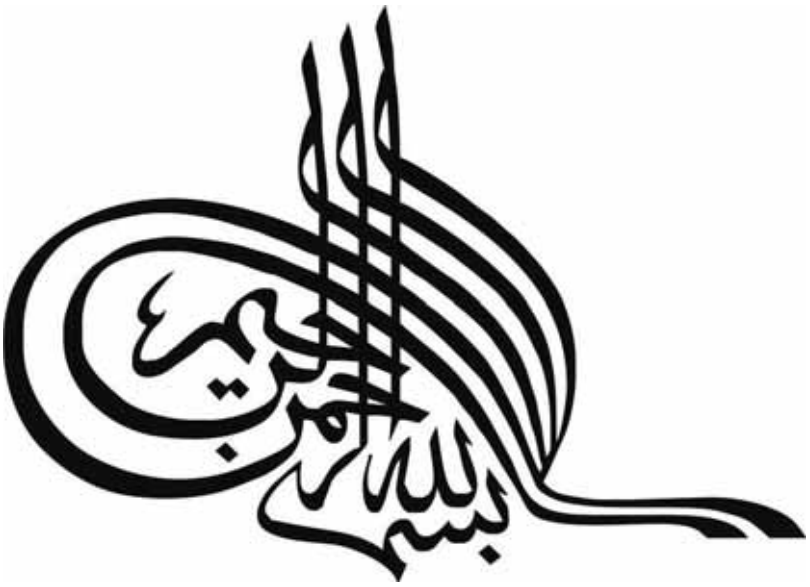


آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال در چشم‌انداز پژوهش

آموزش فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی

جلد پنجم

سرشناسه: همایش بین‌المللی مهارت‌آموزی و اشتغال (نخستین:۱۳۹۲:تهران)
عنوان و نام پدید آور :آموزش فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی[کتاب]/ گردآورندگان: حسن‌رضا زین‌آبادی، کورش پرند، علی توکلی گلپایگانی، یداله مهرعلی‌زاده.
مشخصات نشر : تهران: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری : ۴۷۰ ص.
فروست: آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال در چشم‌انداز پژوهش؛ ۵.
شابک : 978-964-153-407-5
وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا
قیمت : ۲۵۰,۰۰۰ ریال
شناسه افزوده : زین‌آبادی، حسن‌رضا، ۱۳۵۷- گردآورنده
شناسه افزوده : پرند، کورش،۱۳۵۰-گردآورنده
شناسه افزوده : توکلی گلپایگانی، علی،۱۳۵۲-گردآورنده
شناسه افزوده : مهرعلی‌زاده، یدالله،۱۳۴۰-گردآورنده
رده بندی کنگره: ت۱۳۹۱ ۸۴ هـ۹ الف/LC۱۰۴۷
رده بندی دیویی : ۳۷۰/۱۱۳۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی: ۳۲۸۸۷۶۶
موضوع : آموزش حرفه‌ای – ایران – کنگره‌ها
موضوع : آموزش فنی –ایران—مقاله‌ها
موضوع : کارآفرینی – ایران – کنگره‌ها
موضوع: اسلام و اقتصاد – مقاله‌ها و طابه‌ها

سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور

عنوان کتاب : **آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال در چشم‌انداز پژوهش/ آموزش فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی**
گردآوردنگان : دکتر حسن‌رضا زین‌آبادی، دکتر کورش پرند، دکتر علی توکلی گلپایگانی، دکتر یداله مهرعلی‌زاده
صفحه آرا : ژیلا حسینی
نمونه‌خوان: ندا حیدری
کارشناسان: ملیحه شیرمحمدی، رسول شیرزادی، علیرضا سوری، شریف‌علی حبیبی، یزدان رحیمیان
طراح جلد: الهام افضلی
نوبت چاپ: اول
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
قطع: وزیری
قیمت: ۲۵۰,۰۰۰ ریال
ناشر: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور
مرکز پخش: تهران، خیابان آزادی، نبش چهارراه خوش، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور
www.irantvto.ir

آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال درچشم‌انداز پژوهش

پیش‌گفتار ۵

آموزش فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی ۷

ارزیابی دانشجویان نسبت به نقش برنامه‌های آموزشی دانشگاه در تقویت روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان/ فرخنده رستمی، عنایت هوشمند، وجیهه آرمان مهر، مرضیه حق گویی اصفهانی و ندا میزانی ۹

ارزیابی مؤلفه‌های کارآفرینی فردی دانشجویان مراکز آموزش علمی‌کاربردی ساری، مورد مطالعه مراکز زیر نظر ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای و جهاد کشاورزی/ سید عبداله خاوری و امید اسکندری ۱۹

آسیب‌شناسی ادراک و نگرش‌های دانش‌آموزان ابتدایی در مورد آیندهٔ شغلی و کارآفرینی مبتنی بر دیدگاه‌های فردی، خانوادگی و آموزشی: موردی از مطالعه در شهرستان قدس (سال ۱۳۹۱)/ زهرا شفیعی‌پور و کیوان صالحی ۳۰

آموزش کارآفرینی در آموزش عالی: گرایش‌ها و چالش‌ها/ اسد حجازی ۴۶

بررسی رابطهٔ ادراک از کلاس درس و تقویت مهارت‌های کارآفرینی هنرجویان هنرستان‌های دولتی کار و دانش شهر اهواز / رقیه گرایلی شیخ، عبدالله پارسا و یدالله مهرعلیزاده ۶۱

بررسی رابطهٔ بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و نگرش کارآفرینانه در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای/ محمدرضا علیمحمدی سیابانی، دکتر ناصر صنوبر و فاطمه جاوید معین ۷۶

بررسی رابطهٔ بین فناوری اطلاعات و کارآفرینی در تولید ملی/ محمدجعفر شفیعی و زینب زراعت پیشه ۸۸

بررسی رابطهٔ فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان/ مریم عدالتیان، محمد محمودوند و عبدالحمید طاهری ۱۰۳

بررسی راهبردها و چالش‌های موجود در راه آموزش مهارت به جامعهٔ انسانی، بر پایهٔ افزایش توان کارآفرینی و موانع موجود/ صدیقه مهدیخانی، وحید پورچنگیز، فاطمه پورچنگیز ۱۱۲

بررسی رضایت از میزان تحقق کارآفرینی در میان معلولان سازمان بهزیستی استان قم در سال ۹۰-۹۱/دکتر حسین خنیفر، محمدرضا محمودخانی، مسعود موسوی، رضا شعبانی ۱۲۶

بررسی روند توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی و نقش آن در تشدید گرایش به آغاز کسب و کارهای نوآورانه/ عبدالباسط مرادزاده ۱۴۰

بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی کار آفرینی دانشجویان/ غلامحسین کریمیان و محسن لطفی ۱۵۲

بررسی مقایسه‌ای روحیهٔ کارآفرینی دختران و پسران، مطالعهٔ موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران/ فرزانه محمدی و فرخنده رستمی ۱۶۶

بررسی موانع ورود مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال پایدار/ کوروش جاویدنی ۱۷۳

بررسی میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ شهر اصفهان/ صفورا یزدچی ۱۸۳

بررسی نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد فرصت شغلی در کارآموزان مرکز فنی و حرفه‌ای بیارجمند/ مراد علی باقری و فرشته دامغانی ۱۹۵

بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و حمایت از تولید ملی/ حمیده بیرامی پور و آرمان احمدی ۲۰۲

بررسی نگرش دانشجویان پیرامون عوامل مؤثر بر کارآفرینی، مطالعهٔ موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان/ هاجر امینی، دکتر بهجت یزدخواستی و موسی عسگریان ۲۱۲

بررسی و ارزیابی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی در توسعه و پیشرفت شهرستان شوش، ۱۳۹۰، مطالعهٔ موردی: ویژگی‌های جامعه‌شناسی/ حسن هژبری نژاد ۲۲۷

برنامهٔ درسی و آموزش فنی و حرفه ای؛ پژوهشی در خصوص تناسب عناصر برنامهٔ درسی در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای/ دکتر جمال سلیمی ۲۳۷

فهرست

تأثیر عملکرد کارآفرینی بر ایجاد اشتغال، مورد بررسی: آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمان/ دکتر مهدی ابراهیمی‌نژاد، مسعود مجرد کاهانی و زهره نژاداکبری..... ۲۵۳

تأثیرآموزش‌های علمی‌کاربردی و مهارتی بر شکوفایی کارآفرینی در مهارت‌آموختگان دانشگاهی/ مهدی عارفخانی و ملیحه اختری ۲۶۹

تبیین ارتباط میان سبک رهبری مدیران و کارآفرینی سازمانی/ طهمورث آقاجانی، غلامرضا عزیزی و بهزاد شوقی ۲۷۹

تبیین جایگاه مهارت کارآفرینی در نظام آموزشی/ علی تقی پور خلفلو، سید سعید حسینی ۲۹۳

تبیین نقش مهارت‌آموزان صنایع دستی در ایجاد اشتغال و کارآفرینی کشور/ قاسم رحیمی ۳۰۲

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعهٔ خدمات گردشگری روستایی با رویکرد کارآفرینی با استفاده از مدل SWOT/ بهار فارسی و علیرضا اصفهانی ۳۱۰

توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی با تأکید بر مدل توانمندسازی اقتصادی اقشار کم درآمد (جامعهٔ تحت پوشش کمیتهٔ امداد امام خمینی (ره))/ منوچهر رزمجو و دکتر مهدی خیراندیش..... ۳۲۳

چگونگی کارکرد صنعت گردشگری در فرآیند کارآفرینی و اشتغال/ مهدی جمالی نژاد، رسول حیدری..... ۳۳۶

راهکارهای افزایش روحیهٔ کار آفرینی در هنرجویان فنی حرفه‌ای و کاردانش/ شهین کرمی، حسینعلی تقی پور و کیقباد سلیمان پور ۳۴۵

شیوه‌های تلفیق آموزش کارآفرینی در برنامهٔ درسی دوره‌های مهارت‌آموزی/ بتول جمالی زواره و حوریه شادفر..... ۳۵۵

ظرفیت‌سازی قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان برای ارتقاء کارآفرینی علمی و مهارت‌آموزی/ دکتر رضا مهدی..... ۳۶۸

عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای، مطالعهٔ موردی: مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفتهٔ گیلان/ دکتر علی داوری، حمیدرضا رضایی کلیدبری، امین محمدی آلمانی و امیر پورناصرانی..... ۳۷۷

کارآفرینی در حوزهٔ آموزش‌های کشاورزی فنی و حرفه‌ای/ سحر قهرمان فرد ۳۹۰

مطالعه تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول بازار کار شخصی در دانشجویان/ سید مرتضی رضایی و سپیده رشوند ۴۰۴

نقش آموزش کارآفرینی در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای ایران/ مهری صدیقی..... ۴۱۶

نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ خوداشتغالی/ نسرین شکوهی، مهناز عزیزی و مهین زارع ۴۲۸

نقش مؤثر آموزش‌های علمی و کاربردی در توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی/ زهرا بهرامی ۴۳۷

واکاوی عوامل تأثیرگذار بر توسعهٔ کارآفرینی در مراکز آموزش عالی علمی‌کاربردی کشاورزی، مورد مطالعه: منطقهٔ مرکزی ایران/ دکتر بهمن خسروی‌پور..... ۴۴۵

یادگیری تجربی کارآفرینانه در آموزش عالی: رهیافتی برای قابلیت‌پروری کارآفرینانه/ محسن درویشی و ابوالقاسم شریف‌زاده..... ۴۵۹

۵ آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال در چشم‌انداز پژوهش

پیش‌گفتار

با نگاه به چشم‌انداز بیست‌ساله و با عنایت به برنامه‌های اول تا پنجم توسعه و توجه خاص دولت به امر اشتغال و نقش آموزش در اشتغال پایدار، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور مفتخر به تشکیل و استقرار «سازمان ملی مهارت و فناوری» و طراحی «نظام جامع ملی و مهارت و فناوری» با سه زیرنظام «نظام آموزش مهارت و فناوری»، «نظام صلاحیت حرفه‌ای» و «نظام شرایط احراز اشتغال» می‌باشد. در این شرایط با یکپارچه‌سازی مدیریت و سیاست‌گذاری آموزش‌های فنی و حرفه‌ای شاهد تحول بزرگ در نظام‌مند نمودن این آموزش‌ها از طریق استقرار نظام جامع مهارت و فناوری با رویکرد و توجه به تغییرات فناوری و مبتنی کردن آنها با نیاز بازار کار می‌باشیم. در این راستا نخستین همایش بین‌المللی «مهارت‌آموزی و اشتغال» با مشارکت گستردهٔ کارشناسان ملی و بین‌المللی و با توجه به کلیهٔ اسناد بالادستی از جمله «سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، مواد ۲۱» و «۱۹۴ برنامهٔ پنجم توسعه»، «سیاست‌های کلی اشتغال ابلاغ‌شده از طرف مقام معظم رهبری»، «سند راهبردی مهارت و فناوری سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور» برگزار شده است. آنچه هم راستا با ایجاد ساختارها، نظام‌ها، تدوین قوانین و رویه‌ها در مسیر توسعهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کاربرد این آموزش‌ها در عرصهٔ عمل در کشور ضروری به نظر می‌رسد، داشتن رویکرد مدبرانه، علمی و مبتنی بر پژوهش به این آموزش‌ها می‌باشد که در این عرصه گام‌های مؤثری برداشته شده است و برگزاری این همایش‌ها یکی از آنها بوده است. شناسائی چالش‌ها، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف، تبیین نظام جامع مهارت و فناوری، فرهنگ‌سازی برای گسترش توجه به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و تبیین نقش حساس این آموزش‌ها در اشتغال از جمله اهداف کلانی است که این همایش پیگیری نموده است. با تأکید بر نگاه پیشرو و آینده‌پژوهانه در کلیهٔ فعالیت‌ها، راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، بیانیه و نتایج محوری حاصل از این همایش به شرح ذیل در نظر گرفته شده است:

- ارتقاء نقش‌آفرینی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به عنوان زیربنای توسعهٔ پایدار و کاهش نرخ بیکاری.
- کاربست چارچوب صلاحیت حرفه‌ای ملی برای ارتباط صلاحیت‌ها، مدارک و گواهینامه‌ها در سطوح و انواع مختلف در حوزه، حرفه و شغل و در جهت به رسمیت شناختن یادگیری مادام‌العمر.
- رتبه‌بندی، اعتبارسنجی و اعتباربخشی به مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای دولتی و غیردولتی بر اساس شاخص‌های مدیریت اجرائی، فرآیند یاددهی و یادگیری نیروی انسانی، تحقیق و توسعهٔ منابع و شاخص پشتیبانی فراگیران.
- ضرورت استقرار نظام جامع مهارت و فناوری با سه زیرنظام، نظام آموزش مهارت و فناوری، نظام صلاحیت حرفه‌ای و نظام شرایط احراز اشتغال به عنوان زیربنای ایجاد اشتغال بر پایهٔ آموزش فنی و حرفه‌ای.
- توسعهٔ الگوهای آموزشی بر اساس ظرفیت‌های فضای کسب و کار کشور و نیز ارائهٔ آموزش‌های شبیه‌سازی‌شده.
- برنامه‌ریزی برای جلب مشارکت کشورهای پیشرو در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای برای اجرای پروژه‌های مشترک.
- برنامه‌ریزی برای استفاده از تجارب کشورهای موفق در عرصهٔ مسابقات جهانی و نیز برگزاری مسابقات بین‌المللی مهارت بین کشورهای اسلامی.
- ضرورت برنامه‌ریزی برای اعتباربخشی به گواهینامه‌های سازمان در نظام آموزش بین‌المللی.
- آموزش نیروی انسانی متخصص، ماهر و کارآمد متناسب با نیازهای بازار کار (فعلی و آتی) و ارتقاء توان کارآفرینی و توأم کردن آموزش و مهارت و جلب همکاری بنگاه‌های اقتصادی برای استفاده از ظرفیت آنها.

- ارتقاء مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی از طریق توانمندسازی آنان با بهره‌گیری از آموزش‌های فنی و حرفه‌ای.
- افزایش سهم گسترده و تأثیرگذار آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در کاهش آسیب‌های اجتماعی و توانمندسازی اقشار در معرض آسیب.
- طراحی و اجرای دوره‌های تکمیلی بین سطوح تحصیلی با مشارکت دانشگاه جامع علمی-کاربردی در دو بخش آموزش مهارتی دولتی و خصوصی.
- استفاده از منویات و فرمایشات مقام معظم رهبری و سیاست‌های کلی ابلاغی از سوی معظم له در بخش اشتغال و نظام اداری و آموزشی سند راهبردی مهارت و فناوری سازمان و با اجرای بیش از ۲۶۰ برنامهٔ عملیاتی سند مذکور در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.

مجموعهٔ حاضر در شش جلد منعکس کنندهٔ مقالات ارسال شده برای این همایش است. این مجموعه در کنار مجموعهٔ چهار جلدی «مهارت‌آموزی و اشتغال در ایران»، از جمله اسناد علمی مهم در حوزهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌باشد. با توجه به کمبود اسناد علمی و پژوهشی در این حوزه، این شش جلد نیز می‌تواند بسیاری از نیازهای پژوهشی پژوهشگران علاقه‌مند به حوزهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را مرتفع نماید. این مجموعه نیز برای استفادهٔ بهتر و هدفمند در قالب بخش‌های ذیل طراحی و تدوین شده است:

- آموزش فنی و حرفه‌ای و زنان. (جلد اول)
- آموزش فنی و حرفه‌ای، اشتغال و آینده پژوهی (جلد دوم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای، تضمین کیفیت و نیازهای مهارتی. (جلد سوم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای، یادگیری، مدیریت و رفتار سازمانی. (جلد سوم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای، اقتصاد و تولید ملی. (جلد چهارم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای، فناوری و نظام جامع مهارت و فناوری. (جلد چهارم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی. (جلد پنجم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای، مشاغل خانگی و توسعهٔ پایدار روستایی. (جلد ششم)
- آموزش فنی و حرفه‌ای و آموزش عالی. (جلد ششم)

در پایان ضمن تشکر از تمامی دست‌اندرکاران برگزاری این همایش، به‌ویژه کمیتهٔ علمی و اجرایی، امیدواریم که با استعانت خداوند بزرگ و یاری تمامی پژوهشگران و دست‌اندرکاران آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، شاهد اعتلای هر چه بیشتر ایران عزیز در سایهٔ این آموزش‌ها باشیم.

