

پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی
دوره ۲، شماره ۳ (۷ پیاپی)، زمستان ۱۳۹۲، ص ۶۱-۷۴

بررسی عوامل محیطی موثر بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی

ابوالفضل فراهانی^۱، حمید قاسمی^۲، نصراله محمدی^{۳*}

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۶/۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۰/۱۶)

چکیده

پیدایش و ارتقاء رفتار کارآفرینانه به عوامل و شرایط گوناگونی از قبیل ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی افراد و عوامل محیطی و ساختاری بستگی دارد. این مقاله در نظر دارد عوامل محیطی موثر بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی را مورد بررسی قرار دهد. جامعه آماری این مطالعه را کلیه افرادی تشکیل می‌دهند که طی سال‌های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۱ در مقطع کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی از دانشگاه پیام نور فارغ التحصیل شده‌اند. نمونه مورد نظر با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی و متناسب با حجم ۲۰۳ نفر انتخاب شده‌اند. عوامل محیطی شامل ابعاد محیط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، زیست محیطی و بین‌المللی توسط پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته، و روحیه کارآفرینی توسط پرسشنامه کرد ناییج مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور برازش الگو و مشاهده نقش عوامل محیطی بر مهارت کارآفرینی از آزمون تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر استفاده شد و داده‌ها با استفاده از نرم افزار آموس و همچنین (SPSS) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که همبستگی بالایی (۷۳ درصد) بین عوامل محیطی و روحیه کارآفرینی دانش‌آموختگان وجود دارد.

واژگان کلیدی

عوامل محیطی، روحیه کارآفرینی، دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی.

۱. استاد مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

۲. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

مقدمه

با بررسی روند رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، مشخص می شود که روحیه کارآفرینی و کارآفرینان در رشد اقتصادی و اشتغال زایی آن ها نقش بسزایی داشته اند. در هزاره سوم میلادی که تغییر و تحول مستمر و پر شتاب از عمده ترین جریان های حاکم بر حیات بشری و از مهم ترین مشخصات بارز آن به شمار می رود، فرآیند کارآفرینی و خلاقیت به عنوان اساس و بستر ساز این تحول و دگرگونی، نقش بسیار بنیادین و تعیین کننده ای ایفا می کند (سعیدی کیا، ۱۳۹۰). با بررسی تعاریف مطرح شده در مورد کارآفرینی، می توان دو نوع جریان را در این تعاریف شناسایی کرد، یکی تعریف عام و دیگری تعریف خاص از کارآفرینی. جریان حاکم بر تعریف عام، ایجاد و تأسیس کسب و کار است. با توجه به همه جنبه های تعریف حاکم بر جریان ایجاد کسب و کار، تعریف عام کارآفرینی عبارت است از ایجاد کسب و کارهای جدید که با خطرپذیری و عدم قطعیت همراه است. اما تامل در برخی از تعاریف کارآفرینی جریان دیگری را نشان می دهد که متمرکز بر جریان کشف و پیگیری فرصت های محیطی بوده و از آن به تعریف خاص کارآفرینی تعبیر می شود (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۸). به بیان دیگر در تربیت افراد کارآفرین و هدایت آن ها به سمت و سوی موفقیت دو گروه از عوامل مد نظر قرار می گیرند: یکی رویکردها، ویژگی ها و رفتار کارآفرینانه فرد و دیگری عواملی که محیط را برای فعالیت کارآفرینانه مساعد می کند. در عامل اول دیدگاه روان شناختی ویژگی های کارآفرینان را برای فرد بیان کرده و راه های کسب این توانمندی ها و ویژگی ها را به او نشان می دهند تا فرد با کسب توانایی های فردی دست به فعالیت های کارآفرینانه بزند. اما عامل دوم دیدگاه جامعه شناختی است که محیط را متناسب با فعالیت

کارآفرین تنظیم کرده و با انواع تسهیلات، حمایت ها و تشویق ها جامعه را برای فعالیت افراد خلاق و کارآفرین مهیا می کند (رازقندی و درانی، ۱۳۸۸). الگوهای رفتاری، انگیزه ها، اهداف و میزان موفقیت آنهایی که به رفتارهای کارآفرینانه روی می آورند، در میان افراد، صنایع، ملت ها و نواحی جغرافیایی متنوع است، به عنوان نمونه در ایالات متحده آمریکا تلاشهای کارآفرینانه منجر به کمک های قابل ملاحظه ای به تولید ناخالص ملی و استاندارد زندگی در نیمه دوم قرن نوزدهم و قرن بیستم شده است، در حالی که چنین تلاش هایی در طول همین دوره در کشور مکزیک که همسایه آمریکا می باشد انجام نشده است (مقیم، ۱۳۸۳). شرایط محیطی که عملیات کارآفرینی در آن صورت می گیرد (در قالب سطوح مختلف) به سه بخش تقسیم می شود:

- ۱- زیر ساختارهای محیطی: زیر ساختارهای محیطی شامل ساختارهای اقتصادی، سیاسی، قانونی، مالی، تدارکاتی و اجتماعی است که شارح یک جامعه می باشد.
- ۲- درجه آشنفنگی محیطی: بنظر می رسد که فرآیند کارآفرینانه تحت شرایط متلاطم پرورش می یابد، تغییرات سریع در محیط تکنولوژیکی، اقتصادی، رقابتی، قانونی و اجتماعی باعث شده که شدت فشارها برای نوآوری و افزایش کارآفرینی در طی دو دهه گذشته افزایش یابد.
- ۳- تجربیات محیط شخصی افراد جامعه: عوامل زمینه ای خانوادگی، تجربیات کودکی، اجرای مدل های نقش، تجربیات شغل قبلی و تجربیات تحصیلاتی بر توسعه کارآفرینی تأثیر گذار است (همان منبع). نیاوالی و فوگل در مدل یکپارچه کارآفرینی خود رویکردها و سیاستهای دولت، شرایط اقتصادی و اجتماعی، مهارتهای شغلی و کارآفرینی و حمایت های مالی و غیر مالی را به عنوان چهار عنصر اصلی محیطی معرفی نموده اند که تأثیر تقویت کننده

