.za/news/business/2012/01/10/universities-produce-wrong-kind-of-graduates-analyst>
12. Lennox N. SA must up its entrepreneurial game. Retrieved 5 June 2013. From <http://m.news24.com/fin24/Entrepreneurs/News/SA-must-up-its-entrepreneurial-game-20130315>.
13. Ebewo P. E., Shambare R. The reason business plans of start-up ventures are rejected by South African financiers. Evidence from SIFE-TUT Harmony Fashion Design Business Challenge. Emerging Markets Conference of the International Management Research Academy (IMRA); 17-18 May 2012; London.
14. Makgosa R., Ongori H. Perceptions of Entrepreneurial Behaviour in

- Botswana. International Journal of Learning & Development. 2012; 2(3): 247-259.
15. van der Walt R., van der Walt S. J. Entrepreneurial training for Human Resources Practitioners and potential services rendered to small enterprises. Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management. 2008; 1 : (21-34).
16. Yaghoubi J. Study barriers to entrepreneurship promotion in agriculture higher education. Procedia Social and Behavioral Sciences. 2010; 2: 1901-1905.
17. Global Entrepreneurship Monitor. Global Entrepreneurial Monitor South Africa. 2011; GEM.
18. Kesler C., Hout M. Entrepreneurship and immigrant wages in US labour markets: a multi-level approach. Social Science Research. 2010; 39: 187-201.
۱۹. کردنائیچ اسدالله. دانشگاه کارآفرین و نقش آن در ایجاد اشتغال. دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور؛ اردیبهشت ۱۳۸۴؛ تهران.
20. Republic of South Africa. The National Development Plan. D.o. Communication. Pretoria, Department of Communication. 2012. from <http://www.gov.za/>
21. Lekoko M. Students' perceptions regarding entrepreneurship education: a case of two universities in Botswana. Master of Technology in Entrepreneurship, Tshwane University of Technology. 2011.
22. Shambare R. Using projects in teaching Introductory Business Statistics: the case of TUT Business School. African Journal of Business Management. 2011; 5(11): 4176-4184.
23. Du P. The place and role of Universities of Technology in South Africa. Bloemfontein, Durban University of Technology (on behalf of South African Technology Network). 2009.
24. Gaidzanwa. Gender and Canon Formation: Women and Men and Literary Art in Africa. Mans. 2003; Accra, Ghana.
25. Massad V. J. , Tucker J. M. Using student managed businesses to integrate the business curriculum. Journal of Instructional Pedagogies. 2009; 1: 17-29.
26. UNDP. The legal empowerment of the Poor: Informal business. Cape Town, United Nations Development Programme. 2007.
۲۷. آرمنند پیمان ، شهره سلطانی. توسعه کارآفرینی زنان روستایی (چالش‌ها و فرصت‌ها). مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی؛ اسفند ۱۳۸۴؛ رودهن: ص ۱۲-۱.
28. Ruwitch, J. "HAQ interview: Singapore's Deputy Prime Minister Lee Hsien Loong", Harvard Asia Quarterly; 28 May 2004, available at: www.fas.harvard.edu/asiactr/haq/200001/0001a005.htm
29. Zimmerer T.W., Scarborough N.M. Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 2005; 4th ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
30. Ang E. , Chang P. Winning Strokes, Nouveau Publishing Pte Ltd, Singapore. 2004; pp. 39-59
۳۱. شاه ولی منصور ، یوسفی نژاد سعید. رویکردهای ترویج، آموزش و تحقیقات در قرن

- بیست و یکم. چاپ اول. تهران: انتشارات مؤسسه توسعه روستایی؛ ۱۳۷۹.
32. Decter, M., Bennett, D. and Leseure, M., (2007). "University to business technology transfer_ UK and USA comparisons"; Technovation; Vol.27: pp 145-55.
33. Rasmussen E., Moen Ø., Gulbrandsen M. Initiatives to promote commercialization of university knowledge. Technovation. 2006; Vol.26: pp 518-33.
۳۴. یدالهی فرسی، جهانگیر و جان نثاری سید امیر. بررسی کارآفرینی درون سازمانی در سازمان‌های دواتی. فصلنامه توسعه کارآفرینی. ۱۳۸۷؛ سال اول شماره اول
۳۵. مومنی منصور. مباحث نوین تحقیق در عملیات. چاپ پنجم. تهران: ناشر گنج شایگان؛ ۱۳۹۲. ص ۲۴-۲۵
36. Strydom R., Adams M. Evaluating the learning experience of undergraduate entrepreneurship students exposed to unconventional teaching approach: a South African case study. Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management. 2009; 2(1): 50-67.
۳۷. فروغی پور حمید. زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه کار، رساله دکتری. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات؛ ۱۳۸۴
38. Jones C. , English J. A contemporary approach to entrepreneurship education. Journal of Education Training. 2005; 46(8/9): 416-423.

ارجاع مقاله به روش ونگوور

امینی مرجان، جمشیدی رحیم، حیدری نژاد صدیقه. اولویت بندی موانع کارآفرینی از نظر دانشجویان تربیت بدنی با استفاده از روش TOPSIS. پژوهش در ورزش دانشگاهی. ۱۳۹۳؛ ۲ (۶): ۱۵-۳۲