حسن رضا زین‌آبادی
عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی
کورش پرند
عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی
علی توکلی گلپایگانی
عضو هیأت علمی پژوهشگاه استاندارد
یداله مهرعلی‌زاده
عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز

آموزش فنی و حرفه‌ای
و کارآفرینی

ارزیابی دانشجویان نسبت به نقش برنامه‌های آموزشی دانشگاه در تقویت روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان

فرخنده رستمی[۱]
عنایت هوشمند[۲]
وجیهه آرمان مهر[۳]
مرضیه حق گویی اصفهانی[۴]
ندا میزانی[۵]

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر زمینه‌یابی آموزش‌های دانشگاهی در پرورش روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان می‌باشد. محققان به‌دنبال پاسخ به این سؤال هستند که آیا برنامه‌های آموزشی و تحصیلی دانشگاه زمینهٔ پرورش روحیهٔ کارآفرینی را در دانشجویان فراهم می‌کند؟ نمونهٔ آماری ۳۳۵ نفر از دانشجویانی می‌باشند که در سال تحصیلی ۸۷-۱۳۸۶ در دانشگاه مازندران مشغول به تحصیل بودند که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. تکنیک گرداوری داده‌ها، پرسش‌نامهٔ محقق ساخته است و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در این پژوهش، مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینی خلاقیت، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزهٔ پیشرفت و کنترل درونی تعریف و سنجیده شد. نتایج به‌دست آمده بیانگر آن است که از نظر دانشجویان برنامه‌های آموزشی دانشگاه زمینهٔ پرورش کارآفرینی را در دانشجویان به‌خوبی فراهم نکرده است، به‌طوری که ۷۴/۵ درصد دانشجویان عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه را متوسط وضعیف ارزیابی کرده‌اند. داده‌ها همچنین نشان می‌دهد بین دیدگاه دانشجویان زن و دانشجویان مرد نسبت به عملکرد برنامه‌های آموزشی تفاوت وجود داشته است. میانگین ارزیابی مثبت دانشجویان زن (۴۴/۱۷) و دانشجویان مرد (۴۱/۰۳) در سطح ۰/۰۳ معنادار بوده است. همچنین براساس نتایج تحلیل واریانس، میزان برخورداری دانشجویان از روحیهٔ کارآفرینی در ۱۴ دانشکدهٔ مورد مطالعه تفاوت معناداری با هم نداشته است. به‌نظر می‌رسد در دانشگاه‌ها برنامهٔ آموزشی مبتنی بر تقویت روحیهٔ کارآفرینی جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده است. برنامه‌های مبتنی برتفکر همگرا، محفوظات و دروس نظری صرف منجر به تقویت روحیهٔ مدرک‌گرایی به‌جای تقویت روحیهٔ کارآفرینی شده است که باید برای این مهم برنامه‌ریزی نمود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، برنامهٔ آموزشی دانشگاه، ارزیابی عملکرد.

۱.کارشناس ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، مدرس دانشگاه آزاد واحد ممسنی، Email:Bakhteyari@googlemail.com
۲. کارشناس ارشد زبان‌شناسی همگانی، مدرس دانشگاه پیام نور واحد ممسنی، Email:Enayathooshmand@yahoo.com
۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، پژوهشگر مرکز تحقیقات توسعهٔ اجتماعی و ارتقاء سلامت، دانشگاه علـوم پزشـکی گنابـاد، ایران. Email:Varmanmehr@gmail.com
۴. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، مدرس دانشگاه علمی- کاربردی اصفهان، Email:Haghgoo21@gmail.com
۵.کارشناس ارشد مدیریت، Email:mizani.neda@gmail.com

مقدمه

کارآفرینی[1] سوق دادن منابع به سوی ظرفیت‌هایی که ایجاد ثروت می‌نماید، تعریف شده است(آمیت،۱۹۹۳به نقل از کرباسی و دیگران، ۱۳۸۴). عده‌ای هم آن را خلق چیزی تازه از هیچ می‌دانند(کردنایئج،۱۳۸۴). کارآفرینی جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده و رشد اقتصادی را باعث می‌شود، از سوی دیگر باعث ایجاد توازن بین عرضه و تقاضا می‌شود، همچنین زمینهٔ تبدیل دانش به خدمات و محصولات جدید را فراهم می‌کند(شان و همکاران،۲۰۰۳). میلتو در کتابش ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و کاهش اضطراب‌های اجتماع، بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره‌برداری عظیم ملی را از فواید کارآفرینی برشمرده است(سالازار میلتو،۱۳۸۳).

برخلاف برخی دیدگاهها که ویژگی‌های کارآفرینان را موروثی دانسته‌اند، نتایج مطالعات نشان داده این ویژگی‌ها قابل آموزش هستند. به عنوان مثال دراکر اعتقاد دارد که کارآفرینی نوعی آموزش است و مانند هر آموزش دیگری قابل یاددهی و یادگیری است(صالحی و برادران،۱۳۸۴). دیوید مک کله لند از جمله اولین روانشناسانی بود که دوره‌های آموزش را طراحی و نتایج مثبتی بدست آورد(وبستر، ۱۹۸۰).

آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدفگرا می‌باشد. آموزش کارآفرینی و تحقیقات مربوط به آن هم‌اکنون با چالش‌هایی روبه‌رو است. برخی از این آنها عبارت است از: چالش در ایجاد متدولوژی‌های تحقیق برای اندازه‌گیری اثر بخشی کارآفرینی، چالش در محتوا و شیوهای آموزش کارآفرینی، کیفیت مدرسان کارآفرین، پذیرش آموزش کارآفرین در دانشکدها نسبت به کسب و کار و...(احمدپور و مقیمی،۱۳۸۰).

دانشگاه یکی از نهادهایی است که مسئول پرورش روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان است. به عقیده راسموسن دانشگاه می‌تواند با افزایش دادن انگیزه و شایستگی فارغ‌التحصیلان، آنها را افرادی برجسته در فعالیت‌های کارآفرینی پرورش دهد(راسموسن، ۲۰۰۶). مهارتهایی نظیر خلاقیت، مدیریت، رقابت سالم، نوآوری، مسئله‌گشایی، کارآفرینی زمانی موثر و فعالیت‌های مثل آموزش کارآفرینی، ارتباط دانشگاه و صنعت، پارک‌های فناوری و شهرک‌های تحقیقاتی هر یک به نوبه خود می‌توانند می‌تواند روحیهٔ کارآفرینی را در دانشجویان شکوفا سازد. این در حالی است که دانشگاهها عموما از دنیایی واقعی جدا شده، تحقیقاتشان در محیط بستهٔ آزمایشگاه دور از نیازهای جامعه صورت می‌گیرد. برنامهٔ درسی موجود بیشتر فرهنگ استخدام شدن را تبلیغ می‌کند و تمرکزشان بر آماده‌کردن دانشجویان در مسیر شغلی است که به عنوان یک کارمند در سازمانهای یکنواخت و پایدار استخدام شوند، فقط نمونه‌های کوچکی از دوره‌ها دربارهٔ ایجاد کسب و کار در رشته‌های اقتصاد و مدیریت بازرگانی وجود دارد(اوسمان،۱۹۹۸). پرسشی که به‌نظر می‌رسد این است که چرا دانشگاههایی مثل‌هاروارد و.... فارغ‌التحصیلانی دارند که نتیجهٔ پروژه فارغ‌التحصیلی آنها ایجاد کسب و کارهای جدید است اما دانشگاههای ما متخصصان، متفکران و نخبگان خوبی که همیشه در سطح جهانی دارای رتبه هستند را بصورت تک‌بعدی پرورش می‌دهد اما هیچگاه

1. entrepreneurship

توانایی ایجاد کسب و کار و شرکت‌های در سطح بین‌الملل را ندارند. مثلاً وقتی به پیتزهات که مربوط به حوزهٔ جامعهٔ صنعتی در بخش خدماتی است نگاه می‌کنید، می‌بینید که نتیجهٔ پروژهٔ چند دانشجوست و یا موتور جستجوی google و yahoo که مربوط به حوزهٔ جامعه اطلاعاتی است نتیجه تز دکترای چند دانشجوست. حال آن که در دانشگاه‌های ما شاهد چنین خروجی‌هایی نیستیم. به‌نظر می‌رسد نمی‌توان علت را صرفاً مسئلهٔ ضعف امکانات دانست، بلکه بایستی در جهت‌گیری‌مان به سمت تربیت نیروی انسانی کارآفرین و خلاق برای ورود به بازار کار تجدید نظر و تمرکز نمود (احمدپور داریانی،۱۳۸۱). در عصر حاضر که نیازها و شرایط بازار کار همیشه در حال تغییر و دگرگونی است، دانشگاه‌ها باید دربارهٔ ارتقاء و توسعهٔ آموزش کارآفرینی بیاندیشند، بنابراین آموزش عالی کشور امروزه بیش از هر چیز نیازمند بازنگری در رویکردهای سنتی و غلط نسبت به تربیت نیروهای انسانی است (آراسته، ۱۳۸۲).

برنامه‌های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست‌گذاری و پشتیبانی دولت‌ها به سرانجام رسیده است. تجربهٔ سایر کشورها نشان داده این مهم را نمی‌توان بدون ایفای نقش فعالانهٔ دولت‌ها به‌ویژه در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی محقق ساخت.

زالی (۱۳۸۴) در پژوهشی به بررسی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان پرداخته است. شاخص‌هایی که او برای سنجش میزان کارآفرینی به‌کار برده شامل توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و عزم و اراده می‌باشد که براساس نتایج تحقیق، در بین دانشجویان به میزان کمی وجود داشته است.

احمدی (۱۳۸۵) در تحقیقی به نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینهٔ کارآفرینی پرداخته است. براساس نتایج این تحقیق دانش و مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز دانشجویان در چهار زمینهٔ ایجاد انگیزه و تمایل برای ایجاد کسب و کار، دانش و مهارت امکان‌سنجی کسب و کار، توانایی ایجاد کسب و کار و ارزیابی وضعیت موجود و برنامه‌ریزی برای توسعهٔ کسب و کار جدید، قرار می‌گیرد. نتایج این تحقیق همچنین نشان داد که برنامهٔ درسی دانشجویان به نحو مطلوبی دانش و مهارت‌های مورد نیاز در زمینهٔ کارآفرینی را در آنان پرورش نداده است. حتی فارغ‌التحصیلانی که روحیهٔ کارآفرینی بالایی دارند، پس از اتمام تحصیلات آمادهٔ ایجاد یک کسب و کار برای خود نمی‌باشند.

در تحقیقی که پوستیگو (۲۰۰۲) در آرژانتین انجام داده است، از دانشجویان خواسته شده وضعیت موجود آموزش کارآفرینی را ارزیابی کنند. از نظر اکثر آنان مهم‌ترین دوره‌ها برای آموزش کارآفرینی دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری است. دانشجویان خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده‌اند. آنان همچنین این محورهایی مثل کارآفرینی کسب و کار و کارآفرینی اجتماعی را برای آموزش کارآفرینی پیشنهاد کرده‌اند.

راشید در سال ۲۰۰۰ مطالعه‌ای در زمینهٔ نقش‌آموزش بر افزایش نگرش‌ها و خصوصیات کارآفرینانه انجام داد. برای این منظور دو گروه از دانش‌آموزان دبیرستانی را انتخاب کرد. نتایج حاکی از آن بود که افراد گروه آزمایش به نحو قابل ملاحظه‌ای نمرات بیشتری در انگیزهٔ پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را به خود اختصاص داده‌اند.

در تحقیق کراینیز که در سال ۲۰۰۳ مطالعهٔ تطبیقی بین آموزش کارآفرینی در فرانسه و آمریکا انجام داده است، به این نتیجه رسید که در فرانسه دیدگاه‌ها و ادراکاتی که نسبت به کارآفرینی و تأثیر آن وجود دارد، خیلی مثبت نیست. این تحقیق که بر روی دانش‌آموزان در حال تحصیل انجام شده از عوامل موقعیتی که می‌تواند محیط حمایتی را برای رشد کارآفرینان فراهم کند انتقاد کرده است. همچنین نتایج این تحقیق دیدگاه‌هایی در مورد عوامل موفقیت و شکست برنامه‌های آموزشی منعکس کرده است.

این پژوهش بر آن است تا نقش دانشگاه در پرورش روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان را از منظر دانشجویان مورد بررسی قرار دهد، همچنین عوامل موثر و زمینه‌ساز بر تقویت آن را از منظر دانشجویان مشخص سازد.

روش شناسی

روش تحقیق این پژوهش، پیمایشی است. این پژوهش همچنین از نوع مقطعی است و با تکنیک پرسش‌نامهٔ خود اجرا و انجام شد. واحد تحلیل در این تحقیق، فرد (دانش‌آموز) می‌باشد و سطح تحلیل خرد است. برای تجزیهٔ و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده، با استفاده از نرم‌افزار SPSS از شاخص‌های آمار توصیفی (مثل میانگین، میانه، واریانس و انحراف‌استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون تی، همبستگی اسپیرمن و تحلیل واریانس) استفاده شده است.

سؤالات بررسی عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه، ابتدا از پژوهشی باعنوان بررسی زمینهٔ پرورش کارآفرینی که توسط عزیزی (۱۳۸۲) در دانشگاه شهید بهشتی انجام شده، اقتباس گردید. سپس برای سنجش اعتبار آن در جامعهٔ آماری مورد نظر، از روش اعتبار صوری استفاده شد. به عبارتی برای اطمینان یافتن از این که شاخص‌ها دقیقاً آن چیزی را که ما می‌خواهیم می‌سنجند، به سراغ کسانی که در موضوع مورد مطالعه تخصص دارند رفته (ساروخانی:۱۳۸۲)، از نظریات متخصصان و کارشناسان مدیریت و کارآفرینی در زمینهٔ منطبق بودن محتوای سؤالات با ویژگی‌های مورد نظر استفاده شده است. برای تعیین روایی سؤالات سنجش عملکرد برنامه‌های آموزشی در تقویت روحیهٔ کارآفرینی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ۰/۷۹ به‌دست آمد و رقم قابل قبولی است. سنجش عملکرد برنامه‌های آموزشی در تقویت روحیهٔ کارآفرینی با ۸ شاخص اصلی صورت گرفت که عبارتند از: توانایی ایجاد شغل، پرورش ریسک‌پذیری، پرورش خلاقیت، پرورش قدرت مدیریت، پرورش هدفمداری و پرورش استقامت، مسئولیت‌پذیری و آموزش مسائل مورد نیاز روز.

جامعهٔ آماری آن این تحقیق دانشجویان دورهٔ کارشناسی دانشگاه مازندران می‌باشد که در سال تحصیلی ۸۷-۱۳۸۶ در دانشگاه مازندران مشغول به تحصیل بودند. حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۳۵ نفر به‌دست آمد و روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم می‌باشد.

یافته‌ها

توصیف

میانگین سن در بین جمعیت نمونه ۲۲/۱۹ بوده است. ۵۳/۷ درصد پاسخگویان زن و ۴۶/۳ درصد پاسخگویان مرد بوده‌اند. از مجموع دانشجویان پسر نفر ۱۰/۵ درصد و دانشجویان دختر ۱/۱درصد شاغل بوده‌اند.

جدول۱.؛ توزیع پاسخگویان بر حسب عملکرد برنامه‌های آموزشی به تفکیک جنسیت

جنسیت	زن		مرد		جمع کل	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
خیلی کم	۱۳	۷/۳	۱۳	۸/۶	۲۶	۷/۹
کم	۳۸	۲۱/۲	۴۴	۲۹/۱	۸۲	۲۴/۸
متوسط	۷۴	۴۱/۳	۶۴	۴۲/۴	۱۳۸	۴۱/۸
زیاد	۴۷	۲۶/۳	۲۸	۱۸/۵	۷۵	۲۲/۷
خیلی زیاد	۷	۳/۹	۲	۱/۳	۹	۲/۷
جمع کل	۱۷۹	۱۰۰/۰	۱۵۱	۱۰۰/۰	۳۳۰	۱۰۰/۰

جدول۲.؛ توزیع پاسخگویان بر حسب شاخص‌های عملکرد برنامه‌های آموزشی

	گویه‌های برنامه‌های آموزشی	کم	متوسط	زیاد
۱	توانایی ایجاد شغل	۲۹,۶	۵۹,۶	۱۰,۸
۲	پرورش ریسک	۲۸,۷	۵۳,۹	۱۷,۴
۳	پرورش روحیهٔ خلاقیت و نوآوری	۳۰,۰	۳۹,۲	۲۲,۸
۴	پرورش قدرت مدیریت و فرصت‌شناسی	۲۴,۶	۵۱,۱	۲۴,۳
۵	پرورش هدفمندی	۳۴,۴	۴۸,۸	۱۹,۸
۶	پرورش استقامت	۲۷,۸	۴۶,۴	۲۵,۷
۷	پرورش مسئولیت‌پذیری	۴۱,۲	۱۹,۷	۳۹,۱
۸	آموزش مسائل مورد نیاز روز	۴۱,۵	۱۷,۰	۴۱,۵

توصیف سؤال باز

سؤال نهایی پرسش‌نامه، یک سؤال باز بود و از دانشجویان پرسیده شده بود: به‌نظر شما برای تقویت روحیهٔ کارآفرینی افراد در دانشگاه چه برنامه‌هایی می‌تواند ارائه شود؟ نظرات پاسخگویان را می‌توان در دو دسته جای داد: ۱. انتقاد از عملکرد برنامه‌های آموزشی در پرورش روحیهٔ کارآفرینی، ۲. پیشنهاد در جهت تقویت روحیهٔ کارآفرینی.

۱. انتقادات پاسخگویان به عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه، بیشترین تمرکز را بر روی کاربردی نبودن و خسته‌کننده بودن دروس تئوریک و در نتیجه عدم تقویت روحیهٔ کارآفرینی، داشته است. بعضی از دانشجویان اظهار داشته‌اند که: «همیشه که نباید کلاس سخنرانی و موضوعات تکراری باشد، دروس از قالب تئوری بیرون بیایند، فکری اساسی به حال واحدهای تئوری بی‌مصرف کنید، اینجا فقط بحث نمره و حفظ کردن مطلب است، خبری از کارآفرینی نیست». آنان معتقدند اساتید، رغبت و انگیزهٔ لازم را در دانشجویان برای کارآفرینی و ارائهٔ ایده‌های جدید به‌وجود نمی‌آورند. بعضی پاسخگویان نیز ساختار و نظام آموزشی را معیوب و ناکارآمد دانسته‌اند. به عنوان مثال، یکی از دانشجویان مهندسی گفته است: «سیستم آموزش ایران بسیار مسموم است و خلاقیت‌ها را به شدت کاهش می‌دهد، هرکس تعدادی واحد پاس می‌کند و بدون هیچ تجربهٔ عملی مهندس می‌شود». برخی نیز

گفته‌اند دانشگاه‌ها به‌جای بالابردن کیفیت برنامه‌ها فقط به فکر افزایش تعداد دانشجو بدون توجه به نیازهای بازار کار هستند.