شرایط اقتصادی و سیاسی از فعالیت های کارآفرینی حمایت می کند، اقدام به ایجاد کسب و کار از سوی آنان از احتمال بیشتری برخوردار می شود. از طرف دیگر، وقتی آنها محیط را برای کارآفرینی نامساعد تصور می کنند (شرایط گرفتن وام و اعتبارات بسیار محدود کننده و مشکل باشد و یا موانع بسیار زیادی برای ورود به بازار وجود داشته باشد یا مراحل تاسیس یک شرکت بسیار زمان گیر و بروکراتیک باشد)، به رغم نگرش مثبتشان به کارآفرینی، تمایل کم تری برای ایجاد کسب و کار جدید دارند (شوارز و همکاران، ۲۰۰۹). در تحقیق صادقی و همکاران ارتباط میان پنج عامل کلیدی محیط های کارآفرینانه شامل سیاست ها و رویه های دولتی، شرایط اجتماعی - اقتصادی، مهارت های کارآفرینی و کسب و کار، مساعدت مالی و مساعدت غیر مالی و قصد کارآفرینی در دانشگاه تهران بررسی و بیان شد میان تمامی عوامل محیطی کارآفرینی و قصد کارآفرینی روابط معناداری وجود دارد، ضمناً شرایط اقتصادی با ضریب (۰/۲۴) دارای بیشترین اهمیت و مساعدت مالی (۰/۲۳)، سیاستها و رویه های دولتی (۰/۲۲)، مهارت های کارآفرینی و کسب و کار (۰/۱۵) و مساعدت های غیر مالی (۰/۱۴) دارای رتبه های بعدی می باشند (صادقی و ملکی نیا، ۱۳۹۰). جمشیدی فر و همکاران در بررسی عوامل موثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز بیان می دارند: ۳۸ درصد دانشجویان به دلایلی از جمله نبود سرمایه یا نبود مهارت های لازم برای کسب و کار تمایلی به کارآفرینی ندارند، همچنین متغیرهای دریافت وام، موانع اقتصادی، سابقه فعالیت، درآمد، کسب مهارت های لازم و ریسک پذیری از عوامل موثر انگیزه کارآفرینی از سوی دانشجویان بودند که از بین این متغیرها موانع اقتصادی اثر معنادار منفی و بقیه متغیرها اثر معنادار مثبت داشتند (جمشیدی فر و همکاران، ۱۳۸۹) کیگوندو عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینان را به سه گروه ویژگی های

یا تضعیف کننده زیادی بر فرآیند ایجاد شرکتهای نوپا دارند (نقل قول از احمد پور داریانی، ۱۳۸۹). ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ نیز ارتباطی دو طرفه است، از یک طرف نتایج کارآفرینی بر جامعه تاثیر می گذارد و از طرف دیگر خود فرآیند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است، که متاثر از مبانی و فرهنگ جامعه است و می تواند در آن تحولات اساسی ایجاد نماید (سید نورانی و وفایی یگانه، ۱۳۸۹). قصد کارآفرینی یک فرد می تواند به وسیله تصورات و برداشت شخصی او از موانع و حمایت های موجود در زمینه شروع یک کسب و کار و هم چنین ارزش های فرهنگی و محیطی که او در آن قرار گرفته است، متاثر شود (پیت وی و کپ، ۲۰۰۷). به نظرراشل و کری محیط کارآفرینی از عواملی مانند عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تشکیل می شود که در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت های کارآفرینی اثرگذار می باشد (راسل و کری، ۲۰۰۸). جوامعی که به لحاظ رکود اقتصادی از محرک های بازار محدودی برخوردارند، سرمایه کمی جهت توانمندسازی کارآفرینان بالقوه به منظور کسب مزیت فرصت های موجود دارند. به علاوه میزان تورم، تقاضا برای محصولات، دسترسی به نیروی کار و مواد اولیه، میزان مالیات و سهولت واردات کالاهای سرمایه ای برای ظهور کارآفرینی لازم می باشد (عباس زاده، ۱۳۹۱). در تحقیق مدرسی عوامل نهادی رسمی موثر بر کارآفرینی دانشگاهی در ایران عبارتند از: قوانین، ساختار و حاکمیت دانشگاه، برنامه های آموزش کارآفرینی و کسب و کار، سیاست ها و قوانین دولتی، ارتباط دانشگاه و صنعت، قوانین مالکیت فکری، ساختار آموزشی و پژوهشی دانشگاه. عوامل نهادی غیررسمی موثر بر کارآفرینی دانشگاهی در ایران عبارتند از: نحوه اجرای قوانین، ملاحظات سیاسی، الگوی نقش، سیستم پاداش دانشگاهی و نگرش جامعه دانشگاهی (مدرسی، ۱۳۹۰). وقتی دانشجویان تصور کنند که محیط از جمله محیط دانشگاه و

کارآفرینان، حمایت های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت های محیطی محل فعالیت شرکت و تنوع خدمات- قابل ارائه تقسیم کرده اند (لرنرو هابر، ۲۰۰۰) لازمه بروز رفتارهای کارآفرینانه، پرورش ویژگی های کارآفرینانه در محیط های آموزشی مانند دانشگاه ها است و انتظارات و ادراکات دانشجویان از محیط بر میزان ویژگی های کارآفرینانه و در نتیجه بروز رفتار کارآفرینانه تاثیر می گذارند (راسموسن و سوریم، ۲۰۰۶). گریلو و تروک (۲۰۰۵)، الگویی را برای تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده کارآفرینی ارائه داده اند که به درک چگونگی بکارگیری خط مشی عمومی در جهت ارتقاء کارآفرینی کمک می کند. این الگو پنج نوع خط مشی دولتی اثرگذار بر فعالیت های کارآفرینانه شامل عرضه کارآفرینی، تقاضای کارآفرینی، شکل دهی ارزش های کارآفرینانه در فرهنگ، تقویت ریسک پذیری برای کارآفرینی و عوامل اجتماعی را در بر می گیرد. مهمترین خط مشی ها و برنامه های دولت برای توسعه کارآفرینی تدوین قوانین و مقررات مرتبط، خط مشی های مالیاتی، ساده سازی مراحل اداری، حمایت های مالی و اعطای وام، ارتقاء کارآفرینی و آموزش، اطلاع رسانی و مشاوره به کارآفرینان و ایجاد زیرساخت های لازم است (لاندستروم و ایتوسن، ۲۰۰۱). نتایج تحقیقات ملکی نشان داد باورهای مذهبی بر راه اندازی کسب و کار تاثیر ندارد (ملکی و همکاران، ۱۳۸۸). به عقیده قلی پور پیوندهای ضعیف اجتماعی در مقایسه با پیوندهای قوی تأثیر بیشتری بر تشخیص فرصت کارآفرینانه دارند (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۸). دهقان در بررسی عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه های علوم پزشکی کشور بیان می دارد عوامل ساختاری، رفتاری و محیطی به ترتیب بیشترین شدت ارتباط مستقیم را با کارآفرینی سازمانی دارند، ضمناً میانگین عوامل محیطی موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی شامل محیط سیاسی

شخصیتی کارآفرین، ویژگی های شرکت و محیط آن تقسیم کرده است (کیگوندو، ۲۰۰۲). در تحقیق غلامی میزان سرمایه گذاری زیربنایی دولت در ورزش، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان تشویق فضای عمومی حاکم بر جامعه به خلق و اجرای ایده های جدید، میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه داری)، زیرساخت های ارتباطات، حمل و نقل، خدمات بیمه و محدودیت های بانکی به عنوان موانع اصلی کارآفرینی در ورزش کشور شناسایی شدند (غلامی، ۱۳۸۷). امیری و مرادی در تحقیقی با عنوان نگرش های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن، چهار عامل سبک مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری- مالی و عملکرد کارکنان را به ترتیب به عنوان مهم ترین موانع درون دانشگاهی بیان داشته اند (امیری و مرادی، ۱۳۸۷). عزیزیان کهن نقش دولت در حمایت از فعالیت های کارآفرینانه فارغ التحصیلان را مؤثرترین عامل در ایجاد کارآفرینی بیان می دارد (عزیزیان کهن، ۱۳۸۶). افراد متعلق به خانواده هایی که مالک کسب و کار هستند و یا متعلق به جوامعی هستند که خوداشتغالی را ترغیب می کنند، از سرمایه اجتماعی و اقتصادی خود برای ایجاد فعالیت های کارآفرینی بهره لازم را می برند و در این راه موفقتر از کسانی هستند که چنین منابعی را ندارند (استیم و همکاران، ۲۰۰۶). به عقیده ریحانی عوامل اجتماعی، آموزشی و جمعیت شناختی دارای رابطه مثبت و معناداری با متغیر ضریب کارآفرینی می باشند (ریحانی، ۱۳۸۶). در تحلیل معادلات ساختاری جعفرزاده از پیش بینی توان دانش آموختگان دانشگاهی در کارآفرینی، ویژگی های روان شناختی دارای بیشترین تاثیر و بالاترین ضریب و ویژگی های مدیریتی، تحصیلی، محیطی و جمعیت شناختی در مراحل بعدی تأثیرگذاری قرار گرفتند (جعفرزاده، ۱۳۸۴). لرنر و هابر عوامل اثرگذار بر موفقیت شرکت های کارآفرینانه را به چهار گروه ویژگیهای فردی

نبود فرصت‌های شغلی و کمبود راهنمایی و مشاوره به عنوان مهمترین مشکلات فرارو در راه اندازی کسب و کار محسوب می‌شوند (جوادیان و شجاع، ۱۳۸۷). میان متغیرهایی چون میزان تحمل، اعتماد به کنترل درونی، نیاز به توفیق طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و نوآوری دانشجویان با کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد، در صورتیکه میان برنامه‌های تحصیلی و آموزشی و میزان کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد (عزیزی، ۱۳۸۲). برنامه‌های درسی دوره کارشناسی نتوانسته دانش و مهارت‌های مورد نیاز در زمینه کارآفرینی را در دانشجویان پرورش دهد و فارغ‌التحصیلان حتی آنها که روحیه کارآفرینی بالایی دارند پس از اتمام تحصیلات آماده ایجاد یک کسب و کار برای خود نمی‌باشند (احمدی، ۱۳۸۵). مهمترین موانع کارآفرینی تجاری عبارتند از: رقابت غیر منصفانه، تغییرات در فرایند‌های مالیاتی، فقدان سرمایه کافی و مشکلات مربوط به نظم اجتماعی و عدم فرهنگ کارآفرینی. بین موانع کارآفرینی با بوروکراسی و فساد اداری رابطه معناداری مشاهده نشد (بیت‌زن و نیتو، ۲۰۰۵) و وود و مک کنی جهت ارائه مدل در کارآفرینی مولد عوامل فرهنگی، اجتماعی و عوامل محیطی را مورد بررسی قرار دادند (وود و مک کینلی، ۲۰۱۰). زنان کارآفرینی که نیاز به موفقیت بالایی دارند در فرآیند استراتژیک تصمیم‌گیری به صورت غیر متمرکز و منعطف عمل می‌کنند و زنان کارآفرینی که منبع کنترل درونی قویتری دارند در فرآیند تصمیم‌گیری از رسمیت و بروکراسی کمتری برخوردار می‌باشند (اوبن و همکاران، ۲۰۱۱). نتایج تحقیق گلرد نشان داد عوامل محیطی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی رابطه مغنادار مثبت و قابل ملاحظه‌ای دارند اما شرایط محیطی کشور، شرایط مساعد و سوق‌دهنده‌ای برای توسعه کسب و کار زنان محسوب نمی‌شود و زنان ایرانی در توسعه کارآفرینی با موانع محیطی جدی روبه‌رو می‌باشند یافته‌های مرتبط با اهمیت

و حکومتی یا دولتی (با میانگین ۳/۰۴)، محیط اجتماعی و فرهنگی (با میانگین ۳/۲۰) و ارتباط با ارباب رجوع (با میانگین ۳/۱۶) می‌باشند که نشان‌دهنده متوسط بودن وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور از منظر محیطی (زمینه‌ای) است (دهقان و همکاران، ۱۳۹۱). به عقیده شریف زاده متغیرهای بعد محیطی (اجتماعی، فرهنگی و شبکه‌های نوآوری) روابط معناداری با کارآفرینی دانشگاهی ندارند (شریف زاده و همکاران، ۱۳۸۸). کریمی و همکاران در بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی نشان دادند عوامل محیطی حمایت از طرف خانواده و آشنایان و حمایت دانشگاهی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تاثیر مثبت معناداری دارد. ولی عوامل فرهنگی (فردگرایی، جمع‌گرایی) و حمایت محیطی و موانع محیطی درک شده، اثر مستقیم معناداری بر قصد کارآفرینی دانشجویان ندارند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۱). هنجارهای اجتماعی، افراد را به سمت فرآیند کارآفرینی هدایت می‌کند، حتی اگر منافع به دست آمده از آن کم باشد (گینت و سیمونف، ۲۰۰۳). احمدی و همکاران در تحقیقی بیان می‌دارند عوامل محیطی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تاثیر گذار می‌باشد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱). در بررسی عوامل تاثیرگذار در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی، بین متغیر عامل آموزشی و دانشگاهی رابطه مثبت و معناداری با ایجاد روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان وجود داشت (قاسمی، ۱۳۸۸). دانشجویان نقش برنامه‌های فرادرسی را در آشنایی با بازار کار و کارآفرینی مؤثر می‌دانند (نادری، ۱۳۸۸).