۲. پیشنهادات پیرامون تقویت روحیهٔ کارآفرینی: تعداد زیادی از دانشجویان پیشنهاد کرده‌اند که از دروس تئوریک کم شود و دروسی که عملی هستند و با واقعیات جامعه بیشتر در ارتباط‌هستند، ارائه شوند. یکی از دانشجویان دانشکدهٔ منابع طبیعی بیان کرده است که: «به جای کلاس‌های تئوری و خسته‌کننده کارهای عملی ارائه شود، ما فقط اعداد و ارقام را می‌شنویم، قدری از چگونگی شروع کار صحبت شود، مباحث عملی بیشتر از تئوری ارائه شود». آن‌ها براین باورند که ارتباط دانشگاه با واقعیات بیرون از دانشگاه مثل بازار کار کم است، بنابراین، باید برنامه‌های آموزشی کاربردی‌تر شوند. برخی از دانشجویان پیشنهاد داده‌اند از افراد کارآفرین و نیز افرادی که در رشتهٔ تحصیلی‌شان موفق بوده‌اند، دعوت شود تا تجربیات خود را در اختیار آن‌ها بگذارند و از عوامل مؤثر در موفقیتشان صحبت کنند. عده‌ای از دانشجویان نیز عقیده داشته‌اند که دانشگاه باید از طرح‌ها و ایده‌های جدید آن‌ها حمایت کند. تعدادی پیشنهاد کرده‌اند که واحد کارآفرینی به عنوان واحد اجباری (البته نه فقط به‌صورت نظری) در برنامهٔ درسی گنجانده شود. برخی خواسته‌اند ارزیابی وضعیت تحصیلی دقیق‌تر و به دور از اعمال سلیقهٔ اساتید صورت گیرد. یکی از دانشجویان دانشکدهٔ علوم انسانی اظهار داشته است: «برنامه‌های آموزشی از چهارچوب تنگ و خفه‌کنندهٔ نمره‌گذاری‌ها که معمولاً سلیقه‌ای هستند بیرون بیاید، اساتید با ایجاد فضای مناسب، زمینهٔ خلاقیت را برای دانشجویان فراهم کنند، برنامه‌هایی که در بیرون دانشگاه برای یادگیری آن باید هزینه پرداخت کنیم در دانشگاه یاد داده شود مثل زبان ،کامپیوتر، اینترنت». در مجموع پاسخگویان برگزاری سمینارهای علمی، ایجاد کلاس‌های فوق‌برنامه، اطلاع‌رسانی در مورد وضعیت کار در هر رشته و تقویت مهارت‌های گوناگون در افراد را از مؤثرترین عوامل در پرورش روحیهٔ کارآفرینی دانسته‌اند.

❖ تحلیل

آزمون Binomial برای بررسی عملکرد برنامه‌های آموزشی از دیدگاه دانشجویان

سؤال اصلی پژوهش حاضر این بوده است که عملکرد برنامه‌های آموزشی از دیدگاه دانشجویان چگونه بوده است. نظرات پاسخگویان در دو گروه مساوی یا کمتر از ۵۰ عملکرد ضعیف و بیشتر از ۵۰ عملکرد قوی طبقه‌بندی شده است که نتایج به‌دست آمده در جدول زیر به نمایش گذاشته شده است.

جدول۳. بررسی عملکرد برنامه‌های آموزشی

مقوله	طبقه	فراوانی	پایه مشاهده‌شده	Sig
گروه اول	≤ 50	۲۴۶	۰/۷۵	۰/۰۰
گروه دوم	≥ 50	۸۴	۰/۲۵	
جمع	__	۳۳۰	۱/۰۰	

همانطور که مشاهده می‌شود تنها ۲۵/۵ درصد پاسخگویان اعتقاد داشته‌اند که برنامه‌های آموزشی دانشگاه کارآفرینی را در آنها به میزان زیادی پرورش داده است و ۷۴/۵ درصدآنها عملکرد دانشگاه را در زمینهٔ پرورش کارآفرینی متوسط و ضعیف ارزیابی کرده‌اند. آزمون کای- اسکور(سطح معناداری Sig =0.00) نتایج جدول را تأیید می‌کند.

آزمون تفاوت میانگین ارزیابی عملکرد برنامه‌های آموزشی بر حسب دانشکده

نتایج نشان داد تفاوت معناداری در زمینهٔ پرورش روحیهٔ کارآفرینی بین دانشکده‌ها وجود نداشته است (P=0 /23)، به این معنی که ارزیابی دانشجویان دانشکده‌های مختلف از عملکرد دانشگاه در خصوص پرورش روحیهٔ کارآفرینی تفاوت معناداری با هم نداشته است.

آزمون تفاوت میانگین ارزیابی عملکرد برنامه‌های آموزشی بر حسب جنسیت

جدول۴. آزمون تفاوت میانگین عملکرد برنامه‌های آموزشی بر حسب جنسیت

متغیر	مقوله‌ها	میانگین عملکرد برنامه‌های آموزشی	T	Sig
جنسیت	زن مرد	۴۴/۱۷۸۸ ۴۱/۰۳۹۷	۲/۶۶۴	۰/۰۰۸

همانطور که در جدول ملاحظه می‌شود در ارزیابی عملکرد برنامه‌های آموزشی در زمینهٔ پرورش روحیهٔ کارآفرینی بین نظرات پاسخگویان مرد و پاسخگویان زن تفاوت معناداری (p=0/008) وجود داشته است، به‌طوری که میانگین ارزیابی مثبت پاسخگویان زن (۴۴/۱۷) و پاسخگویان مرد (۴۱/۰۳) بوده است.

بررسی همبستگی عملکرد برنامه‌های آموزشی با روحیهٔ کارآفرینی

ضریب همبستگی اسپیرمن (Spearman,s rho =0/21 , Sig =0/00) نشان می‌دهد که رابطهٔ مستقیم و معناداری بین روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان و دیدگاه مثبت آنها نسبت به عملکرد برنامه‌های آموزشی وجود دارد. به این معنا که هرچه روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان بالاتر بوده، ارزیابی که از عملکرد برنامه‌های آموزشی داشته‌اند، مثبت‌تر بوده است. به نظر می‌رسد از نتایج به‌دست آمده می‌توان چنین استنباط کرد که پاسخگویانی که از روحیهٔ کارآفرینی بالاتری برخوردار بوده‌اند کمتر انتظار دارند که دانشگاه زمینهٔ پرورش کارآفرینی را در آنان ایجاد کند یا بیشتر به دنبال منابع درونی برای کارآفرینی هستند تا شرایط بیرونی. بنابراین، عملکرد دانشگاه را در این زمینه مثبت‌تر ارزیابی کرده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان گفت ارزیابی عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه مازندران در پرورش روحیهٔ کارآفرینی ضعیف بوده است. همان‌طور که گفته شد، ۷۴/۵ درصد

دانشجویان عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه را متوسط و ضعیف ارزیابی کرده‌اند. آزمون کای- اسکور (Sig =0/00) این نتایج را تأیید نموده است. این یافته با نتایج تحقیقات عزیزی (۱۳۸۲)، بدری (۱۳۸۴) و شیرزادی (۱۳۸۵) همخوان بوده است.

بر اساس یافته‌ها ارزیابی عملکرد دانشجویان چهارده دانشکدهٔ مورد مطالعه در زمینهٔ پرورش روحیهٔ کارآفرینی، تفاوت معناداری با هم نداشته است. بر خلاف اینکه تصور می‌شود در دانشکده‌های فنی، مهندسی به دلیل اینکه واحدهای عملی بیشتری می‌گذرانند، ارزیابی عملکرد برنامه‌های آموزشی در تقویت روحیهٔ کارآفرینی بهتر از سایر دانشکده‌ها باشد، ولی نتایج آزمون تحلیل واریانس این فرضیه را تأیید نکرده است. نتایج تحقیقات عزیزی (۱۳۸۲) و بدری (۱۳۸۴) با این یافته منطبق است.

از نتایج قابل بحث این تحقیق اینکه بین دیدگاه دانشجویان زن و دانشجویان مرد نسبت به عملکرد برنامه‌های آموزشی تفاوت وجود داشته است. نتایج آزمون تی تست مستقل (t=2/66) با سطح معناداری (p=0 /00) نشان می‌دهد بین دیدگاه این دو گروه تفاوت معناداری دیده می‌شود، میانگین ارزیابی مثبت دانشجویان زن (۴۴/۱۷) و دانشجویان مرد (۴۱/۰۳) بوده است. شاید یکی از دلایل نارضایتی بیشتر دانشجویان مرد از عملکرد برنامه‌های آموزشی، احساس نیاز بیشتر دانشجویان مرد به شغل و آگاهی آنان از نقش نان‌آوری خود می‌باشد. در حالی که دانشجویان زن با نگرانی کمتری به وضعیت شغلی بعد از دوران فارغ‌التحصیلی نگاه می‌کنند.

از دیگر نتایج قابل توجه اینکه بین میزان روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان و قضاوت آنها نسبت به عملکرد برنامه‌های آموزشی رابطهٔ معناداری وجود داشته است. به صورتی که هرچه روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان بالاتر بوده، ارزیابی که از عملکرد برنامه‌های آموزشی داشته‌اند نیز مثبت‌تر بوده است. به‌نظر می‌رسد دانشجویانی که از روحیهٔ کارآفرینی بالاتری برخوردارند، از برنامه‌های آموزشی دانشگاه در تقویت روحیهٔ کار آفرینی انتظار کمتری دارند. اینکه دقیقاً چرا این‌گونه است، نیاز به ارائهٔ فرضیات و آزمون دقیق آن دارد.

همان‌طور که در مقدمه گفته شد، رشد روحیهٔ کارآفرینی فرایندی پرورشی است. مطالعات انجام‌شده مؤید این موضوع است. به عنوان مثال، راشید (۲۰۰۰) در مطالعه‌ای که در زمینهٔ نقش آموزش بر افزایش نگرش و خصوصیات کارآفرینانه انجام داد، به این نتیجه رسید که افراد گروه آزمایش که تحت آموزش‌های دوره‌های کارآفرینی قرار گرفتند، به نحو قابل ملاحظه‌ای نمرات بالاتری در انگیزهٔ پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت نسبت به گروه کنترل داشتند. همچنین هنسمارک طی تحقیقی به بررسی نقش آموزش در افزایش مرکز کنترل درونی افراد پرداخت. نتایج این تحقیق نیز نشان داد که برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی بر میزان کنترل درونی افراد تأثیر معنادار و مثبتی داشته است. یاکارنام (۲۰۰۵) در مطالعه‌ای که در دانشگاه کمبریج انجام داد، به بررسی آموزش کارآفرینی در این دانشگاه پرداخته است. دانشگاه کمبریج درس‌هایی را برای آموزش تجربی کارآفرینی فراهم می‌کند. در این دانشگاه دوره‌های تعاملی تشکیل‌شده تا نیازها و توانایی‌های دانشجویان را مورد مطالعه قرار دهند و دانشجویان از طریق تعامل با کارآفرینان آموزش‌دهنده و تمرکز بر روی رفتارشان مهارت‌های کارآفرینی را یاد بگیرند. تحقیق هزار

جریبی (۱۳۸۲) نیز نشان داد که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزش انگیزهٔ پیشرفت، ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی رابطهٔ معناداری وجود دارد.

بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت از نظر دانشجویان، برنامه‌های آموزشی دانشگاه در جهت پرورش ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان تدوین نشده است. این برنامه‌ها بیشتر مبتنی برتفکر همگرا و متکی بر محفوظات صرف و دروس نظری که بدون توجه به پرورش مهارت‌های کارآفرینی می‌باشند و موجب تقویت روحیهٔ مدرک‌گرایی و عدم رشد روحیهٔ پژوهشگری در دانش‌آموختگان می‌شوند. برنامه‌های آموزشی دانشگاه برای پرورش روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان باید با فراهم کردن اهداف چالش‌برانگیز برای دانشجو مسئولیت‌پذیری و سعی و تلاش او را برای رسیدن به هدف افزایش دهند، با توجه به اهمیت شاخص انگیزهٔ پیشرفت و مرکز کنترل درونی باید به تغییر شیوه‌های تدریس و روش‌های ارزشیابی پرداخت و به فعالیت دانشجو ارزش و بهای بیشتری داده شود، همچنین، راه‌اندازی و پشتیبانی هسته‌های کارآفرینی در دانشکده‌ها، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های ترویجی و توجیهی برای استادان و دانشجویان به‌طور منظم، معرفی چهره‌های موفق کارآفرینی در رشته‌های مختلف تحصیلی از مواردی است که می‌تواند ساختار فکری یک دانشکده و در نهایت یک دانشگاه را تغییر دهد. بهترین افرادی که می‌توانند نقش مهمی را در فعالیت‌های آموزشی و ترویجی کارآفرینی ایفا کنند اساتید هستند. لازم است اساتید در رشد و ایجاد ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان تلاش کنند.

برخی از پیشنهادات پژوهشی نیز در ادامه ارائه می‌شود:

- ✓ پژوهشی علی یا پس رویدادی در زمینهٔ بررسی پرورش روحیهٔ کارآفرینی با مقایسهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان با دانشجویان صورت گیرد.
- ✓ پژوهشی با موضوع مقایسهٔ دیدگاه دانشجویان زن و مرد نسبت به عملکرد برنامه‌های آموزشی در جهت پرورش روحیهٔ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن صورت گیرد.
- ✓ تحلیل محتوایی از کتاب‌های درسی در رشته‌های مختلف آموزش عالی از حیث توجه به موضوع کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی انجام شود.
- ✓ پژوهشی با موضوع میزان موانع و عوامل مؤثر بر پرورش روحیهٔ کارآفرینی از دیدگاه اساتید دانشگاه انجام شود.
- ✓ پژوهشی با موضوع موانع و مشکلاتی که دانشجویان کارآفرین با آنها روبه‌رو هستند انجام شود.

منابع

احمدپور داریانی، م (۱۳۸۱). آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد؟، نشریهٔ رهیافت شمارهٔ ۲۹ : ۲۵-۱۵.

احمدپور داریانی، م و مقیمی، م (۱۳۸۰) نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار، مجلهٔ تدبیر شمارهٔ ۱۱۳: ۲۷-۲۲.

احمدی، م (۱۳۸۵). نیاز سنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان دورهٔ کارشناسی رشتهٔ برق دانشکدهٔ فنی دانشگاه تهران، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران.

آراسته، ح.ر (۱۳۸۲). کارآفرینی و آموزش عالی، اصول و موانع، نشریهٔ رهیافت، شمارهٔ ۲۹ :۵-۱۳

بدری، الف (۱۳۸۴). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه اصفهان.

زالی، م.ر (۱۳۸۴). بررسی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان، پردیس دانشگاه مازندران.

سالازار، م (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر کارآفرینی، ترجمهٔ سیامک نطاق سازمان ملی بهره‌وری ایران چاپ اول.

ساروخانی، ب (۱۳۸۲). روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی چاپ هشتم.

شیرزادی اصفهانی، ه (۱۳۸۵). بررسی رابطهٔ جو سازمانی با روحیهٔ کارآفرینی در دانش‌آموزان، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه الزهرا.

صالحی، س و برادران، م (۱۳۸۴). راهکارهای به‌کارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد رودهن :۳۱۶-۲۹۷.

عزیزی، م (۱۳۸۲). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی.

کرباسی، ع؛ ولی خانی،م؛ شرافت، م و شریف‌زادگان، ح (۱۳۸۱). مروری بر ادبیات کارآفرینی، فصل‌نامهٔ صنایع، شمارهٔ ۳۳ : ۳۱-۲۷.

کرد نائیج، الف (۱۳۸۴). دانشگاه کارافرین، آموزش عالی و نقش آن در ایجاد اشتغال، فصل‌نامهٔ مدریت و توسعه، شمارهٔ ۲۶ : ۳۳-۱۷.

هزار جریبی،ج (۱۳۸۲). بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصهٔ نشریات فرهنگی- اجتماعی شهر تهران، رسالهٔ دکترای دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.

Postigo , S(2002) “Entrepreneurship Education in Argentina : the case of San Anders University. In Proceedings of the Conference Entitled the Internationalizing in Entrepreneurship Education and training ” “Malasya, July.p 8-10.

Rasheed , H.S.(2000). “Developing Entrepreneurial Potential in youth” the effect of Entrepreneurial Education and venture creation, Available at: WWW.coba.usf.edu / Deportments / Management / Facultyl / rasheed / Youth Entrepreneurship.

Shan. S .Locke ,E & Collin ,C.(2003) “Entrepreneurial motiation .Human resource management Review ” Vol,13 pp 257-279

Ussman , Anamaria (1998) “University and Entrepreneurship Development International ” Conference Budapest Hungary .JULY 13-15 .

ارزیابی مؤلفه‌های کارآفرینی فردی دانشجویان مراکز آموزش علمی‌کاربردی ساری، مورد مطالعه: مراکز زیر نظر ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای و جهاد کشاورزی

سید عبداله خاوری[1]
امید اسکندری[2]

چکیده

حیات اقتصادی جوامع امروزی با تحولات و تهدیدات گستردهٔ بین‌المللی روبه‌رو شده‌اند که بقای آنها را با خطر مواجه کرده است. بنابراین، آنان برای بقای خود می‌بایست راه‌حل‌ها و روش‌های جدیدی را تدوین نموده و به نوآوری و خلاقیت به پردازند. موتور حرکت چنین جوامعی کارآفرینی است. وجود مؤلفه‌های کارآفرینی در هر فرد می‌تواند آگاهی‌های لازم را برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان برای طرح‌ریزی و آینده‌نگری فراهم آورند. بنابراین، پژوهش حاضر، با هدف شناسایی و ارزیابی مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی فردی در بین دانشجویان مراکز آموزش علمی کاربردی ساری انجام گرفت. بدین‌منظور ابتدا مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی یعنی خلاقیت، نیاز به استقلال، قدرت ابهام، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، عزم و اراده از متون و مقالات کارآفرینی احصا شد. سپس به‌منظور سنجش این مؤلفه‌ها پرسش‌نامه‌ای تدوین شد و روائی و پایائی آن مشخص و به اجرا گذاشته شد. جامعهٔ آماری کلیهٔ دانشجویان مراکز آموزش علمی‌کاربردی شهرستان ساری شامل ۴۸۰ دانشجو بوده و نمونهٔ آماری به تعداد ۲۱۰ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شد. یافته‌های تحقیق که با استفاده از آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی (t) انجام گرفت، نشان داد که سطح کار آفرینی فردی در میان دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی خوب بوده، لیکن تا سطح مطلوب فاصله دارد.

واژگان کلیدی: ارزیابی مؤلفه‌ها، کارآفرینی، مرکز آموزش علمی‌کاربردی.