۵۵/۴۲ درصد دانشجویان، ناتوانی در پذیرش ریسک مالی را به عنوان اصلی‌ترین مانع کارآفرینی تلقی می‌کنند، مشکل تأمین سرمایه، سیاست‌های دولت، رشته تحصیلی،

زیر مقیاس عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، زیست محیطی و بین المللی تدوین گردید. جهت پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار پایایی جهت پرسشنامه روحیه کارآفرینی (۰/۸۷) و عوامل محیطی (۰/۷۹) بدست آمد. جهت بررسی روایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از خبرگان دانشگاهی در حوزه کارآفرینی و مدیریت قرار گرفت و نظرات پیشنهادی و اصلاحی آنان منظور گردید. نظر به اینکه طیف کارآفرینی دانش آموختگان می تواند تحت تاثیر رغبت و علاقه ورودی های پذیرفته شده قرار گیرد طیف گسترده ای مد نظر قرار گرفته است و کلیه فارغ التحصیلان مقطع کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی دانشگاه پیام نور از سال ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۱ با حجم ۳۸۶ نفر به عنوان جامعه آماری مدنظر قرار گرفته اند، برای نمونه گیری از روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی استفاده شده است. با توجه به فرمول کوکران حجم نمونه جامعه مد نظر ۱۹۳ محاسبه شد. جهت اطمینان بیشتر تعداد ۳۰۰ پرسشنامه میان جامعه توزیع شد که تعداد ۲۰۳ پرسشنامه بعد از تکمیل و بازگشت مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. فرض نرمال بودن داده ها در سطح معناداری ۵٪ با روش کولموگروف-اسمیرنف آزمون شده است به منظور برازش الگو و مشاهده نقش عوامل محیطی بر روحیه کارآفرینی آزمودنی ها از آزمون تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر استفاده شد و داده ها با استفاده از نرم افزار آموس و همچنین (SPSS) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

مقایسه ای عوامل چهار گانه محیطی نشان داد عوامل فرهنگی با ضریب ۰/۳۵۲ دارای بیشترین اثر و عوامل سیاسی ۰/۲۹۶، تکنولوژیک ۰/۱۷۶ اجتماعی و اقتصادی ۰/۱۵۹، دارای رتبه های بعدی می باشند (گلرد، ۱۳۸۴).

در ادبیات کارآفرینی محیط شامل کلیه عوامل، متغیرها و پارامترهایی است که امکان کنترل و تغییر آن توسط کارآفرین وجود ندارد. پس از بررسی مطالعات اولیه و بررسی ادبیات و منابع علمی و الگوهای موجود در کارآفرینی به ویژه الگوی کارآفرینی فوگل و نیوالی در این تحقیق عوامل محیطی با هفت زیر مقیاس محیط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، زیست محیطی و بین المللی مورد بررسی قرار می گیرد و محقق در پی آن است که به سوال اصلی ذیل پاسخ گوید:

آیا عوامل محیطی بر روحیه کارآفرینی دانش آموختگان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی تاثیر می گذارند؟
پیش فرض ما در این تحقیق بر آن است که تمام عوامل محیطی تاثیر مثبتی بر روحیه کارآفرینی دانش آموختگان دارند.

روش‌شناسی

این تحقیق بر حسب هدف کاربردی و براساس شیوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی - تحلیلی می باشد. برای جمع آوری داده های مورد نیاز از دو پرسشنامه استفاده شده است. جهت سنجش روحیه کارآفرینی از پرسشنامه کرد نایج و همکاران (۱۳۸۶) استفاده شده است. پرسشنامه سنجش عوامل محیطی نیز با بررسی پیشینه تحقیق و پژوهش های مرتبط بخصوص پژوهش های جعفرزاده (۱۳۸۴) و شریفیان (۱۳۸۷) با هفت

جدول ۱. مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

درصد	فراوانی	متغیر
۶/۹	۱۴	کمتر از ۲۵ سال
۳۰	۶۱	۲۵-۳۰
۳۲	۶۵	۳۰-۳۵
۱۷/۷	۳۶	۳۵-۴۰
۱۳/۳	۲۷	بیشتر از ۴۰ سال
۴۴/۳	۹۰	مرد
۵۵/۷	۱۱۳	زن
۶۵/۵	۱۳۳	متاهل
۳۴/۵	۷۰	مجرد
۴۳/۳	۸۸	بخش خصوصی
۳۴	۶۹	بخش دولتی
۱۴/۸	۳۰	خوداشتغال
۷/۹	۱۶	بیکار

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف

عوامل جهانی	عوامل زیست محیطی	عوامل جمعیت شناختی	عوامل سیاسی	عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	کارآفرینی	میانگین
۳/۲۶	۳/۲۸	۳/۳۶	۳/۷۵	۳/۷۴	۳/۶۵	۳/۷۵	۳/۸۴	میانگین
۰/۶۹	۰/۸۱	۰/۷۹	۰/۶۳	۰/۵۹	۰/۶۴	۰/۵۶	۰/۳۱	انحراف معیار
۱/۱۰	۱/۱۷	۰/۸۸	۱/۳۴	۱/۲۸	۱/۱۵	۱/۲۷	۱/۲۴	آماره کولموگروف
۰/۱۷	۰/۱۲	۰/۴۱	۰/۰۵	۰/۰۷	۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۰۹	سطح معناداری

داده‌های تحقیق نرمال می باشند. بنابراین می توان برای تحلیل داده ها از تحلیل عاملی تاییدی و مدل یابی معادلات ساختاری استفاده نمود.

همانطور که در جدول ۲ نمایش داده شده است در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین فرض صفر مبتنی بر عدم نرمال بودن داده‌ها رد می شود و فرض پژوهش تأیید می شود. به عبارت دیگر

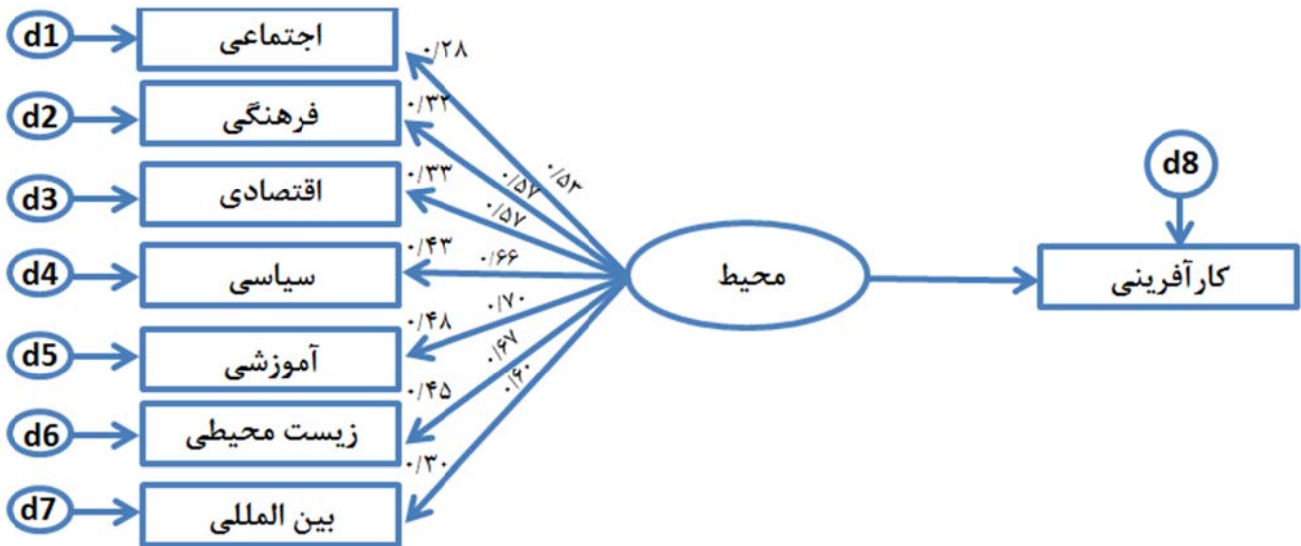
جدول ۳. شاخص های برازش مدل های اندازه گیری متغیرهای مکنون تحقیق

شاخص برازش									متغیر مکنون
PCFI	PNFI	PRATIO	RFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA	X2/df	
۰/۶۰	۰/۵۹	۰/۶۰	۰/۹۸	۱/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۹	۰/۰۰۰	۰/۷	کارآفرینی
۰/۳۰	۰/۳۰	۰/۳۰	۰/۹۹	۱/۰۱	۱/۰۰	۰/۹۹	۰/۰۰۰	۰/۱۳	اجتماعی
۰/۶۲	۰/۵۴	۰/۶۲	۰/۸۶	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۵	۰/۰۳۲	۱/۲۰	فرهنگی

۰/۷۳	۰/۶۶	۰/۷۴	۰/۸۶	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۰	۰/۰۲۴	۱/۰۹	اقتصادی
۰/۴۰	۰/۳۹	۰/۴۰	۰/۹۱	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۶	۰/۰۱۴	۱/۰۳	سیاسی
۰/۵۵	۰/۵۱	۰/۵۷	۰/۹۶	۱/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۹	۰/۰۰۰	۰/۶۵	آموزشی
۰/۷۱	۰/۶۳	۰/۷۳	۰/۸۱	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۸۹	۰/۰۲۸	۱/۱۵	زیست محیطی
۰/۶۱	۰/۵۸	۰/۶۱	۰/۹۱	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۴	۰/۰۳۰	۱/۱۸	بین المللی

۳ شاخصهای اصلی برازش کلیه متغیرهای مکنون در دامنه مناسب و قابل قبول قرار دارد. پس از آزمون مدل‌های اندازه گیری لازم است تا مدل ساختاری که نشان دهنده ارتباط بین متغیرهای مکنون تحقیق است، ارائه شود.

در میان شاخص های برازش اگر نسبت کای دو به درجه آزادی کمتر از ۲ باشد مدل از برازش مناسبی برخوردار است. شاخص RMSEA نیز اگر کمتر از ۰/۰۵ مطلوب است، سایر شاخص ها نیز هر چقدر به یک نزدیکتر باشند مطلوبتر است، با توجه به رکوردهای جدول



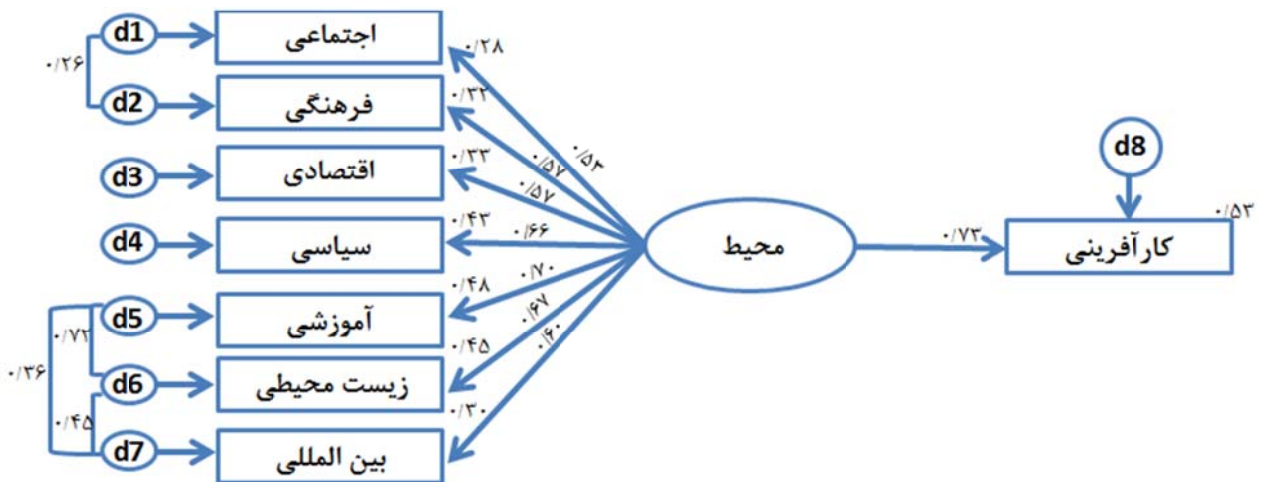
شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق در حالت استاندارد

جدول ۴. شاخص های برازش مدل مفهومی تحقیق

AGFI	GFI	RMR	RFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA	X2/df	مدل کلی
۰/۵۹	۰/۷۷	۰/۰۵	۰/۵۷	۰/۷۱	۰/۷۱	۰/۶۹	۰/۲	۹/۷۱	

خطاهای ابعاد عوامل محیطی با بالاترین شاخص اصلاح به پیشنهاد آموس ارتباط برقرار شد.

شاخص های برازش مدل در جدول (۴) نشان دهنده برازش نامناسب مدل می باشد. برای بالا بردن برازش بین



شکل ۲. مدل نهایی تحقیق

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل نهایی

AGFI	GFI	RMR	RFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA	X2/df	مدل کلی
۰/۹۳	۰/۹۷	۰/۰۱	۰/۹۳	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۰۵	۱/۶۰	

بنابراین می‌توان با توجه به شاخص‌ها گفت مدل نهایی تحقیق در نتیجه اصلاح از برازش مناسبی برخوردار شده است. نسبت کای دو به درجه آزادی برابر ۱/۶۰ و کمتر از ۲ و RMSEA برابر ۰/۰۵ و شاخص‌های تطبیقی همه بالاتر از ۰/۹ می‌باشند.