---

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران،
Email:aalaa_khavari@yahoo.com
۲. کارشناس آموزش، اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران، Email:oesknadari@yahoo.com

مقدمه

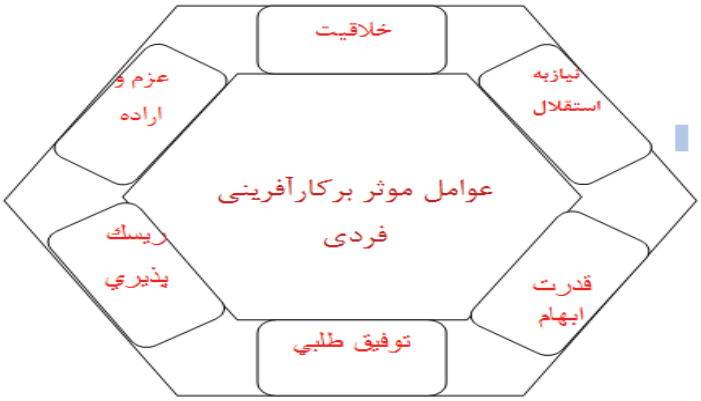
بی‌تردید وجود انسان‌های کارآفرین موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شود. به سخن دیگر، با توجه به افزایش سریع رقبای جدید و ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های سنتی، ضرورت کارآفرینی در سازمان احساس می‌شود. در این ارتباط، وظیفهٔ سازمان‌های پویا کشف و پرورش افراد خلاق و کارآفرین است. هر سازمان در راستای پرورش افراد خودجوش و نوآور نیاز به ساختار مناسب و افراد کارآفرین دارد. سازمانی که استعدادهای نهفته در خود را نتواند به‌کار گیرد، در اندک زمانی مغلوب سازمان‌های دیگر خواهد شد (مهدوی و عذاری، ۱۳۸۵). اساسا واژهٔ کارآفرین از کلمهٔ (Entrepreneur) به معنای" متعهد شدن" مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبان ها راه یافته است. انگلیسی‌ها سه اصطلاح با نام‌های ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد این واژه به‌کار می‌بردند. از نظر آنها، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند (احمد پور،۱۳۷۶). در واقع، کارآفرین کسی است که نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری می‌تواند در ارائهٔ یک محصول جدید، ارائهٔ یک خدمت جدید، در طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد. لوبر، به نقل از خسروی (۱۳۸۱)، به سه دسته از عوامل که باعث توسعهٔ کارآفرینی سازمانی می‌شوند، اشاره دارد که عبارت از، عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی. تئوری های شخصیت به اتفاق بیانگر آن هستند که شخصیت افراد، رفتار آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند (فاندر،۱۹۹۴). متأثر از این دیدگاه، می‌توان انتظار داشت که شخصیت یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر پیشبرد کارآفرینی باشد و می‌توان کارآفرینی را از زاویهٔ تفاوت ها و ویژگی های شخصیتی افراد بررسی و تحلیل کرد. بنابراین، گرایش و دانش کارآفرینی دانشجویان، احتمالاً تمایل آنها به راه‌اندازی کسب و کارشان را در آینده شکل می‌دهد. بی‌شک، این نوع مطالعهٔ دانشگاه‌ها به ویژه مراکز آموزشی علمی‌کاربردی را به‌عنوان بستری برای افزایش کارآفرینی را برای توسعهٔ برنامه‌های آموزشی پایدار جهت ترویج کارآفرینی کمک خواهد کرد. در این تحقیق به‌منظور تدوین چهار چوب مفهومی تحقیق، هر یک از ابعاد۶ مدل عاملی تشریح شده و تدوین چار چوب مربوط به آن با توجه به منطق روابط صورت خواهد گرفت. کانون کنترل این است که شخص چگونه منبع نتایج مثبت یا منفی را به خود یا دیگران نسبت می‌دهد (محمدهادی،۱۳۷۹). کانون کنترل به سه قسمت کنترل درونی، بدین معنی که شخص رویداد خاصی را ناشی از رفتار یا ویژگی‌های نسبتاً پایدار خود می‌داند (اتیکنسون و همکاران،۱۳۶۹). به عبارت دیگر، کانون کنترل درونی به این معناست که تقویت و تنبیه‌های شخصی حامل تلاش ورای کنترل او است (لیبرت و اسپیلبگر،۱۳۷۵). کنترل بیرونی به این معنی که شخص نوعی تقویت مثبت یا منفی را که به دنبال رفتار خاصی آمده، معلول رفتار خود ندانسته، بلکه آن را نتیجهٔ تصادف و اتفاق و شانس تلقی می‌کند یا آن را به نفوذ افراد قدرتمند نسبت می‌دهد و با پیش کشیدن عامل محیطی، امکان پیش‌بینی آن را نفی می‌کند (اتیکنسون و همکاران،۱۳۶۹). کانون کنترل درونی با واقع بینی، شناخت و منطقی بودن همراه است، در حالی که کانون کنترل بیرونی احساساتی بودن، عدم شناخت و غیر منطقی بودن در برابر حوادث یا علل

رفتارها را به همراه دارد (کریمی،۱۳۷۰). افراد دارای منبع درونی کنترل معتقدند که روند مثبت زندگی در نتیجهٔ نقشه‌ریزی دقیق و کوشش پی‌گیر خود آنها به‌دست می‌آید. در صورتی که افراد دارای منبع کنترل بیرونی بین رفتار خود و رویدادها چگونگی رابطهٔ علت و معلولی را نمی‌بینند و برای کوشش های خود ارزش قایل نمی‌شوند. آنها به کنترل زندگی خود به دست خویش در حال و آینده چندان ایمانی ندارند. در مجموع، کسانی که معتقد به منبع درونی کنترل هستند بر این باورند که کنترل زندگی خود را شخصاً در دست دارند و برای مهارت ها و توانایی های خود ارزش قائل می‌شوند (بال، ۱۳۷۳). هنگامی‌که فرد از بعد کنترل درونی و از بعد کنترل بیرونی وضعیت متوسط داشته باشد، داری این نوع کانون کنترل است (اتیکنسون و همکاران، ۱۳۶۹). خلاقیت صاحب‌نظران روان‌شناسی و مدیریت، هر کدام به نحوی در مورد اندیشیدن خلاق سخن گفته اند. توجیه روانکاوان از اندیشیدن آفریننده، متکی بر جنبه های ناهشیار اندیشیدن است. شومپیتر معتقد است که خلاقیت، روحی است که در کارآفرینی دمیده می‌شود، به گفتهٔ پیتر دراکر وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا کرد کارآفرینی بدون نوآوری وجود ندارد. (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۵،ص۶۴). شاید اگر بخواهیم برای کارآفرینی فقط یک مشخصه در نظر بگیریم، بهترین آنها، خلاقیت و نوآوری است که از آن به عنوان قلب این فرآیند نام برده می‌شود (پرداختچی و شفیع زاده،۱۳۸۵،ص۶۷). قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامهٔ حیات با دانش ناقص دربارهٔ محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر. به‌نظر می‌رسد که کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکت ها قدرت تحمل ابهام را داشته باشند، کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی کنند، قادرند به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیر شفاف روبه‌رو شوند و ضمن رفع ابهامات، آنها را به نفع خود تغییر دهند. در واقع، ابهام سبب انگیزش آنها می‌شود (احمدپور، ۱۳۷۸). کورتاکو وهاجتس به نقل از آقائی (۱۳۸۸) در زمینهٔ تحمل ابهام اعتقاد دارند، کارآفرینان در شروع کار با عدم قطعیت و تغییرات مداوم رو به رو هستند که منجر به ابهام و استرس در تمام جنبه‌های کارآفرینی می‌شود. کارآفرینان موفق عاشق هیجان‌هایی مانند ابهام هستند، امنیت شغلی و امثال آن برای آنها مهم نیست. فرای به نقل از احمد پور (۱۳۷۸)، معتقد است که تحمل ابهام، پذیرش عدم قطعیت به‌عنوان یک هنجار در زندگی است. یعنی توانایی زندگی با حداقل دانش در مورد محیط. در واقع، کار کارآفرینان شروع یک کسب و کار بدون اطمینان لازم در مورد موفقیت یا عدم موفقیت، عکس‌العمل رقبا، یا منابع مورد نیاز است. حتی بعضی از کارآفرینان تمایل دارند موقعیت‌های عدم قطعیت را با دانش جزئی تجربه کنند. کارآفرینان از مدیران بنگاه‌های بزرگ بیشتر تحمل ابهام دارند. در مقابل، مدیران به محیط ساختار یافته با اطلاعات کافی از محیط تمایل دارند. کارآفرینان نیازی به قطعیت ندارند، زیرا آموخته‌اند که موقعیت محیط مطمئن حاوی تمام جواب لازم نیست. تحمل ابهام امری مفید و ضروری برای کارآفرینان است. وریسون (۱۹۹۸) در رابطه با تحمل ابهام می‌گوید: یکی از ویژگی‌های محیط کارآفرینی ابهام، عدم ثبات و فقدان دانش پایه ای کافی است. برای بسیاری از افراد غیرکارآفرین چنین محیطی غیر قابل پذیرش است.

بودنر (۱۹۶۲) تحمل ابهام را به صورت تمایل به پذیرش موقعیت های مبهم به‌عنوان منبع تهدید معرفی می‌کند. افرادی که از نظر تحمل ابهام در سطح پایینی قرار دارند، از موقعیت‌های سازمان نیافته و نامطمئن سخت دوری می‌کنند. ریسک‌پذیری خطرپذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند. خطر کردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتمالی آن نیز بی‌اطلاع باشد. نیاز به موفقیت یا توفیق طلبی، انگیزۀ موفقیت به‌عنوان تمایل فرد به کسب هدف براساس مجموعه ای از استانداردها است. توفیق‌طلبی، بیانگر گرایش همه‌جانبه به ارزیابی عملکرد خود با توجه به عالی‌ترین معیارها، تلاش برای موفقیت در عملکرد و برخورداری از لذتی که با موفقیت در عملکرد همراه است (ماسن، ۱۳۷۰). مهم‌ترین تعاریفی که از نیاز توفیق‌طلبی شده است عبارتند از انگیزه‌ای که شخص را به فعالیت و انجام دادن کامل یک کار وادار می‌کند و او بدین وسیله می‌خواهد در دیگران اثر بگذارد (شعاری نژاد،۱۳۶۴). نیاز به استقلال در کارآفرینان از نظر مک کران و فلانیگان به نقل از سعیدی کیا (۱۳۸۲)، استقلال نیروی برانگیزاننده که فرد با این ویژگی احساس می‌کند که بر سرنوشت خود کنترل دارد، کاری را برای خود انجام می‌دهد و آقای خودش است. استقلال طلبی (یا به عبارت دیگر، بی‌علاقگی به کار کردن برای دیگران) همانند نیرویی است که باعث می‌شود که کارآفرین تمام مخاطره‌ها و ساعت‌های طولانی کار خسته را برای ایجاد فعالیت کار آفرینانۀ نوپا به جان بخرد. نیاز به استقلال‌طلبی همانند نیاز به موفقیت از ویژگی‌های افراد کارآفرین تلقی می‌شود، نیاز به استقلال‌طلبی به عنوان تمایل به مستقل بودن و خودهدایتی تعریف می‌شود، نیاز به استقلال‌طلبی به عنوان یک انگیزۀ اساسی برای دانشجویانی که ممکن است علاقمند به کار کردن در شرکت‌های کوچکتر باشند، پیشنهاد می‌شود. نیاز به استقلال‌طلبی عنصر محوری مورد علاقۀ کارآفرین می‌باشد. نیاز به استقلال ویژگی هایی است که به‌عنوان یک نیروی انگیزشی مهم برای کارآفرینان بر آن تأکیده شده است. در واقع، نیاز به استقلال را نمی‌توان با عباراتی نظیر «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش»، «کاری را برای خود انجام دادن» و«رئیس خود بودن» تعریف کرد. در واقع، نیاز به استقلال، عاملی است که سبب می‌شود تا کار آفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. البته داشتن استقلال، یک زندگی راحت را تضمین نمی‌نماید. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند، علی‌رغم محدودیت های اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند، کارها را به شیوۀ خود انجام می‌هند، طبق برنامۀ خود عمل می‌نمایند و سودی که خود ایجاد نموده اند را برداشت می‌کنند و آنچه حاصل می‌شود، رضایت آن‌هاست. عزم و اراده، کارآفرینان کسانی هستند که به قضا و قدر اعتقاد چندانی ندارند و بر زندگیشان کنترل دارند. به‌طور معمول باور فرد نسبت به اینکه وی به رویدادهای بیرونی کنترل دارد و یا اینکه وقایع بر، وی تسلط دارد را کانون کنترل می‌گویند. آنها براین باورند که حوادث بیرونی، خارج از کنترل آنها نیست و خود بر سرنوشتشان حاکم هستند (Hansmark 1998).برای مطالعۀ کارآفرینی پژوهشگران، رویکردهای متفاوتی به‌کار برده اند. در اوایل دهۀ ۱۹۵۰پژوهشگران به بررسی عوامل شخصیتی که احتمالاً منجر به کا آفرین شدن افراد می‌شدند، اقدام کردند. برای مثال، مک

کله لند(۱۹۶۱) دریافت که کارآفرینان بر عکس عامهٔ مردم، نیاز شدیدی بـه موفقیـت دارنـد. برای پژوهشگران کارآفرینی، استدلال مک کلهلند دربارهٔ انگیـزه موفقیـت، بـه منزلـهٔ تـاریخ دکترین کارآفرینی است. وی نشان داد که بین داشتن جوامع متشـکل افـراد توفیـق‌طلـب و توسعهٔ اقتصادی، رابطه وجود دارد. افراد توفیق‌طلب، کسانی هستند که تمایل دائمی به بهبود عملکردشان دارند، راه‌های کوتاه‌تری برای ادارهٔ شرکت می‌یابند و شیوه های سریع‌تـری بـرای انجام امور پیدا می‌کنند. آنها دوسـت دارنـد از طریـق تـلاش‌هـای فـردی‌شـان برنـده شـوند. همچنین، تیمـونز، بـا تجربـه و تحلیـل بـیش از ۵۰ مطالعـه ویژگـی‌هـای ششـگانه‌ای بـرای کارآفرینان شناسایی کرد .تعهد و تعیین‌گرایی، رهبری فرصت‌گرایی، تحمـل ریسـک و ابهـام، لیاقت، خوداتکایی و توانایی انطباق‌پذیری، و انگیزهٔ بالا. شرمومون (۲۰۰۵) کایریـای (۲۰۰۳)، هیسریچ و همکارانش (۲۰۰۵)، دیکنز و فویل (۲۰۰۲) نیاز توفیق‌طلبی و وجود کانون کنترل درونی را جزء لاینفک کـارآفرینی متصـور شـده‌انـد (زالـی و دیگـران،۱۳۸۶). بـونز (۲۰۰۱) ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینی دانش‌آموختگان دانشگاهی در مرحلهٔ راه‌اندازی و توسعهٔ کسـب و کار مورد توجه قرار داده است و بر اسـاس اولویـت بـه صـورت بلنـدپـروازی (اولویـت‌اول)، خلاقیت (اولویت دوم)، استقلال‌طلبی (اولویـت سـوم)، رهبـری (اولویـت چهـارم) و بردبـاری (اولویت پنجم) مـی‌دانـد. جهـانگیری و کلانتـری (۱۳۸۷) در مطالعـه‌ای مـوردی در شـرکت مخابرات ایران، به بررسی و سنجش ویژگی‌های کارآفرینی مدیران پرداخته و با توجه به تنوع ویژگی‌ها ۱۵ مشخصه از قبیل انعطاف‌پذیری،پشتکار، فرصت‌طلبی، قاطعیت، اعتماد به نفـس، ریسک‌پذیری، درون‌گرایی و... را جزء جدایی‌ناپذیر شخصیت مدیران کارآفرین معرفی نمودند. در این تحقیق که ۸۲ نفر از مدیران شرکت مخابرات‌ایـران، پرسـش‌نامـه را پاسـخ گفتـه‌انـد، مشخص شده که هیچ ارتباطی بین کارآفرین بـودن مـدیران و سـابقهٔ کار،جنسـیت و پسـت سازمانی آنها وجود نداشته است (جهانگیری و کلانتری،۱۳۸۷). در تحقیقی دیگر کـه توسـط ذبیحی و عرفانیان خان‌زاده با عنوان کارآفرینی دانشـجویان راهـی بـه سـوی بهبـود سـرمایهٔ فکری در دانشگاه‌ها در سال ۱۳۸۸ صـورت گرفتـه اسـت، مشـخص شـده کـه ویژگـی‌هـای شخصیتی کانون کنترل درونی و ریسک‌پذیری دانشـجویان بـر کـارآفرینی دانشـجویان مـؤثر است. در این تحقیق از روش آنالیز واریانس جهت آزمون فرضـیات تحقیـق اسـتفاده شـده و جامعهٔ آماری آنان دانشجویان خوداشتغال دانشگاه بوده و خصوصیات شخصیتی عزت نفس و توانـایی سـازگاری بـا موقعیـت در آزمـون فـرض محققـین رد شـده اسـت. محققـین در آسیب‌شناسی پایین بودن نرخ کارآفرینی مسائل فرهنگی را مورد توجه قرار داده‌اند (Zabihi Erfanian Khanzadeh, & 2010). شاه‌حسینی و میرآخوری (۱۳۸۸)، در تحقیقی نشـان داند که در دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشتهٔ مدیریت فرهنگی واحد علوم تحقیـات تهـران خوب ارزیابی شده است. اما بین مؤلفه های خطرپذیری، نیاز به توفیق و سن ارتباط معکوسی وجود دارد. در عین حال بین مؤلفه‌های برخورداری از مرکـز کنتـرل درونـی، تحمـل ابهـام و توان مذاکره و سن ارتباط مستقیم وجود داشته و بین مؤلفه‌های گرایش بـه خلاقیـت و سـن ارتباطی معنا وجود ندارد. همچنین، لیتونن (۲۰۰۰) در تحقیقی نشان داد که کارآفرین بودن اتفـاقی نیسـت و ویژگـی‌هـای شخصـیتی در کـارآفرینی مـؤثر اسـت. وی دو متغیـر انگیـزهٔ توفیق‌طلبی و تأکید بر کنترل را مورد آزمون قرار داد. به عقیدهٔ وی ریسک‌پـذیری، نـوآوری،

دانش در زمینهٔ کاری و بازاریابی، توانایی شکار فرصت‌ها و نگرش مثبت نسبت به کسب و کار مشخصات یک کار آفرین است (جهانگیری و کلانتری ثقفی،۱۳۸۷). نتـایج تحقیـق بـدری و دیگران (۱۳۸۵) نشان داد که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصـفهان، در زمینـهٔ استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزهٔ پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بود، اما نمـرات ریسک‌پذیری از متوسط نمرهٔ معیار پایین‌تر بود. همچنین، آموزش‌های دانشگاهی در پـرورش ویژگی های کارآفرینی در دانشجویان مـؤثر نبـوده اسـت. معمـارزاده و خـوانزاده (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان واکاوی رابطهٔ ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان و کارآفرینی مشـخص کـرد که بین رابطهٔ ویژگی‌های شخصیتی نوع A و کانون کنترل درونی رابطهٔ معناداری وجود دارد. همچنین، داشتن شخصیت ماکیاولی دانشجویان و کارآفرینی رابطهٔ معنی‌دار وجود ندارد.