جدول ۶- شاخص‌های برآورد مدل تحقیق برای آزمون فرضیه اصلی تحقیق

تخمین استاندارد	سطح معناداری	نسبت بحرانی	خطای تخمین استاندارد	برآورد غیر استاندارد	عوامل محیطی	جهانی
۰/۴۴۸	---	---	---	۱/۰۰۰	عوامل محیطی	جهانی
۰/۴۳۱	***	۶/۰۰۸	۰/۱۸۹	۱/۱۳۳	عوامل محیطی	زیست محیطی
۰/۴۹۰	***	۵/۹۳۹	۰/۲۱۰	۱/۲۴۹	عوامل محیطی	آموزشی
۰/۷۶۱	***	۵/۷۴۷	۰/۲۶۷	۱/۵۳۶	عوامل محیطی	سیاسی
۰/۶۵۹	***	۵/۴۷۳	۰/۲۳۰	۱/۲۵۶	عوامل محیطی	اقتصادی
۰/۵۷۰	***	۵/۱۰۸	۰/۲۳۱	۱/۱۸۰	عوامل محیطی	فرهنگی
۰/۵۷۷	***	۵/۱۴۱	۰/۲۰۳	۱/۰۴۳	عوامل محیطی	اجتماعی
۰/۷۳۱	***	۵/۶۸۰	۰/۲۳۷	۱/۵۵۰	عوامل محیطی	کارآفرینی

است و میزان اثر این رابطه ۷۳ درصد می‌باشد که نشان دهنده این است میزان همبستگی بالایی بین عوامل محیطی و کارآفرینی وجود دارد.

با توجه به سطح معنی‌داری تاثیر عوامل محیطی بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموختگان تربیت بدنی که صفر و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد می‌توان گفت این رابطه معنادار

جدول ۷- شاخص های برآورد مدل تحقیق برای آزمون فرضیات فرعی تحقیق

تخمین استاندارد	سطح معناداری	نسبت بحرانی	خطای تخمین استاندارد	برآورد غیر استاندارد	عوامل	روحیه کارآفرینی
۰/۶۵۲	***	۹/۸۹۹	۰/۰۸۹	۰/۸۸۱	عوامل اجتماعی	<---
۰/۵۷۲	***	۵/۳۶۵	۰/۱۸۲	۰/۹۷۷	عوامل فرهنگی	<---
۰/۸۱۵	***	۷/۷۵۵	۰/۱۴۵	۱/۱۲۷	عوامل اقتصادی	<---
۰/۷۶۶	***	۷/۴۶۳	۰/۱۱۲	۰/۸۳۹	عوامل سیاسی	<---
۰/۷۱۷	***	۱۱/۰۱۱	۰/۰۹۸	۱/۰۸۰	عوامل آموزشی	<---
۰/۴۴۱	***	۳/۹۸۱	۰/۲۸۸	۱/۱۴۶	عوامل زیست محیطی	<---
۰/۵۶۶	***	۵/۶۱۶	۰/۱۷۶	۰/۹۸۹	عوامل جهانی	<---

با توجه به نتایج جدول ۷ سطح معناداری مربوط به کلیه روابط در فرضیات تحقیق صفر و کمتر از میزان ۰/۰۵ به دست آمد در نتیجه می توان گفت که تمامی فرضیات فرعی تحقیق مبنی بر اثرگذاری عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، زیست محیطی و بین المللی بر مهارت کارآفرینی تأیید شده است.

بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق آثار هفت عامل محیطی موثر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، زیست محیطی و بین المللی بر مهارت کارآفرینی دانش آموختگان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی بررسی شد. نتایج تحقیق حاکی از تأثیر مستقیم و معنادار تمامی عوامل محیطی با مهارت کارآفرینی است. این نتایج با تحقیقات نیاوالی و فوگل (۱۹۹۴)، صادقی و ملکی نیا (۱۳۹۰)، ریحانی (۱۳۸۶)، جعفرزاده (۱۳۸۴) و گلرد (۱۳۸۴) که به اثر معنادار عوامل محیطی با کارآفرینی اشاره داشته اند دارای هم خوانی می باشد. نتایج اثربخشی هفت عامل محیطی نشان داد بالاترین اثر، مربوط به عوامل اقتصادی با ضریب بسیار بالای ۸۱ درصد می باشد. با توجه به اینکه اکثر دانش

آموختگان در ابتدای راه قرار دارند و از نظر استقلال اقتصادی دچار مشکل می باشند کسب رتبه اول اهمیت توسط عوامل اقتصادی دور از انتظار نمی باشد شاید هم تخصیص بهینه تسهیلات و اعتبارات بانکی به متقاضیان مناسب و به موقع نبوده است که این نتیجه حاصل شده است. این نتایج با نتایج تحقیقات (شوارز و همکاران، ۲۰۰۹) که شرایط محدود کننده گرفتن وام و اعتبارات را به عنوان مانع کارآفرینی می دانند، صادقی و همکاران (۱۳۹۰) که شرایط اقتصادی با ضریب (۰/۲۴) دارای بیشترین اهمیت بر قصد کارآفرینی عنوان شده است. جمشیدی فر و همکاران (۱۳۸۹) که بیان می دارند ۳۸ درصد دانشجویان به دلایلی از جمله نبود سرمایه لازم برای کسب و کار، تمایلی به کارآفرینی ندارند. (لاندستروم و همکاران، ۲۰۰۱) که مهمترین خط مشی ها و برنامه های دولت برای توسعه کارآفرینی را حمایت های مالی و اعطای وام می دانند. جوادیان و شجیع (۱۳۸۷) که بیان می دارند ۵۵/۴۲ درصد دانشجویان، ناتوانی در پذیرش ریسک مالی را به عنوان اصلی ترین مانع کارآفرینی تلقی می کنند، دارای هم خوانی می باشد. البته در تحقیق گلرد (۱۳۸۴) تاثیر عامل محیط اقتصادی رتبه چهارم را از میان چهار عامل

اطراف از کارآفرینی قرار گیرد ارتباط اجتماعی مثبت به همراه خود کارآمدی احتمال قصد و عمل کارآفرینی را افزایش می‌دهد. نتایج این بخش با تحقیقات (گینت و همکاران، ۲۰۰۳) که بیان می‌دارند هنجاری اجتماعی، افراد را به سمت فرآیند کارآفرینی هدایت می‌کند و ریحانی (۱۳۸۶) که بیان می‌دارد عوامل اجتماعی دارای رابطه مثبت و معناداری با متغیر ضریب کارآفرینی است دارای همخوانی می‌باشد. البته به عقیده شریف زاده متغیرهای بعد محیطی (اجتماعی - فرهنگی، شبکه‌های نوآوری) روابط معناداری با کارآفرینی دانشگاهی ندارند (شریف زاده و همکاران، ۱۳۸۸). ارتباط معنادار محیط فرهنگی با مهارت کارآفرینی نیز با ضریب ۵۷ درصد مورد تایید واقع گردید. نتایج این بخش با نتایج تحقیقات گلرد (۱۳۸۴) که نشان داد عوامل فرهنگی با ضریب ۰/۳۵۲ بیشترین اثر را بر توسعه کارآفرینی دارا می‌باشند. سید نورانی و وفایی یگانه (۱۳۸۹) که ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ را ارتباطی دو طرفه می‌دانند (پیت وی و کپ، ۲۰۰۷) که بیان می‌دارند قصد کارآفرینی یک فرد می‌تواند به وسیله تصورات و برداشت او از ارزش‌های فرهنگی محیطی که او در آن قرار گرفته است، متأثر شود، دارای همخوانی می‌باشد. البته این نتایج با نتایج تحقیقات کریمی و همکاران (۱۳۹۱) که بیان می‌دارند عوامل فرهنگی اثر مستقیم معناداری بر قصد کارآفرینی دانشجویان ندارند، همسو نمی‌باشد.

نتیجه‌گیری کلی

کشورها و جوامع عصر حاضر با فرصت‌ها و تهدیدات گسترده داخلی و بین‌المللی روبرو می‌باشند از اینرو تضمین و تداوم حیات و بقا جوامع نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید است. برای نیل به این هدف، دولت‌ها بایستی به نقش‌هایی رو بیاورند که متناسب با شرایط متحول محیطی باشد. لذا موضوع کارآفرینی و توسعه آن به عنوان یکی از نقش‌های دولت مطرح می‌شود، به منظور تسهیل شروع

نشان داد. تاثیر محیط سیاسی با ضریب بالای ۷۶ در صد نیز نکته‌ای قابل تامل می‌باشد و نشان‌دهنده این واقعیت می‌باشد که اقدامات دولت بر فرصت‌های کارآفرینی بسیار تاثیرگذار است بخصوص میزان توسعه کارآفرینی مستقیماً با مقررات جامعه و سیاست‌های تخصیص پاداش دولت ارتباط دارد. این نتیجه با تحقیقات عزیزیان کهن (۱۳۸۶) که نقش دولت در حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه فارغ‌التحصیلان را مؤثرترین عامل در ایجاد کارآفرینی بیان می‌دارد. قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۸) که محیط سیاسی و حکومتی را به عنوان مهمترین عامل بروز نوآوری و کارآفرینی سازمانی می‌دانند (اوبن و همکاران، ۲۰۱۱) که رسمیت و بروکراسی را به عنوان مانع کارآفرینی می‌دانند. و گلرد (۱۳۸۴) که عوامل سیاسی با ضریب (۰/۲۹۶) را به عنوان دومین عامل محیطی اثرگذار بر کارآفرینی معرفی می‌کند دارای هم‌خوانی می‌باشد. تاثیر محیط آموزشی بر مهارت کارآفرینی دارای ضریب ۷۱ درصد و درجه سوم اهمیت می‌باشد. به عقیده بسیاری از صاحب‌نظران آموزش مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش را در توسعه کارآفرینی دارد و کارآفرینان علاوه بر مساعدت مالی نیازمند مساعدت غیر مالی نظام مند و آموزش می‌باشند. نتایج حاصل از محیط آموزشی با نتایج تحقیقات احمدی و همکاران (۱۳۹۱) که نشان دادند بین متغیر عامل آموزشی و دانشگاهی رابطه مثبت و معناداری با ایجاد روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان وجود دارد و قاسمی (۱۳۸۸) که نقش برنامه‌های فرادرس را در آشنایی دانش‌آموختگان با بازار کار و کارآفرینی مؤثر می‌دانند دارای هم‌خوانی می‌باشد. البته عزیزی (۱۳۸۲) نشان می‌دهد میان برنامه‌های تحصیلی و آموزشی و میزان کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد. با توجه به نتایج، تاثیر محیط اجتماعی بر مهارت کارآفرینی با ضریب ۶۵ درصد دارای رتبه چهارم می‌باشد بطور کلی درک افراد از قصد کارآفرینی می‌تواند تحت تاثیر نگرش‌های خانواده دوستان و جامعه

چندگانه (مهارت های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، فنی و غیره) تنظیم شود. محیط فرهنگی یک کشور نیز تعیین کننده استعداد نهفته مردم آن جامعه است، رشد کارآفرینی و کسب و کار کوچک و متوسط، تحت تأثیر میزان عجزین شدن فرهنگ با کارآفرینی و نوآوری حاصل می گردد، بنابراین ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه خصوصاً دانش آموزان دانشگاه ها می تواند به رشد کارآفرینی کمک شایانی نماید.

کارآفرینی از بعد مالی و اقتصادی نیاز است که از طریق مسئولان تدابیری از قبیل وام های کم بهره به دانش آموزان کارآفرین، وضع معافیت های مالیاتی برای کسب و کارهای کارآفرینانه، تامین سرمایه اولیه برای شروع کسب و کار کارآفرینانه و طراحی و تدوین برنامه های تامین اعتبار اندیشیده شود و محتوای برنامه های آموزشی برای ایجاد خلاقیت و نوآوری، آشنایی با طرح کسب و کار، روش های جذب منابع مالی، بازاریابی، مدیریت و برنامه ریزی کسب و کارهای کوچک، گسترش تخصص های حرفه ای در فراگیران و ایجاد مهارت های