شکل ۱،چهارچوب مفهومی تحقیق

روش‌شناسی

تحقیق حاضر از جهت هدف، کاربردی و از جهت نحـوهٔ گـردآوری داده هـا از نـوع تحقیقـات توصیفی و در زمرهٔ مطالعات میدانی به‌شمار می‌آید، در این تحقیق ابعاد شخصـیت بـه‌عنـوان متغیر مستقل و کارآفرینی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفتـه شـده اسـت. جامعـهٔ آمـاری تحقیق شامل دانشجویان مراکز آموزش علمی‌کاربردی شرفدار کلا، هتلداری، جهاد کشاورزی به عنوان نماینـده‌ای از گـروه‌هـای بخـش صـنعت (رشـته‌هـای بـرق، جوشـکاری) خـدمات (جهانگردی، هتلداری و آشپزی) و کشاورزی (تکنولوژی تولید برنج، امـور دام، طیـور، منـابع طبیعی، مدیریت کسب و کار) می‌باشد به تعداد می‌باشد. نمونه‌گیری به روش تصـادفی سـاده صورت گرفته است. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه می‌گردد:

$$n=(N\times t2\times p\times q)\div(N\times d2+ t2\times p\times q)(1)$$

در فرمول فوق معمولاً؛ حداکثر اشتباه مجـاز (d) معـادل ۰/۰۵، ضـریب اطمینـان ۰/۹۵، t =۱/۹۶ و مقادیر p و q نیز هرکدام معادل ۰/۵ و حجم جامعه =N در نظر گرفتـه مـی شـود. مقدار P برابر با ۰/۵ در نظر گرفته می‌شود. زیرا اگر P = ۰/۵ باشد، n حـداکثر مقـدار ممکـن

خود را پیدا می‌کند و این امر سبب می‌شود که نمونه بـه حـد کـافی بـزرگ باشـد (سـرمد و همکاران، ۱۳۸۸). بر اساس این فرمول حجم نمونهٔ آماری ۲۱۰ نفر می‌باشد. ابـزار جمـع‌آوری اطلاعات به صورت پرسش‌نامه بوده، به‌این منظور به کمک نرم‌افزار spss نسخه ۱۹ گویه‌های مورد نظر شخصیت مورد سنجش و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این تحقیق برای طراحی و سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان شامل ابعاد خلاقیت، قدرت تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، نیاز بـه اسـتقلال در کارآفرینـان، و عـزم و اراده پـس از مطالعـهٔ مؤلفه‌های مترتب بر هر کدام از ابعاد، پرسش‌نامه‌ای طراحی شد. روایی پرسش‌نامه به صـورت تعیین روایی محتوایی آن مشخص و پایائی آن با توجه به اسـتفاده از طیـف لیکـرت از روش همبستگی درونی کرونباخ ۷۴/. مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها

تا چه میزان، دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی دارای ویژگی توفیق طلبی هستند؟

جدول ۱. نتایج آزمون توصیفی و استنباطی برای سؤال اول تحقیق

سؤال اول	انحراف معیار	سطح معنی‌داری	میزان t	df	میانگین	خطای انحراف میانگین
رشته‌های مربوط به بخش کشاورزی	۲/۴۴	۰/۰۰۰	۱۲/۵۵	۶۲	۱۵/۹۰	۰/۳۱
رشته‌های مربوط به بخش صنعت	۱/۸۹	۰/۰۰۰	۱۲/۴۷	۴۳	۱۵/۵۶	۰/۲۸
رشته‌های مربوط به بخش خدمات	۲/۷۹	۰/۰۰۰	۱۱/۴۱	۱۰۱	۱۵/۱۵	۰/۲۷
مجموع	۲/۵۳	۰/۰۰۰	۱۹/۷۲	۲۰۷	۱۵/۴۶	۰/۱۷

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار t محاسبه‌شده به میزان (۱۹/۷۲) بـا درجـهٔ آزادی (۲۰۷). سطح معنی دار (۰/۰۰۰) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر است، فـرض صـفر رد مـی‌شـود. بنابراین، با اطمینان ۹۵درصد می‌توان قضاوت کرد مولفـهٔ توفیـق‌طلبـی در بـین دانشـجویان رشته‌های صنعت، کشاورزی و خدمات در سطح قابل قبولی است.

تا چه میزان دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی دارای ویژگی استقلال‌طلبی هستند؟

جدول ۲. نتایج آزمون توصیفی و استنباطی برای سؤال دوم تحقیق

سؤال دوم	انحراف معیار	سطح معنی‌داری	میزان t	df	میانگین	خطای انحراف میانگین
رشته‌های مربوط به بخش کشاورزی	۲/۴۰	۰/۰۰۰	۹/۰۲	۶۲	۱۴/۷۵	۰/۳۰
رشته‌های مربوط به بخش صنعت	۲/۱۲	۰/۰۰۰	۹/۴۱	۴۳	۱۵/۰۲	۰/۳۲
رشته‌های مربوط به بخش خدمات	۲/۱۷	۰/۰۰۰	۶/۰۸	۱۰۱	۱۳/۳۱	۰/۲۱
مجموع	۲/۳۶	۰/۰۰۰	۱۲/۸۳	۲۰۷	۱۴/۱۰	۰/۱۶

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار t محاسبه‌شده به میـزان (۱۲/۳۸) بـا درجـهٔ آزادی (۲۰۷). سطح معنی‌دار (۰/۰۰۰) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر اسـت، فـرض صـفر رد مـی‌شـود. بنابراین، با اطمینان ۹۵درصد می‌توان قضاوت کرد مولفهٔ استقلال‌طلبی در بـین دانشـجویان رشته‌های صنعت،کشاورزی و خدمات در سطح قابل قبولی است.

تا چه میزان دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی دارای ویژگی خلاقیت هستند؟

جدول ۳ . نتایج آزمون توصیفی و استنباطی برای سؤال سوم تحقیق

سؤال سوم	انحراف معیار	سطح معنی‌داری	میزان t	df	میانگین	خطای انحراف میانگین
رشته‌های مربوط به بخش کشاورزی	۲/۱۴	۰/۰۰۰	۱۳/۷۷	۶۱	۱۵/۷۵	۰/۲۷
رشته‌های مربوط به بخش صنعت	۲/۱۳	۰/۰۰۰	۱۰/۲۶	۴۳	۱۵/۲۹	۰/۳۲
رشته‌های مربوط به بخش خدمات	۲/۵۹	۰/۰۰۰	۱۴/۳۰	۱۰۱	۱۵/۶۷	۰/۲۵
مجموع	۲/۳۷	۰/۰۰۰	۲۲/۰۲	۲۰۷	۱۵/۶۲	۰/۱۶

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار t محاسبه‌شده به میـزان (۲۲/۰۲) بـا درجـهٔ آزادی (۲۰۷). سطح معنی‌دار (۰/۰۰۰) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر اسـت، فـرض صـفر رد مـی‌شـود. بنابراین، با اطمینان ۹۵درصد می‌توان قضاوت کرد مولفـهٔ خطـرپـذیری در بـین دانشـجویان رشته‌های صنعت،کشاورزی و خدمات در سطح قابل قبولی است

تا چه میزان دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی دارای ویژگی تمایل به تحمل ابهام هستند؟

جدول ۴ . نتایج آزمون توصیفی و استنباطی برای سؤال چهارم تحقیق

سؤال چهارم	انحراف‌معیار	سطح معنی‌داری	میزان t	Df	میانگین	خطای انحراف میانگین
رشته‌های مربوط به بخش کشاورزی	۲/۴۹	۰/۰۰۰	۸/۳۹	۶۱	۱۴/۶۶	۰/۳۱
رشته‌های مربوط به بخش صنعت	۳/۲۸	۰/۰۰۰	۶/۹۶	۴۳	۱۵/۴۵	۰/۴۹
رشته‌های مربوط به بخش خدمات	۳/۰۳	۰/۰۰۰	۶/۳۶	۱۰۱	۱۳/۹۱	۰/۳۰
مجموع	۲/۹۹	۰/۰۰۰	۱۱/۸۷	۲۰۷	۱۴/۴۶	۰/۲۰

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار t محاسبه‌شده به میزان (۱۱/۸۷) بـا درجـهٔ آزادی (۲۰۷). سطح معنی‌دار (۰/۰۰۰) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر اسـت، فـرض صـفر رد مـی‌شـود.

بنابراین، با اطمینان ۹۵درصد می‌توان فضاوت کرد مولفهٔ خطرپذیری در بین دانشجویان رشته‌های صنعت،کشاورزی و خدمات در سطح قابل قبولی است.

تا چه میزان دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی دارای ویژگی عزم و اراده هستند؟

جدول ۵. نتایج آزمون توصیفی و استنباطی برای سؤال پنجم تحقیق

سؤال پنجم	انحراف معیار	سطح معنی‌داری	میزان t	df	میانگین	خطای انحراف میانگین
رشته‌های مربوط به بخش کشاورزی	۲/۰۲	۰/۰۰۰	۱۴/۷۳	۶۱	۱۵/۷۹	۰/۲۵
رشته‌های مربوط به بخش صنعت	۲/۱۳	۰/۰۰۰	۱۰/۱۴	۴۳	۱۵/۲۷	۰/۳۲
رشته‌های مربوط به بخش خدمات	۲/۹۳	۰/۰۰۰	۸/۷۸	۱۰۱	۱۴/۵۴	۰/۲۹
مجموع	۲/۵۷	۰/۰۰۰	۱۷/۱۸	۲۰۷	۱۵/۰۷	۰/۱۷

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار t محاسبه‌شده به میزان (۱۷/۱۸) با درجهٔ آزادی (۲۰۷). سطح معنی‌دار (۰/۰۰۰) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر است، فرض صفر رد می‌شود. بنابراین، با اطمینان ۹۵درصد می‌توان فضاوت کرد مولفهٔ عزم و اراده در بین دانشجویان رشته‌های صنعت،کشاورزی و خدمات در سطح قابل قبولی است.

تا چه میزان دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی دارای ویژگی ریسک‌پذیری هستند؟

جدول ۶. نتایج آزمون توصیفی و استنباطی برای سؤال ششم تحقیق

سؤال ششم	انحراف معیار	سطح معنی‌داری	میزان t	df	میانگین	خطای انحراف میانگین
رشته‌های مربوط به بخش کشاورزی	۲/۱۶	۰/۰۰۰	۱۳/۴۷	۶۱	۱۵/۷۰	۰/۲۷
رشته‌های مربوط به بخش صنعت	۰/۳۳	۰/۰۰۰	۱۱/۴۵	۴۳	۱۵/۸۶	۰/۳۳
رشته‌های مربوط به بخش خدمات	۲/۷۴	۰/۰۰۰	۱۱/۳۰	۱۰۱	۱۵/۰۷	۰/۲۷
مجموع	۲/۴۹	۰/۰۰۰	۱۹/۸۲	۲۰۷	۱۵/۴۳	۰/۱۷

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار t محاسبه‌شده به میزان (۱۹/۲۸) با درجهٔ آزادی (۲۰۷). سطح معنی‌دار (۰/۰۰۰) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر است ،فرض صفر رد می‌شود. بنابراین، با اطمینان ۹۵درصد می‌توان فضاوت کرد مولفهٔ ریسک‌پذیری در بین دانشجویان رشته‌های صنعت،کشاورزی و خدمات در سطح قابل قبولی است.

بحث و نتیجه گیری

رویکرد ویژگی های شخصیتی از جمله تفکرات غالب در مکاتب کارآفرینی است. ویژگی های شخصیتی، ساختارهای برای تشریح مشخصات رفتاری افراد کارآفرین می‌باشد. بنابراین، هدف اصلی مطالعهٔ حاضر بررسی سطح کارآفرینی فردی دانشجویان مراکز علمی‌کاربردی بود که برای دستیابی به این هدف ۶ ویژگی مرتبط با کارآفرینی در دانشجویان شناسایی شده و تأثیر مجموع آنها و هر یک از رشته ها به تفکیک بر کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. جمع‌بندی یافته های پژوهشی نشان داد که مؤلفه های خلاقیت، استقلال، تحمل ابهام، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری و عزم و ارادهٔ دانشجویان در سطح قابل قبولی بوده است که با نظرات وانگ ونگ (۲۰۰۲)، و شرموهن (۲۰۰۳) شاه حسینی و میر آخوری همپوشانی (۱۳۸۸) و جهانگیری و کلانتری (۱۳۸۷) داشته است. همچنین، این پژوهش با یافته‌های تیمونز و دوهامین (۱۹۹۴ & ۲۰۰۰) که نشان داد ۹۰ درصد دانشجویان کالج کسب و کار در آمریکا دارای ویژگی ریسک‌پذیری هستند، توافق دارد. همچنین، یافته های پژوهش نشان داد که میانگین نمرات مربوط به ویژگی‌های توفیق‌طلبی، خلاقیت، و عزم و اراده در دانشجویان بخش کشاورزی و میانگین نمرات مربوط به ویژگی‌های استقلال‌طلبی و تحمل ابهام در دانشجویان بخش صنعت بیشتر می‌باشد. یافته های تحقیق نشان می‌دهد که دو مؤلفهٔ استقلال‌طلبی و تحمل ابهام با متوسط میانگین ۱۴/۱ و ۱۴/۶ کمتر از میانگین مورد قبول ۱۵ می‌باشد. بهبود این ویژگی، نیازمند تغییراتی در برخی از رفتارهای دانشجویان است که از ایجاد وابستگی به کمک دیگران در انجام کارها و همینطور دنبال کردن دستورات کاری ابلاغی می‌کاهد. ضروری است برای رفع این مشکل در دانشگاه در جهت رسیدن به سطح مورد هدف راهکارهای عملی به‌کار گرفته شود. برخی از این راهکارها می‌تواند به‌صورت زیر تبیین گردد.

- تغییر نگرش افراد در سطوح مدیریتی در دانشگاه نسبت به تغییر و تحولات مثبت سازمانی.
- تقویت منابع مالی برای برای افزایش روحیهٔ نوآوری (تشویق ایده‌های خلاق و نوآور).
- تقویت روحیهٔ جسارت و ریسک‌پذیری.
- لحاظ نمودن ویژگی‌های کارآفرینی در فرم ارزشیابی دانشجویان و تخفیف شهریه.
- ایجاد ستاد کارآفرینی در واحدهای استانی.
- حمایت مدیران و معاونین واحدهای دانشگاهی از کارهای تیمی و مشارکتی.

منابع

اتکینسون و همکاران، ۱۳۶۹. زمینهٔ روان‌شناسی. (جلد اول). ترجمهٔ براهنی و همکاران. تهران: انتشارات رشد.

احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۳). کارآفرینی؛ نظریات و الگوها، چاپ پنجم، انتشارات پردیس ۵۷.

بدری احسان، لیاقت‌دار محمدجواد، عابدی محمدرضا، جعفری ابراهیم. (۱۳۸۵) بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصل‌نامهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی در

آموزش عالی. شمارهٔ ۱۲ صفحات، ۷۳-۹۰ شعاری نژاد، علی اکبر. (۱۳۶۴). فرهنگ علوم رفتاری. تهران: انتشارات امیرکبیر.
جهانگیری، ع، کلانتری ثقفی، ر (۱۳۸۷)، بررسی سنجش ویژگی‌های کارآفرینی مدیران، فصل‌نامهٔ علمی-پژوهشی توسعهٔ کارآفرینی،۱۳۸۷، سال اول، شمارهٔ اول، صص۸۷-۱۱.
زالی، محمد رضا. مدهوشی مهرداد، کردنائیج، اسدالله. (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه های کارآفرینی دانشجویان. مورد مطالعه: دانشگاه مازندران. فصل‌نامهٔ مدرس علوم انسانی. صص ۸۲ -۹۰ .
سعیدی کیا، مهدی؛ آشنایی با کارآفرینی، تهران: نشر سپاس، ۱۳۸۲.
شاه حسینی، علی (۱۳۸۳) کارآفرینی. تهران: انتشارات ایزج.
کردناییج، اسدالله، شناسایی و تدوین تجربیات یکصد کار آفرین ایرانی، پروژهٔ تحقیقاتی، مرکز کارآفرینی دانشگاه امیر کبیر، تهران،۱۳۸۰.
کریمی، یوسف، ۱۳۷۰، روان‌شناسی شخصیت. تهران: دانشگاه پیام‌نور.
لیبرت، رابرت و اسپیلبگر، میشل، ۱۳۷۵. شخصیت از دیدگاه رفتاری. ترجمهٔ حسن صبوری مقدم، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
ماسن، هنری پاول. (۱۳۷۰). رشد و شخصیت کودک. ترجمهٔ: مهشید یاسایی، تهران: نشر مرکز.
محمدهادی، فریبرز، ۱۳۷۹. بررسی رابطهٔ کانون کنترل مدیران با گرایش آنان به عدم تمرکز در تصمیم‌گیری در سازمان‌های آموزش. پایان‌نامهٔ تحصیلی کارشناسی‌ارشد دانشگاه تهران.
معمارزاده طهران، غلامرضا و عرفانیان خو زاده حمید (۱۳۸۹). و اکاوی رابطهٔ ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان و کارآفرینی (مطالعهٔ چند موردی). همایش کارآفرینی ایران ۱۴۰۴.

Burns Paul. Entrepreneurship and small Business.New York: Palgrave,2001.
Burns، Paul(2001). Entrepreneurship and Small Business. England: Palgrav
Duhaime Irene and Hitt Michael.(2000).State of Doctoral Education in Entrpreneurship. http://robinson.gsu.edu/rec/papers/paper3.doc, 2000..
Funder D.C(1994).; Explaining traits; Psychol. Inq. Vol.5, No. 2, 1994.
Hansmark Ove C.(1998)The effect of an Entrepreneurship programe on Need for Achievement and Locus of Control of Reinforcement.International
Journal of Entrpreneurship Behaiver and Research.Vol. 4 , Issue 1 ,p. 28-50.
Khosravi, M.(2002). Analogy between Personality and IT Job. Journal of IT, No 3-4, pp 1-5. [Persian]
Mahdavi, M. and Azari, Z.(2006). Study of Entrepreneurship Rate of Managers in Management and Planning Organization and Related
Suborganizations.Journal of Management and Development. No 65-66, pp 13-27. [Persian]
Zabihi,Mohammad Reza,Erfanian Khanzadeh, Hamid,(2010), Entrepreneurship Students a Way to Improve the Intellectual Capital of Universities, 2nd International conference on Intellectual Capital Management, in Zanjan,Ira

آسیب‌شناسی ادراک و نگرش‌های دانش‌آموزان ابتدایی در مورد آیندهٔ شغلی و کارآفرینی مبتنی بر دیدگاه‌های فردی، خانوادگی و آموزشی: موردی از مطالعه در شهرستان قدس (سال ۱۳۹۱)

زهرا شفیعی پور[۱]
کیوان صالحی[۲]

چکیده

پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی ادراک و نگرش‌های دانش‌آموزان ابتدایی در مورد آیندهٔ شغلی و کارآفرینی مبتنی بر دیدگاه‌های فردی، خانوادگی و آموزشی به انجام رسیده است. برای گردآوری داده‌ها از فرم مصاحبهٔ نیمه‌ساختارمند که به لحاظ ویژگی‌های فنی مورد بررسی قرار گرفته است، استفاده گردید. داده‌ها از نمونه‌ای با سه زیرجامعهٔ الف) دانش‌آموزان دختر (۸۰ نفر)؛ ب) کادر آموزشی (۲۰ نفر)؛ ج) والدین (۱۶ نفر) گردآوری شد. نتایج نشان داد: الف) اکثریت دانش‌آموزان نسبت به آیندهٔ شغلی خود و تمایل به کارآفرین بودن، دیدگاه روشنی ندارند و بیش از نیمی از آنها، برنامهٔ خود برای آینده را ادامهٔ تحصیل می‌دانند. ب) اغلب والدین نیز بر اهمیت تقویت نگرش کارآفرینی در دورهٔ ابتدایی به دانش‌آموزان واقف نبوده و آن را زودهنگام یا امری حاشیه‌ای معرفی کرده‌اند. ج) اکثریت معلمان بر این باور بودند که در کُتب درسی به‌طور جدی بر مفاهیم کارآفرینی و ایجاد نگرش‌های سازنده به آن پرداخته نشده است. آنها ضمن اذعان به عدم آشنایی و نگذراندن دوره‌های آموزشی مرتبط با روش‌های تقویت مهارت‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان به‌دلیل کمبود وقت، فشردگی مطالب و تعداد بالای دانش‌آموزان در کلاس، بر این باورند که فرصت لازم برای پرداختن به این موضوع وجود ندارد. شناسایی ذهنیات و نگرش‌های غیرمُولد دانش‌آموزان در خصوص کارآفرینی و با توجه به توصیه‌های مؤکد اندیشمندان حوزهٔ کارآفرینی بر لزوم توجه به تغییر و اصلاح زاویهٔ دید و نگرش دانش‌آموزان ابتدایی از کارجویی به کارآفرینی، لزوم آموزش ضمن‌خدمت معلمان درخصوص نحوهٔ اصلاح و تغییر نگرش و ذهنیات غیرِ مولد دانش‌آموزان ابتدایی و آشنایی با مفاهیم کارآفرینی در محتوای درسی و دوره‌ها را بیش از پیش نمایان می‌سازد.