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۹). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: انتشارات جاجرمی، چاپ نهم.
- احمدی، فریدون؛ شافعی، رضا؛ مفاخری، فرانک (۱۳۹۱). بررسی تاثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان. نشریه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره پانزدهم، بهار، ۱۴۵-۱۶۳.
- احمدی، محمد (۱۳۸۳). نیازسنجی آموزشی کارآفرینی در دانشجویان دوره کارشناسی ارشد مهندسی برق دانشکده فنی دانشگاه تهران. تهران: دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد.
- امیری، علی نقی؛ مرادی، یزدان (۱۳۸۷). نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن. نشریه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، سال چهاردهم، دوره ۳، شماره ۴۹، ۴۵-۶۷.
- جعفرزاده، مرتضی (۱۳۸۴). طراحی و تبیین الگویی برای پیش بینی کارآفرینی دانش آموزان: مورد دانشگاه تهران، تهران: دانشگاه تهران، رساله دکتری، دانشکده مدیریت.
- جمشیدی، فرح، مصطفی؛ خرمی، شهرروز؛ راحلی، حسین (۱۳۸۹). بررسی عوامل موثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز. فصلنامه پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، پاییز، شماره ۳ (۳)، ۵۳-۶۴.
- جوادیان صراف، نصراله؛ شجاع، رضا (۱۳۸۷). بررسی نگرش دانشجویان تربیت بدنی به موانع کارآفرینی و مشکلات راه اندازی کسب و کار بعد از فراغت از تحصیل. پژوهش در علوم ورزشی شماره ۲۲، ۸۱-۹۵.
- دهقان، رضا؛ طالبی، کامبیز؛ عربون، ابوالقاسم (۱۳۹۱). پژوهشی پیرامون عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه های علوم پزشکی کشور. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، دوره ۶، شماره ۱، فروردین و اردیبهشت ۲۲-۳۳.
- رازقندی، ناهید؛ درانی، کمال (۱۳۸۸). شناسایی عوامل فردی و محیطی موثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارایه الگوی آموزشی. نشریه توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، زمستان. ۳۹-۵۵.

- ریحانی، روشنگر (۱۳۸۶)، بررسی عوامل موثر بر فرآیند کارآفرینی فارغ التحصیلان کشاورزی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی.
- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۹۰). اصول و مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات کیا، چاپ پنجم.
- سید نورانی، سید محمد رضا؛ وفایی یگانه، رضا (۱۳۸۹). فرهنگ کارآفرینی. ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال پنجم، شماره ۴۵ و ۴۶ مهر و آبان.
- شریف زاده، فتاح؛ رضوی، سیدمصطفی؛ زاهدی، شمس السادات؛ نجاری، رضا (۱۳۸۸). طراحی و تبیین الگوی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی. نشریه توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، زمستان، ۱۱-۳۸.
- صادقی، مهدی؛ ملکی نیا، عماد (۱۳۹۰). ارزیابی دانشجویان از محیط‌های کارآفرینانه و تبیین رابطه آن با قصد کارآفرینی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۹، ۶۹-۸۹.
- عباس زاده، حسن (۱۳۹۱). طراحی الگوی عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور (مورد مطالعه بانک‌های خصوصی). تهران: دانشگاه پیام نور، مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور، رساله دکتری.
- عزیززی، محمد (۱۳۸۲). بررسی و مقایسه زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تهران. تهران: دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد.
- عزیزیان کهن، نسرين (۱۳۸۶). بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان رشته تربیت بدنی در راستای روحیه کارآفرینی، تهران: دانشگاه پیام نور، پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی.
- غلامی، ناصر (۱۳۸۷). مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور، تهران: دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی
- قاسمی، جواد (۱۳۸۸). بررسی عوامل تاثیرگذار در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران. فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، شماره ۴۰ (۲)، ۷۱-۷۹.
- قلی پور، رحمت اله؛ آقاجانی، حسنعلی؛ کرامتی، محمدعلی (۱۳۸۸) همکاران، بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه فناوری اطلاعات. نشریه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره سوم، بهار، ۱۲۳-۱۵۸.
- کریمی، سعید؛ بیمنز، هارم؛ چیذری، محمد؛ مولدر، مارتین (۱۳۹۱). بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. نشریه توسعه کارآفرینی، دوره پنجم، شماره سوم، پاییز، ۱۰۵-۱۲۴.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴). عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. نشریه پژوهش زنان، دوره سوم، شماره اول، ۱۰۱-۱۲۳.
- مدرسی، میثم (۱۳۹۰). شناسایی عوامل نهادی موثر بر کارآفرینی دانشگاهی، تهران: دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، گروه کارآفرینی.
- مقیمی، محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی و عوامل محیطی موثر بر آن، نشریه فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره پنجم، بهار ۷۷-۱۰۷
- ملکی، امیرحسین؛ قلی پور، آرزین؛ عابدی، حسن (۱۳۸۸). بررسی آثار باورهای مذهبی بر گرایش به راه اندازی یککسب و کار جدید (مطالعه موردی: دانشگاه‌های منتخب تهران)، نشریه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره سوم، بهار، ۱۱-۳۴.
- نادری، ندا (۱۳۸۸). نقش آموزش‌های رسمی و برنامه‌های کمک‌درسی رشته تربیت بدنی در مقطع کارشناسی ارشد در تامین مهارت کارآفرینی دانشجویان از نظر دانش‌آموختگان تهران: دانشگاه پیام نور، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی.
- Bitzenis, A. Nito, E. (2005). Obstacles to entrepreneurship in a transition business environment: the case of Albania. Journal of Small Business and Enterprise Development; Volume: 12 Issue: 4; 2005 Research paper.

- Giannett, L. & Simonov, N. (2003). 'Learning together: national differences in entrepreneurship research', in Handbook of entrepreneurship. D. L. Sexton and H. Landström (eds), 525. Oxford: Blackwell.
- Grilo, I., Truik, R. (2005) Determinant of entrepreneurship in Europe, Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group of Entrepreneurship, Growth and Public Policy: 3-11. Germany. Available through <http://mpiew-jena.mpg>.
- Kiggundu, M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done, Journal of Developmental Entrepreneurship, 7(3), pp. 239-258.
- Lerner, M. & Haber, S. (2000). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment, Journal of Business Venturing, (16), p. 77-100.
- Lundstrom, A., Stevenson, L. (2001). Entrepreneurship policy for the future, of the Entrepreneurship for the Future Series. Swedish Foundation for Small Business Research. 133-156.
- Oben, U., Sezer, C., Ozlem, A., Mustafa, A. (2011). How Much Entrepreneurial Characteristics Matter in Strategic Decision-Making? . Original Research Article Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 24, 538-562.
- Pittaway, L., Cope, J. (2007). "Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence". International Small Business Journal, 25 (5), 479-510.
- Rasmussen, E. A., Sorheim, R. (2006) Action Entrepreneurship Education" Technovation, vol. 26 February. Pp 185-194.
- Russel, S., Kerry, A. (2008). Does School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship? Economic of Education Review 27, PP. 429-438.
- Schwarz, E., Wdowiak, M., Almer-Jarz, D. and Breitenacker, R. (2009). "The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective". Education Training, 51(4): 272-291.
- Stam, E., Audretsch, D., Meijaard, J. (2006). "Renascent Entrepreneurship—Entrepreneurial Preferences Subsequent To Firm Exit". Frontiers of Entrepreneurship Research, Vol, 26 (7), pp. 1-13.
- Wood, M., & McKinley, W. (2010). The production of entrepreneurial opportunity: A constructivist perspective. Strategic Entrepreneurship Journal, 4(1), 66—84.