واژگان کلیدی: آموزش ابتدایی، آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه، آیندهٔ شغلی، نقش عوامل آموزشی، دانش‌آموزان و والدین.

---

۱. دبیر آموزش و پرورش شهر قدس، Email:zshafieipour@yahoo.com
۲. دانشجوی دکتری سنجش آموزش و مدرس دانشگاه، Email:keyvansalehi@yahoo.com

مقدمه

آموزش کارآفرینی، بخش مهمی از یادگیری مادام‌العمر[1] است (وزارت آموزش فنلاند، ۲۰۰۹). شواهد و مستندات پژوهش تأیید کرده‌اند که محیط غنی شده، وجود معلمین باکفایت و آموزش مبتنی بر تغییر نگرش در فراگیران، از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل در تقویت روحیهٔ کارآفرینی و تربیت کارآفرین است. همچنین، این مطالعات تأیید نموده‌است که اگر از دورهٔ ابتدایی که مفاهیم بنیادی و نگرش‌های اساسی در کودکان در حال شکل‌گیری است، به فراهم‌سازی زمینه‌های مساعد برای آموزش غیرمستقیم کارآفرینی و ایجاد نگرش‌های سازنده، اقدام گردد، موفقیت در تربیت کارآفرین و نهادینه‌شدن نگرش «کارآفرینی» به‌جای «کارجویی» در دانش‌آموزان، اثرات به‌سزائی به همراه خواهد داشت. به‌گونه‌ای که نپرداختن به آن می‌تواند چالش‌های اساسی را برای توفیق برنامه‌های آتی کارآفرینی فراهم نماید (برداهیل[2]، ۲۰۱۳؛ اسلان[3]، ۲۰۱۰؛ لیونز[4]، ۲۰۰۶؛ سیتهول و لومادی[5]، ۲۰۱۲).

امروزه ایجاد و گسترش فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، یک ضرورت جدی در توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی کشورها محسوب می‌شود (یانگ[6]، ۱۹۹۸). در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعهٔ فن‌آوری و توسعهٔ اقتصادی قرار داده‌است. تجربهٔ موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطهٔ توسعهٔ کارآفرینی، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. بر همین اساس، توسعهٔ کارآفرینی از جنبه‌های گوناگون مدنظر قرار گرفته‌است. آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، تأیید شده است که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این‌رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است.

تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است. اولین کشورهایی که در زمینهٔ آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، آمریکا و ژاپن بودند. مؤسسات آموزشی کارآفرینی در آلمان بین سال‌های ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵، در انگلیس بین سال‌های ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ و سپس در آمریکا بین سال‌های۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ دایر شد. در آسیا اواخر دههٔ ۵۰ میلادی ژاپن ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان‌ها آغاز کرد (بازرگان، ۱۳۷۳). موضوع کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها نیز کشیده شد، به‌طوری که اکنون در ژاپن ۲۵۰ مؤسسهٔ بزرگ کارآفرینی وجود دارد. در ایران تا شروع برنامهٔ سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت

1. Lifelong learning
2. Bergdahl
3. Aslan
4. Lievens
5. Sithole & Lumadi
6. Young

نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادتر شدن آن در دهG ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامهٔ سوم توسعه، موضوع توسعهٔ کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد (به نقل از حاجی قربانی، ۱۳۸۹).

محققان زیادی از جمله کرون و می[1] (۲۰۰۱)؛ جسی لین و میچل[2](۲۰۰۵)، به اهمیت آموزش کارآفرینی قبل از دانشگاه اشاره‌کرده‌اند (نقل از حسینی‌خواه، ۱۳۸۷). به دیگر سخن، نتایج تحقیقات حاکی از آن است که کارآفرینی یا جنبه‌های خاصی از آن می‌تواند آموزش داده شود. امروزه اغلب خبرگان و اساتید اهل فن در حوزهٔ کارآفرینی، برخلاف دیدگاه سنتی مبنی بر موروثی بودن امر کارآفرینی و کارآفرین متولد شدن کارآفرینان، بر این باورند که کارآفرینی قابل آموزش بوده و کارآفرینان در محیط‌های مساعد، تربیت شده و به‌وجود می‌آیند. در این خصوص، پیتر دراکر[3] به‌عنوان یکی از متفکران مدیریت زمان ما گفته است که «راز کارآفرینی» در چیست؟ کارآفرینی سحرآمیز و اسرارآمیز نیست و ربطی به ژن افراد ندارد کارآفرینی مانند هر رشتهٔ دیگری می‌تواند آموخته شود. هومن کانلون[4] و کینگ[5] (۱۹۹۷) بیان کردند که بیشتر مطالعات تجربی انجام‌شده در حوزهٔ کارآفرینی، حاکی از آن هستند که کارآفرینی، امری آموزش‌پذیر است. وسپر[6](۱۹۹۰) در یک مطالعهٔ میدانی از اساتید، دریافت که کارآفرینی می‌تواند آموزش داده شود. در این بررسی ۹۳ درصد از پاسخ‌دهندگان تأکید کردند که کارآفرینی قابل آموزش دادن است. وسپر در بررسی تحقیقاتی از ۱۵ دانشگاه که در زمینهٔ آموزش کارآفرینی پیشرو بودند، دریافت که آموزش‌های کارآفرینی آگاهی و درک افراد در مورد فرآیند شروع کسب و کار و نحوهٔ اداره آن را افزایش می‌دهد. در حوزهٔ مدارس، مطالعات سکستون و همکاران[7](۱۹۹۷) تأیید نموده است که کارآفرینی در سطح مدارس و دانشکده‌ها قابل آموزش است. مطالعات متعدد سایر اندیشمندان نیز حاکی از آن است که کارآفرینی قابل آموزش بوده و از طریق آموزش می‌تواند انتقال داده شود و در جامعه بارورتر شود (به نقل از کرد نایبچ و زالی، ۱۳۸۶).

آموزش کارآفرینی در مدارس

آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده‌است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، تأیید شده است که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی. از این‌رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. مطالعات زیادی اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی را تأیید کرده‌اند و صراحتاً اظهارکرده‌اند که کارآفرینی قابل آموزش و یادگیری است (سوفانی[8]، ۲۰۰۲؛ گیب، ۲۰۰۰؛ رافو و همکاران[9]، ۲۰۰۰؛ تاور

1. Kroon & Meyer
2. Jesselyn & mitchell
3. Piter drucker
4. Human kanlon
5. king
6. Vesper
7. Sexton et al
8. Soufani
9. Raffo et al

و کورای[1]، ۲۰۰۵). از سوی دیگر و با توجه به اینکه مهم‌ترین رشد کودکان از نظر ذهنی، نفسانی، اجتماعی و اخلاقی در دوران ابتدایی رخ می‌دهد، شخصیت و من(ایگو[2]) کودکان شروع به شکل‌گیری می‌کند، از احساسات و عواطف خود آگاه می‌شوند و همچنین حس اخلاقی و روابط اجتماعی خود نسبت به دیگران را توسعه می‌دهند (سالارزهی، احمدزاده، و حیدری، ۱۳۹۱). لذا، آموزش مفاهیم و مبانی اولیهٔ کارآفرینی به روش مناسب در دورهٔ ابتدایی، می‌تواند ضمن استفاده از ظرفیت والای یادگیری، در شکل‌دهی و تعالی کیفیت نگرش دانش‌آموزان در دورهٔ ابتدایی از نگرش کارجویی به کارآفرینی، مؤثر واقع گردد. به زعم اسلان[3] (۲۰۱۰)، فرآیند آموزش بنیادی بخش مهمی از رشد کودک به‌شمار می‌آید که ضرورت دارد تا به‌طور فزاینده‌ای در جهت تشویق کارآفرینی، توسعه و ایجاد خلاقیت، مهارت‌های فکری انتقادی و تحلیلی مورد استفاده قرارگیرد.

با توجه به آموزش‌پذیربودن مفاهیم کارآفرینی، ضرورت دارد از مناسب‌ترین و اثربخش‌ترین رویکردها در آموزش مبانی کارآفرینی به کودکان استفاده نمود. بررسی اثربخشی آموزش‌ها نشان داده‌است که تغییر نگرش در فراگیران از مهم‌ترین اصول اثربخشی آموزش به‌شمار می‌رود. هانیک[4](۲۰۰۴) در مطالعهٔ خویش نشان داد که آموزش کارآفرینی، بینش افراد را ارتقاء می‌بخشد و کمک می‌کند تا افراد در فرآیند کارآفرینی بهتر و موفق‌تر عمل کنند (به نقل از کرد نایبج و زالی، ۱۳۸۶). نکتهٔ مهم در آموزش کارآفرینی این است که ضمن ترکیب روش‌های رسمی و غیررسمی آموزش بر روی نگرش فراگیران تمرکز کرده و از طریق مشارکت آنها در برخورد با نمونه‌های واقعی یا شبیه‌سازی‌شده، ارتقای مهارت‌ها و توسعهٔ نگرش و تغییر رفتار فراگیران ممکن می‌شود.

در مورد برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مدارس، ضرورت دارد تا علاوه بر تدوین فرصت‌هایی برای ارتقای شایستگی‌ها و صلاحیت‌های حرفه‌ای معلمان، نظرات و دیدگاه‌های آنها در فرایند یاددهی یادگیری مورد توجه قرار گیرد. زیرا آموزش کارآفرینی نوعی نوآوری آموزشی است و احتمال دارد با مقاومت مجریان مواجه شود. اما مطالعات هولمگرن و همکاران[5] (۲۰۰۵) نشان داد که این نوع آموزش، به دلیل جذابیت و کارآمدی با مقاومت چندانی مواجه نشده‌است و معلمان در پژوهش‌ها اظهار کرده‌اند که آموزش کارآفرینی حداقل باید از مقطع راهنمایی شروع شود (به نقل از حسینی‌خواه، ۱۳۸۷).

گنجاندن آموزش کارآفرینی در برنامهٔ درسی مدارس، علاوه بر غنی‌سازی تجارب یادگیری فراگیران، افزایش توانمندی ایجاد کسب و کارهای جدید توسط دانش‌آموزان، ارتقای مهارت‌های شغلی، مدیریت کسب و کار، افزایش ارتباط میان مدارس و صنعت، فرصتی را برای آزمودن محتوا، اثربخشی آموزش و حرکت در راستای نهادینه‌سازی یادگیری اصیل[6] را فراهم می‌نماید. در برخی از دیدگاه‌های آموزش کارآفرینی، صرفاً به مهارت‌های مدیریتی اهمیت داده می‌شود و به طور ضمنی، به کارآفرین و نگرش به کارآفرینی کمتر

1. Tover & Query
2. Ego
3. Aslan
4. Hanik
5. Holmgren,et al.
6. Authentic learning

توجه می‌شود، در حالی که دانشمندان علوم کارآفرینی نه تنها بر اهمیت توجه به کارآفرین و به ویژه ارتقای نگرش کارآفرینی، تأکید می‌نمایند، بلکه بر این باورند که این امر می‌تواند نقطهٔ آغازین برنامهٔ درسی محسوب گردد. برهمین اساس هارت شورن[1](۲۰۰۲) و گیب[2] (۲۰۰۱) بر این باورند که گنجاندن زندگی واقعی کارآفرینان موفق در محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی از اهمیت زیادی برخورداراست. ارائهٔ مجموعه‌ای از مواد آموزشی تدوین‌شده شامل دانش مهارت‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه این فرصت را برای افراد فراهم می‌کند تا به‌رغم وجود خطر، فرصت‌هایی را که دیگران نادیده گرفته‌اند، شناسایی کنند و با بینش و اعتماد به‌نفس در جاهایی که دیگران تعلل‌کرده‌اند، سریع دست به کار شده، کسب و کار خود را راه‌اندازی‌کنند. هاینس،(۲۰۰۳)؛ رینولدز[3](۱۹۹۱)؛ بایگ‌ریو و هوفر[4]،(۱۹۹۱)؛ میترا و ماتلای[5] (۲۰۰۴). سه عنصر الف) شناخت فرصت‌ها[6] ب) گردآوری و به‌کارگیری منابع[7] ج) شیوهٔ راه‌اندازی کسب و کار[8]، چکیدهٔ کارآفرینی‌اند که در تمام موارد فوق مورد توجه قرار گرفته است (به نقل از حسینی‌خواه، ۱۳۸۷).

جونز و انگلیش[9](۲۰۰۴) معتقدند آموزش کارآفرینی توانایی افراد را برای خلق ایده‌ها و انجام تحقیقات تقویت می‌کند، کاربرد تجاری این ایده‌ها را بالامی‌برد و در نهایت مهارت‌های حفظ و بهبود شرکت‌های نوپا را در افراد ایجاد می‌کند. در واقع، کارآفرینی توجه فزاینده و علاقهٔ مداومی را دریافت می‌کند و به نظر می‌رسد که بیش از یک بحث کوتاه‌مدت و زودگذر باشد (به نقل از کرد نایبج و زالی، ۱۳۸۶). در خصوص آموزش کارآفرینی، سکستون و کاساردا [10](۱۹۹۱) بر این باورند که اغلب برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌بایست دو هدف اساسی الف) آماده‌سازی افراد برای موفقیت در کارهایشان، ب) ارتقاء توانایی یادگیری افراد به‌منظور کمک به جامعه را شامل شوند (به نقل از کرد نایبج و زالی، ۱۳۸۶). به زعم کوگس[11](۱۹۹۶) بالابردن باور خودکامیابی افراد، هدف اصلی آموزش کارآفرینی است تا از این طریق، آنها در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای جدید موفق باشند. همچنین گاراوان و اوسینید[12](۱۹۹۴) معتقدند که اگر آموزش کارآفرینی می‌خواهد مؤثر واقع شود، نه‌تنها دانش واقعی و مهارت‌های مناسب را در کلاس ارائه کند، بلکه از طریق شبیه‌سازی کسب و کارهای جدید، موفقیت کسب و کارها و ظرفیت فرآیندهٔ کارآفرین جهت انجام چنین کارهایی را بالا ببرد. آنها معتقد هستند برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید اهداف ذیل را دنبال نماید (به نقل از کرد نایبج و زالی، ۱۳۸۶).

---

1. Hartshorn
2. Gibb
3. Reynolds
4. Bygrave & Hofer
5. Mitra & Matlay

۶. شناسایی نیازهای برآورده نشده در بازار و خلق ایده‌هایی در ارتباط با خدمات یا محصولاتی که پاسخ‌گوی این نیازها هستند.

۷. اشتیاق به ریسک کردن در ارتباط با تأمین سرمایه از بیرون.

۸. شامل آموزش مهارت‌های مدیریتی و مهارت‌های شخصی است.

9. Jons & English
10.Sexton & Kasarda
11.Cogs
12.Garavan& o'cinneide

مطالعات نشان داده‌اند که عامل سن در اشتیاق به راه‌اندازی کسب و کارهای جدید تأثیر دارد. طیف بهینهٔ سن، ۱۸ تا ۳۴ سال تعیین شده (دی‌جورج و فایول[۱]، ۲۰۰۵) در آمریکا از هر ۱۰ دانش‌آموز دبیرستانی، هفت نفر به راه‌اندازی کسب و کار خود اشتیاق دارند (پتراکیس و بورلتیدیس[۲]، ۲۰۰۵) این امر اهمیت دورهٔ دبیرستان را در آماده‌سازی دانش‌آموزان برای راه‌اندازی کسب و کار نشان می‌دهد. همچنین مشاهده شده است که رفتارها و تمایلات کودکان و نوجوانان (از قبیل ریسک‌پذیری، بی‌پروایی، کنجکاوی و ...) کاملاً حالت کارآفرینانه دارد (دیوی[۳]، ۲۰۰۵). در مطالعات (کلافستن[۴]، ۲۰۰۰؛ پترمن و کندی[۵]، ۲۰۰۳؛ راسموسن و سورهیم[۶]، ۲۰۰۶) تأیید شده است که افراد شرکت‌کننده در دوره‌های کارآفرینی نسبت به کسانی که در دیگر دوره‌های شغلی شرکت کرده‌اند کسب و کارهای بیشتری راه‌اندازی کرده‌اند. مطالعات ودن جال[۷]،(۲۰۰۵). نشان‌داد اغلب کارآفرینان سطح سواد متوسطی دارند. برای مثال، کارآفرینان کشور اسلوونی از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲، با اکثریت ۴۵ درصد و کارآفرینان آمریکا از سال ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۱ با اکثریت ۴۰ درصد، دارای مدرک دیپلم بوده‌اند. میانگین جهانی نیز اشاره به همین واقعیت دارد (شاه و همکاران[۸]، ۲۰۰۴). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که دانش‌آموزان ایرانی نیز خواهند توانست بعد از اتمام آموزش متوسطه (البته به شرط گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی) کسب و کار خود را راه‌اندازی‌کنند. در رابطه با روش‌های تدریس کارآفرینی باید گفت که رویکردهای سنتی آموزش که بر مباحث نظری و تفکر مفهومی تأکید دارند و هدف آنها انتقال اطلاعات صرف است، منفعل و معلم‌محور هستند و در تضاد با کارآفرینیسم[۹] قراردارند (گیب، ۱۹۹۶). برای آموزش کارآفرینی که ماهیتی عملی و تجربی دارد. باید از روش‌های تدریس شاگرد محور، اقدام‌مدار و مبتنی بر یادگیری اصیل استفاده کرد تا روحیهٔ خلاقیت و نوآوری در فراگیرندگان شکوفا شود (کوپر و همکاران[۱۰]، ۲۰۰۴؛ تامسون[۱۱]، ۲۰۰۴؛ کربای[۱۲]، ۱۹۹۲؛ ماتان[۱۳]، ۲۰۰۶؛ رابرتسون و همکاران[۱۴]، ۲۰۰۳؛ ایتزکویتز[۱۵]، ۲۰۰۳). رویکرد شاگردمدار بر نیازها و علایق خود فراگیرندگان متمرکز است و می‌تواند پاسخگوی نیازهای آنها باشد. هم‌چنین باید به محیط یادگیری نیز توجه داشت. محیط یادگیری مناسب برای آموزش کارآفرینی باید دارای شش ویژگی شامل الف) تفویض اختیار[۱۶]؛ ب) تفویض مسئولیت[۱۷]؛ ج) مدیریت کل‌نگر[۱]؛ د) معرفی

1. Degeorge & fayolle
2. Petrakis & Bbourletidis
3. davey
4. Klofsten
5. Peterman & Kennedy
6. Rasmussen & Sorheim
7. vadnjal
8. Shah, et al
9. Passive approach
10. Cooper et al
11. Thompson
12. Kirby
13. Matan
14. Roberson, et al.
15. Etzkowitz

۱۶. فراگیرندگان خودشان باید مهم‌ترین عوامل فرآیند آموزش مانند گروه، ایده‌ها و فرصت‌ها، آزمون‌ها را انتخاب کنند.
۱۷. فراگیرندگان خودشان باید جدول زمانی و نوع وظایف را تعیین کنند.

معرفی موقعیت‌های مبهم و ناشناخته[۲]؛ ه) مجاز شمردن اشتباه[۳]؛ و) تحت‌فشارگذاشتن[۴] باشد (به نقل از حسینی‌خواه، ۱۳۸۷).

بررسی پیشینهٔ پژوهش، اهمیت، ضرورت و امکان آموزش کارآفرینی در مدارس در عصر متحول امروزی را مورد تأیید قرار داد. بنابراین، با توجه به آموزش‌پذیر بودن کارآفرین و نگرش کارآفرینی از یکسو، ضرورت کسب شناخت از وضع موجود برای شکل‌دهی به رویه‌های آموزشی و تدوین محتوا و همچنین نبود مستندات پژوهشی کافی در این زمینه از سوی دیگر، لازم می‌نمود تا ادراک و نگرش‌های دانش‌آموزان ابتدایی در خصوص کارافرینی مورد بررسی دقیق قرار گیرد. لذا، پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی ادراک و نگرش‌های دانش‌آموزان ابتدایی در مورد آیندهٔ شغلی و کارآفرینی مبتنی بر دیدگاه‌های فردی، خانوادگی و آموزشی به انجام رسیده است. به دیگر سخن، مسئلهٔ اصلی پژوهش حاضر، شناسایی آسیب‌های موجود در حوزهٔ ادراکات و نگرش‌های دانش‌آموزان نسبت به آیندهٔ شغلی‌شان و کارآفرینی، بررسی پژوهش‌های بین‌المللی مرتبط با کارآفرینی در مدارس ابتدایی و ارائهٔ راهکارهایی برای بازاندیشی و ارتقای ذهنیات و نگرش‌های مؤثر بر کارآفرینی است. بدین منظور هفت سؤال پژوهشی زیر مورد نظر قرار گرفته است.

- از دیدگاه دانش‌آموزان مهم‌ترین معایب شاغل شدن کدامند؟
- از دیدگاه دانش‌آموزان، شغل مناسب باید دارای چه ویژگی‌های باشد؟
- از دیدگاه دانش‌آموزان، فضای شغلی مناسب باید دارای چه ویژگی‌های باشد؟
- دانش‌آموزان به مشاغلی علاقه‌مند هستند؟
- از دیدگاه دانش‌آموزان چه عواملی در گرایش آنان به شاغل شدن اهمیت دارد؟
- از دیدگاه کادر آموزشی، چه عوامل و موانعی باعث می‌گردد تا دانش‌آموزان دختر تمایلی به کارآفرینی نداشته باشند؟
- علل مخالفت با اشتغال فرزندان دختر از دیدگاه والدین کدامند؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر، به لحاظ نوع نگاه به پژوهش و شناخت واقعیات موجود که مبتنی بر تفسیرگرایی[۵] است، پژوهشی به روش کیفی[۶] است. برای گردآوری داده‌ها از چک لیست، پرسش‌نامهٔ بازپاسخ، اسناد و مداراک و به ویژه فرم مصاحبهٔ نیمه‌ساختارمند که به لحاظ ویژگی‌های فنی مورد بررسی قرار گرفت، استفاده گردید. به زعم بازرگان (۱۳۹۰)، مایهٔ اصلی تحقیق کیفی، گردآوری تفصیلی داده‌ها از منابع چندگانه است (ص: ۳۵). در پژوهش حاضر

---

۱. باید از فراگیرندگان خواسته شود به طور همزمان وظایف متعددی را انجام دهند.

۲. برای این مورد باید مثال‌هایی از دنیای واقعی آورده شود.

۳. باید اجازه داده شود که فراگیرندگان از اشتباهات و شکست‌های خود درس بگیرند.

۴. برای تحویل تکالیف و وظایف تعیین‌شده باید جدول زمانی فشرده‌ای تعیین شود و به‌طور ناگهانی تکالیف و وظایف جدید و فوری به آن‌ها داده شود.

5. interpretive
6. qualitative research

سعی شد داده‌ها از چند ابزار گردآوری و به‌ویژه چند منبع اطلاعاتی گردآوری شود. بدین منظور داده‌ها از نمونه‌ای با سه زیرجامعهٔ الف) دانش‌آموزان پایه‌های چهارم، پنجم و ششم ابتدایی (۸۰ نفر)؛ ب) کادر آموزشی شامل معلمان، مدیر، معاونین و مشاور مدرسه (۲۰ نفر)؛ ج) والدین (۱۶ نفر) گردآوری شد.

مراحل گردآوری داده‌ها به شرح زیر می باشد:

- تدوین و نهایی‌سازی سؤالات مصاحبه برای دانش‌آموزان و والدین.
- فراهم‌سازی شرایط مناسب برای مصاحبه با دانش‌آموزان[1] و والدین.
- مصاحبهٔ حضوری با دانش‌آموزان به‌صورت جداگانه و یادداشت نظرات ایشان.
- مصاحبهٔ حضوری با والدین دانش‌آموزان به‌صورت جداگانه و یادداشت نظرات ایشان.
- تدوین سؤالات بازپاسخ برای معلمان و تحویل آن برای اعلام نظر و گردآوری و دسته‌بندی داده‌ها.
- تحلیل داده‌ها به تفکیک سه زیرجامعهٔ دانش‌آموزان، والدین و کادر آموزشی.
- برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و فن تحلیل محتوا[2] ـ با استفاده از سه مرحلهٔ کُدگذاری باز، محوری و انتخابی[3] استفاده‌شد و در قالب جملات حکایت‌گونه یا روایتی[4] و نمودار ارائه گردید.

یافته‌ها

در ادامه، تحلیل و پاسخگویی به هفت سؤال پژوهشی انجام شده‌است.

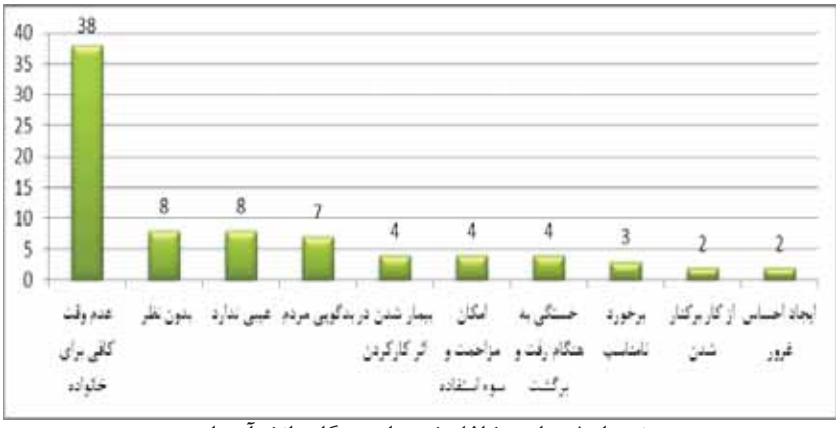
پاسخگویی به سؤال اول پژوهشی: از دیدگاه دانش‌آموزان مهم‌ترین معایب شاغل شدن کدامند؟

برای شناسایی و درک مهم‌ترین معایب شاغل‌شدن از دیدگاه دانش‌آموزان، سعی شد تا ضمن کشف آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که مهم‌ترین ضعف شاغل شدن از دیدگاه دانش‌آموزان، «محدودشدن وقت در صورت شاغل‌شدن» و در نتیجه کاهش وقت کافی برای خانواده است. ۵۳ درصد از دانش‌آموزان این مسئله را مهم‌ترین عیب شاغل‌شدن دانسته‌اند. «بدگویی مردم در مورد زنان شاغل»، «بیمارشدن در اثر کارکردن»، «امکان مزاحمت و سوء استفاده»، «بروز خستگی‌های ناشی از کار»، «برخورد نامناسب»، «ناراحتی‌های ناشی از برکنارشدن از کار»، «امکان ایجاد احساس غرور کاذب»، به ترتیب با کسب ۹/۷۲٪، ۵/۵۶٪، ۵/۵۶٪، ۵/۵۶٪، ۴/۱۷٪، ۲/۷۸٪، ۲/۷۸٪، دیگر معایبی بودند که توسط دانش‌آموزان مورد مطالعه، به عنوان معایب شاغل‌شدن زنان شاغل برشمرده شدند. همچنین ۸ نفر از دانش‌آموزان (معادل ۱۱ درصد) هم به این سؤال پاسخ نداده و ۸ نفر دیگر نیز برای شاغل شدن، عیبی را متصور نشدند. در ادامه این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده‌شده‌است.

---

۱. بدین منظور ابتدا به طور کلی موضوع مورد پژوهش برای هر یک از دانش‌آموزان به طور جداگانه توضیح داده و سپس سؤالاتی که از قبل طراحی شده بود، پرسیده شد.

2. Content analysis
3. Open, axial, selective coding
4. narrative



نمودار ۱. معایب شاغل شدن از دیدگاه دانش‌آموزان

پاسخگویی به سؤال دوم پژوهشی: از دیدگاه دانش‌آموزان، شغل مناسب باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد؟

برای شناسایی و درک مهم‌ترین ویژگی‌های شغل مناسب از دیدگاه دانش‌آموزان، سعی شد تا ضمن کشف آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که از دیدگاه دانش‌آموزان مهم‌ترین ویژگی شغل مناسب، «سخت و سنگین نبودن» محیط کار است که ۲۸/۸ درصد از نظرات دانش‌آموزان را به خود اختصاص داده‌است. «خسته‌کننده نبودن»، «متناسب با توانایی بودن»، «متناسب با سن شخص بودن»، «زیاد بودن حقوق»، «باعث افتخار مردم بودن»، «آبرومندانه بودن»، به ترتیب با کسب ۲۵٪، ۱۶/۳٪، ۱۶/۳٪، ۸/۸٪، ۲/۵، ۲/۵، دیگر ویژگی‌هایی بودند که توسط دانش‌آموزان مورد مطالعه، به عنوان مهم‌ترین ویژگی‌های شغل مناسب برشمرده شدند. در ادامه این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده‌شده‌است.



نمودار ۲. ویژگی‌های شغل مناسب از دیدگاه دانش‌آموزان

پاسخگویی به سؤال سوم پژوهشی: از دیدگاه دانش‌آموزان، فضای شغلی مناسب باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد؟

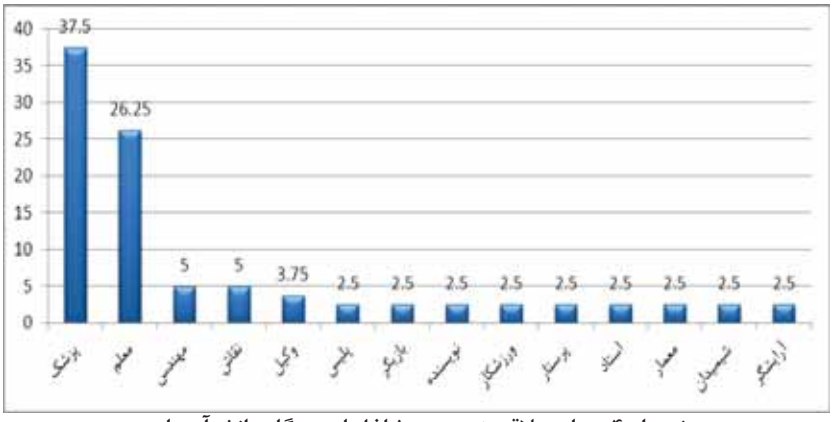
برای شناسایی و درک مهم‌ترین ویژگی‌های فضای شغلی مناسب از دیدگاه دانش‌آموزان، سعی شد تا ضمن کشف آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که از دیدگاه دانش‌آموزان مهم‌ترین ویژگی فضای شغلی مناسب، «زنانه بودن» محیط کار است که ۴۱/۲۵درصد از نظرات دانش‌آموزان را به خود اختصاص داده‌است. «منعطف بودن فضای کار(خشک و توأم با اجبار نبودن)»، «بالابودن فرهنگ محیط»، «مکان خوب»، «سرگرم‌کننده بودن»، «آرام بودن»، «بدگویی‌نکردن در محیط کار»، به ترتیب با کسب ۱۲/۵٪، ۱۲/۵٪، ۱۲/۵٪، ۷/۵٪، ۷/۵، ۶/۲۵، دیگر ویژگی‌هایی بودند که توسط دانش‌آموزان مورد مطالعه، به‌عنوان مهم‌ترین ویژگی‌های فضای شغلی مناسب برشمرده شدند. در ادامه، این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده‌شده‌است.



نمودار ۳. ویژگی‌های فضای شغلی مناسب از دیدگاه دانش‌آموزان

پاسخگویی به سؤال چهارم پژوهشی: دانش‌آموزان به چه مشاغلی علاقه‌مند هستند؟

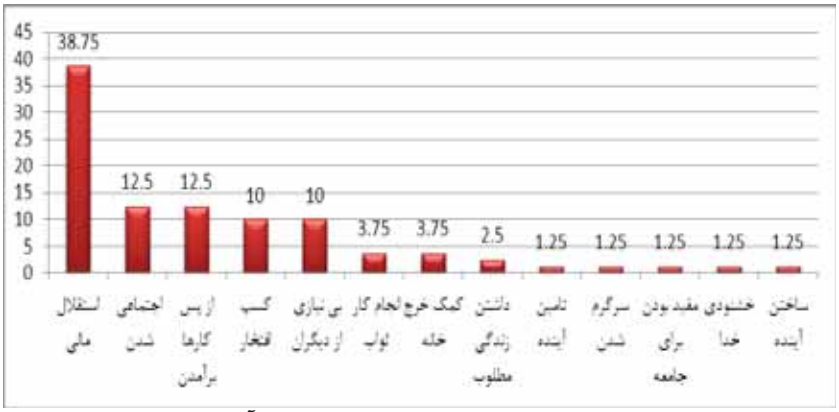
برای شناسایی و درک علاقه‌مندی به مشاغل از دیدگاه دانش‌آموزان، سعی شد تا ضمن کشف علایق آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست آمده نشان‌داد که بیشترین میزان علاقه‌مندی به مشاغل از دیدگاه دانش‌آموزان را،«پزشکی» و «معلمی» به خود اختصاص داده‌است که به ترتیب با ۳۷/۵ درصد (معادل ۳۰ نفر) و ۲۶/۲۵ درصد از دانش‌آموزان به این دو شغل علاقهٔ بیشتری از خود نشان‌دادند. «مهندس»، «نقاش»، «وکیل»، «پلیس»، «بازیگر»، «نویسنده»، «ورزشکار»، «پرستار»، «استاد»، «معمار»، «شیمیدان» و «آرایشگر»، به ترتیب با کسب ۵٪، ۵٪، ۳/۷۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، ۲/۵٪، دیگر شغل‌هایی بودند که دانش‌آموزان مورد مطالعه، نسبت به آنها ابراز علاقه‌مندی کردند. در ادامه این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده شده‌است.



نمودار ۴.میزان علاقه‌مندی به مشاغل از دیدگاه دانش‌آموزان

پاسخگویی به سؤال پنجم پژوهشی: از دیدگاه دانش‌آموزان چه دلایلی در گرایش آنان به شاغل شدن اهمیت دارد؟

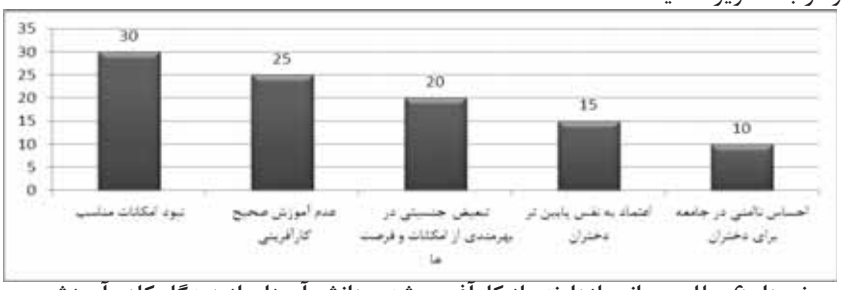
برای شناسایی و درک مهم‌ترین دلایل شاغل‌شدن از دیدگاه دانش‌آموزان، سعی شد تا علاوه بر کشف آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که مهم‌ترین دلیل شاغل‌شدن از دیدگاه دانش‌آموزان، «داشتن استقلال مالی» است. ۳۸/۷۵ درصد از دانش‌آموزان این موضوع را مهم‌ترین دلیل شاغل‌شدن خود ذکر کرده‌اند. «اجتماعی‌شدن»، «از پس کارها برآمدن»، «کسب افتخار»، «بی‌نیازی از دیگران»، «انجام کار ثواب»، «کمک خرج خانه»، «داشتن زندگی مطلوب»، «تأمین آینده»، «سرگرم‌شدن»، «مفیدبودن برای جامعه»، «خشنودی خدا» و «ساختن آینده» به ترتیب با کسب ۱۲/۵٪، ۱۲/۵٪، ۱۰٪، ۱۰٪، ۳/۷۵٪، ۳/۷۵٪، ۲/۵٪، ۱/۲۵٪، ۱/۲۵٪، ۱/۲۵٪، ۱/۲۵٪، ۱/۲۵٪، دیگر دلایلی بودند که توسط دانش‌آموزان مورد مطالعه، به عنوان دلایل شاغل‌شدن برشمرده‌شدند. در ادامه این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده‌شده‌است.



نمودار ۵. دلایل شاغل شدن از دیدگاه دانش‌آموزان

پاسخگویی به سؤال ششم پژوهشی: از دیدگاه کادر آموزشی، چه عوامل و موانعی باعث می‌گردد تا دانش‌آموزان دختر تمایلی به کارآفرینی نداشته باشند؟

برای شناسایی و درک مهم‌ترین علل و موانع شاغل‌شدن از دیدگاه کادر آموزشی، سعی شد تا ضمن کشف آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست آمده نشان داد که مهم‌ترین علت و مانع شاغل‌شدن از دیدگاه کادر آموزشی، «نبود امکانات مناسب» است. ۳۰ درصد از کادر آموزشی این مسئله را مهم‌ترین مانع برای شاغل‌شدن دانسته‌اند. «عدم آموزش صحیح کارآفرینی»، «تبعیض جنسیتی در بهرمندی از امکانات و فرصت‌ها»، «اعتماد به‌نفس پایین‌تر دختران» و «احساس ناامنی در جامعه برای دختران»، به ترتیب با کسب ۲۵٪، ۲۰٪، ۱۵٪، ۱۰٪، دیگر دلایل و موانعی بودند که توسط کادر آموزشی مورد مطالعه، به عنوان موانع شاغل‌شدن زنان برشمرده شدند. در ادامه این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده‌شده‌است.



نمودار ۶. علل و موانع بازدارنده از کارآفرین شدن دانش آموزان از دیدگاه کادر آموزشی

پاسخگویی به سؤال هفتم پژوهشی: علل مخالفت با اشتغال فرزندان دختر از دیدگاه والدین کدامند؟

برای شناسایی و درک مهم‌ترین علل مخالفت با اشتغال فرزندان دختر از دیدگاه والدین، سعی شد تا ضمن کشف آنها، موارد شناسایی‌شده به ترتیب اهمیت، دسته‌بندی شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که مهم‌ترین دلیل مخالفت با اشتغال دختران از دیدگاه والدین، «صرفاً به دنبال ارتقاء مدرک فرزندان بودن» است. ۴۳/۷۵ درصد از والدین این مسئله را مهم‌ترین دلیل مخالفت خود با شاغل‌شدن فرزندان دختر دانسته‌اند. «ناامن بودن جامعه برای دختران در محیط کاری»، «قائل شدن جایگاه خانه‌داری برای فرزندان دختر» و «سخت‌گیری ناشی از تعصب والدین نسبت به فرزندان دختر»، به ترتیب با کسب ۳۱/۲۵٪، ۱۲/۵٪، ۱۲/۵٪، دیگر دلایلی بودند که توسط والدین مورد مطالعه، به عنوان دلایل مخالفت با اشتغال فرزندان دختر برشمرده شدند. در ادامه این یافته در قالب نمودار به تصویر کشیده‌شده‌است.



نمودار ۷. علل مخالفت با شاغل شدن دانش آموزان از دیدگاه والدین

نتیجه‌گیری

در عصر تحول کنونی و با توجه به ضرورت‌های سطح کلان (گرایش روزافزون به کوچک سازی شرکت‌های بزرگ، تغییرات جهانی در الگوهای کسب و کار، توسعهٔ اقتصاد بازار در اکثر نقاط جهان و ایجاد فرصت‌های جدی)، توجه جدی نسل جوان و بالفعل ساختن ظرفیت نامحدود جوانان، لازمهٔ شکار فرصت‌های نهفته در این تغییر و تحولات به ظاهر مخرب و مانع‌ساز است. ضرورت‌های سطح خرد نیز متوجه متمایز ساختن کشورمان از دیگر کشورها و اشاره به نقاط قوت و ضعف آن در حوزهٔ اقتصاد دارد که با اهمیت‌دادن به آموزش کارآفرینی در سطح مدارس، می‌توان فرصت‌ها را شکوفا کرده نقاط ضعف را از میان برداشت و در نتیجه توسعهٔ اقتصادی کشور را ممکن ساخت. از این‌رو تلاش‌ها برای آموزش کارآفرینی به‌منظور کشف و پرورش کودکان نوجوانان و جوانان کارآفرین توجیه می‌شود (حسینی‌خواه، ۱۳۸۷).

با ورود جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به عرصهٔ مطالعات و تحقیقات پیرامون کارآفرینی و کارآفرینان و نتایجی که از این تحقیقات حاصل شده، ضرورت توسعه کارآفرینی، و به‌ویژه آموزش کارآفرینی، بیش از پیش مشهودگردید و همین امر موجب افزایش تلاش‌ها برای آموزش کارآفرینی در دو دههٔ گذشته شده‌است. پژوهشگران بر این امر تأکید دارند که اغلب ویژگی‌های کارآفرینی اکتسابی هستند. بنابراین، باید تلاش شود، زمینه‌ای فراهم‌گردد تا محیط مناسب و آموزش‌هایی که ویژگی‌ها، تجربیات و شایستگی‌های لازم را در دانش‌آموزان تقویت کند، ایجاد شود. در کشورهای پیشگام در عرصهٔ کارآفرینی، نتایج مطالعات محققین در زمینهٔ کارآفرینی و تأثیرات آن بر حوزهٔ آموزش کارآفرینی، به طراحی دوره‌های آموزشی کارآفرینی با محوریت تغییرنگرش فراگیران انجامیده است. این دوره‌ها با هدف ارتقای نگرش‌های سازنده، تربیت افراد ریسک‌پذیر منطقی، با اعتماد به نفس بالا، فرصت‌شناس و به‌طور کلی، افرادی که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، طراحی و به اجرا در آمده است. در حقیقت هدف این بوده تا افراد در طی دوران تحصیل، ضمن کسب شایستگی‌های لازم برای کارآفرینی، نگرش‌های سازنده‌ای را در خود تقویت نمایند. این قبیل دوره‌ها، به دنبال ارتقای انگیزش و گرایش‌هایی همچون تمایل به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشد.

نتایج بررسی‌ها نشان داد که کارآفرینی، صرفاً یک ویژگی ارثی و انتسابی نیست، بلکه می‌تواند یک ویژگی اکتسابی باشد که با مهیاکردن مجموعه‌ای از شرایط لازم، می‌توان آن را در مدارس آموزش داد و آموخت. مطالعات تسکردا و استرجیو[1](۲۰۱۲) نشان‌داد، آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی به‌طور معناداری به ایجاد نگرش‌های سازنده و گرایش مثبت دانش‌آموزان به کارآفرینی کمک شایانی نموده‌است. همسو با نتایج به‌دست آمده در مطالعهٔ تسکردا و استرجیو، نگارندگان بر این باورند که ایجاد شرایط مساعد برای آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی، می‌تواند به تعدیل ذهنیات منفعلانه دانش‌آموزان و شکل‌دهی به

1. Tsakiridou, H., & Stergiou

نگرش‌های مثبت منتج‌گردد. نتایج مطالعات سیتهول و لومانی (۲۰۱۲) نشان‌داد که یکی از دلایل مهم عدم توفیق دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش کارآفرینی در تغییر ذهنیت «کارجویی» به «کارآفرینی» و تربیت کارآفرین، نبود نگرش مناسب در زمینهٔ کارآفرینی، عدم توجه به آموزش محتوای غنی کارآفرینی و به‌ویژه کم‌توجهی یا بی‌توجهی به نگرش کارآفرین‌شدن در دورهٔ ابتدایی بوده‌است.

این مطالعه و دیگر مطالعات مرتبط، مؤید آن است که ترویج صحیح فرهنگ کارآفرینی و نهادینه‌شدن آن در جامعه، به‌میزان قابل توجهی، به آموزش صحیح و ایجاد نگرش‌های سازنده کارآفرینی در دانش‌آموزان دورهٔ ابتدایی وابسته است. پرواضح است ارتقای کیفیت آموزش در دورهٔ ابتدایی به لحاظ فنی و محتوایی، می‌تواند تحولات اساسی و پایدار را در جامعه پایه‌گذاری نمایند. انتخاب مربیان با کیفیت و آموزش به‌روز آنها برای ارتقای صلاحیت حرفه‌ای می‌تواند نویدبخش تحولات چشمگیر آتی باشد. امید می‌رود روزی فرا رسد تا با توجه به اهمیت به‌سزای دورهٔ ابتدایی در توسعهٔ پایدار کشور، با کیفیت‌ترین کادر آموزشی، مناسب‌ترین امکانات و شرایط محیطی برای آن تدارک دیده شود. به‌گونه‌ای که شأن و جایگاه اجتماعی تدریس در دورهٔ ابتدایی، به عنوان ارزشمندترین دورهٔ تحصیلی مورد نظر قرار گرفته و جذابیت و رقابت بسیار بالایی برای انتساب در آن ایجاد شود، تا معلمانی که از بالاترین صلاحیت‌های حرفه‌ای برخوردار هستند، برای آموزش در دورهٔ ابتدایی انتخاب گردند. حرکت در این راستا، می‌تواند زمینه‌ساز، تحقق چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران و آرمان‌های معمار کبیر انقلاب اسلامی گردد. ان‌شاءالله؛ در ادامه راهکارهایی برای ارتقای نگرش کارآفرینی و فعالیت‌های مرتبط، پیشنهاد می‌شود.

راهکارها و پیشنهادهای پژوهشی

لازم به ذکر است که صرفاً تولید مقاله و برگزاری همایش‌ها در زمینهٔ کارآفرینی، به رشد کارآفرینی، ظهور کارآفرینان، کاهش بیکاری، افزایش خوداشتغالی میان نسل جوان نمی‌انجامد، بلکه ایجاد شرایط مساعد، و آموزش صحیح کارآفرینی، با محوریت ایجاد نگرش‌های سازنده، مولد و مسئولانه در فراگیران، است که می‌تواند چنین فرصتی را به عینیت رساند. بنابراین، از طریق آموزش کارآفرینی و به‌ویژه در دورهٔ ابتدایی که ذهنیت و نگرش‌های افراد در حال شکل‌گیری است، می‌توان فرصتی‌هایی را فراهم ساخت تا از این ظرفیت میلیونی دانش‌آموزی، استفادهٔ بهینه نمود. پیشنهاد می‌شود تا تدابیر لازم برای الف) شکل‌دهی و اصلاح نگرش‌های صحیح در دانش‌آموزان ابتدایی؛ ب) تقویت نگرش مثبت به کارآفرینی در معلمان و ارتقای صلاحیت‌های حرفه‌ای لازم برای اصلاح نگرش‌های غیرمُولد دانش‌آموزان از طریق آموزش‌های ضمن خدمت؛ ج) لزوم بازاندیشی و اصلاح در محتوای دروس و توجه به مبحث کارآفرینی در دورهٔ ابتدایی؛ د) متحول نمودن روش‌های سنجش پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان از سنجش سنتی به سنجش اصیل[1]، اندیشیده شود. در ادامه به برخی از راهکارهای اشاره می‌شود.

1. authentic assessment

- ضرورت دارد تا محتوای درسی کارآفرینی با شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه متناسب باشد. برای مثال فایدهٔ چندانی ندارد که فرصت‌های کارآفرینانه موجود در کشورهای پیشگام را به دانش‌آموزان ایرانی آموزش‌داد. بنابراین، اگر قرار است محتوای این دوره‌ها از دوره‌های اجراشده در کشورهای پیشرفته و موفق اقتباس‌شود، باید تا حد امکان بومی‌سازی شود.
- به آموزش‌های کارآفرینی و توسعهٔ آن در تمام دوره‌های آموزشی، به‌ویژه دورهٔ ابتدایی با محوریت تغییر و ارتقای نگرش کارآفرینانه توجه گردد. ضرورت دارد تا در آموزش کارآفرینی، از رویکردهایی که متناسب با ماهیت کارآفرینی است، استفاده شود باشد. بدین‌منظور پیشنهاد می‌شود به‌جای استفاده از روش‌های تدریس سنتی از روش‌های آموزشی نوین و سنجش اصیل استفاده‌شود.
- سازوکارهایی تدوین شود تا در قالب برنامهٔ ظرفیت‌سازی، بسته‌های آموزشی کارآفرینی در اختیار دانش‌آموزان، والدین و مربیان قرار گیرد.
- سازوکارهایی تدوین شود تا آموزش و تقویت مسئولیت اجتماعی برای دانش‌آموزان، والدین و مربیان ضمن توجه به مبانی آموزه‌های دینی مرتبط، طراحی و ارائه گردد.
- فرصت‌هایی تدارک دیده شود تا دانش‌آموزان از طریق راه‌های گوناگون از جمله آموزش‌های کلاسی، بازدید از بنگاه‌های زودبازده، دعوت کارآفرینان موفق به مدارس و برگزاری کارگاه‌های آموزشی، با مبحث کارآفرینی آشنا شوند.
- سازوکارهایی تدوین شود تا معلمان به شایستگی‌ها و صلاحیت حرفه‌ای تدریس کارآفرینی مجهز گردند.
- همچنین انجام پژوهش‌های مستقل برای شناسایی موانع شکل‌گیری نگرش‌های سازنده به کارآفرینی در دانش‌آموزان ابتدایی و عوامل تسهیل‌گر برای رفع این نقیصه، پیشنهاد می‌شود.

منابع

بازرگان، ع.(۱۳۹۰). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته. تهران: نشر دیدار.

حاجی‌قربانی، م.(۱۳۸۹). راهکارهای توسعهٔ کارآفرینی در ایران با توجه به تجربیات دیگر کشورها. گزارش پژوهشی. معاونت پژوهش،کارآفرینی و تعاون. دفتر توسعهٔ کارآفرینی و اشتغال.

سالارزهی، ح.، احمدزاده، م.، و حیدری، م(۱۳۹۱). نهادینه‌سازی آموزش کارآفرینی از دبستان تا دانشگاه. اولین همایش اشتغال و مهارت‌آموزی. سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.

حسینی‌خواه، ع.(۱۳۸۷). امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس. نشریهٔ اطلاع‌رسانی و کتابداری. مطالعات برنامهٔ درسی. شمارهٔ ۱۱، ص ۹۴-۶۶.

زالی، م. ر.، کردنایبچ، ا.(۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک حوزهٔ علمی نوظهور. نشریهٔ اقتصاد کار و جامعه. شمارهٔ ۸۷ و ۸۸، ص ۱۱ – ۴.

فیضی، ک.، مقدسی،ع.ر.(۱۳۸۲). پژوهشی در مفاهیم، کارکردها و دوره‌های آموزشی کارآفرینی. نشریهٔ مدیریت مطالعات مدیریت صنعتی. شمارهٔ ۳، ص ۱۴۶-۱۲۵.

صالحی، س.، صالحی، ح.، و برادران، م. (۱۳۸۶). مروری بر نظـام آمـوزش کـارآفرینی ایـران و آمریکا. نشریهٔ اقتصاد و جامعه. شمارهٔ ۸۵ و ۸۶، ص ۱۸-۹.

شیخان، ن.(۱۳۸۶). آموزش و ترویج کارآفرینی در میان دانش‌آموزان. نشریه: اقتصاد اطلاعات سیاسی - اقتصادی. شمارهٔ ۲۴۵ و۲۴۶، ص ۲۸۱ ـ ۲۷۲.

Bergdahl, A.((۲۰۱۳. ways to succeed with entrepreneurship education : best practice guide .european union interreg ivc programme. Available at: online.be/sites/default/files/best_practise_guide_FINAL_v21.pdf

Aslan, S.(2010),” The views of primary school 4th and 5th year students and teachers regarding entrepreneurship”, Procedia Social and Behavioral Sciences, 1736-1740.

Ministry of Education(2009). Guidelines for entrepreneurship education. Publications of the Ministry of Education, Finland .

Lievens, L.(2006). Entrepreneurship in Primary School. Oslo: European Commission.

Sithole, B. M., & Lumadi, M. W.(2012). Pedagogical Challenges Besetting Business Studies Teachers in Secondary Schools: A Botswana Perspective. JSS, 32(1): 71-80.

Tsakiridou, H., & Stergiou, K.(2012). Entrepreneurship Education in Primary Education Departments. The case of the University of Western Macedonia in Greece. dvanced Research in Scientific Areas. pp 3. - 7.

Young, J. E.(1998). Want to be an Entrepreneur? Journal of New Mexico Business. 22(8), pp. 1-77.

Aslan, S.(2010). The views of primary school 4th and 5th year students and teachers regarding entrepreneurship”, Procedia Social and Behavioral Sciences, 1736-1740.

آموزش کارآفرینی در آموزش عالی: گرایش‌ها و چالش‌ها

اسد حجازی[1]

چکیده

کارآفرینی به‌عنوان کلید حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی در جوامع به‌صورت بحث برانگیزی از حدود سه دهۀ گذشته تاکنون ظهور یافته و مطرح شده است. هم‌گام و هم‌زمان با این مقوله، پیشرفت‌های مشابهی در زمینۀ آموزش کارآفرینی نیز انجام شده است. برنامه‌ریزی برای نهادینه‌سازی آموزش‌کارآفرینی دانشگاهی نیازمند مطالعۀ شناخت چگونگی پیدایش، گرایش‌ها، چالش‌ها و راه‌های ترویج آن است. از سوی دیگر، روند تاریخی توسعۀ اقتصادی و صنعتی کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که پویایی نظام آموزش و پیوند عمیق بین علم و تکنولوژی با بازار کار یکی از عوامل مهم رشد و توسعۀ اقتصادی آنها بوده است. لیکن نتایج تحقیقات متعدد داخلی، مطالعات و بررسی‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)[2] پیرامون مقولۀ آموزش کارآفرینی در ایران طی چند برنامۀ اخیر توسعۀ پنج‌ساله حاکی از نامطلوب شدن این شاخص در توسعۀ کارآفرینی دارد. با این وجود در پیاده کردن برنامه‌های آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی همواره ممکن است یک سری موانع و مشکلات وجود داشته باشد. در این پژوهش سعی شده است ضمن شناسایی این مشکلات با استفاده از استراتژی‌های مبتنی بر تجربیات کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، راهکارهای لازم ارائه شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، آموزش‌عالی، چالش‌ها.

---

۱. دانشجوی دکترای مدیریت و شاغل در معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس‌جمهور،
Email:azer1383@yahoo.com

۲. از سال ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در برخی کشورها، مدل "جی.ای.ام" (Global Entrepreneurship Monitor) برای ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی طراحی شده و در سال ۱۹۹۹ این الگو در ده کشور جهان مشتمل بر: آمریکا، انگلیس، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند و دانمارک بررسی شد و در سال‌های بعد کشورهای دیگر از جمله آرژانتین، هند، ایران و ...، هم به آنها پیوستند.

مقدمه

بنابر تعریف واژه‌نامهٔ دانشگاهی وبستر: کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعهٔ منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است. به زعم هیسریچ، پیترز و شفرد[1] (۲۰۰۵)، کارآفرینی عبارت است از فرایند خلق چیزی جدید و پذیرفتن مخاطرات و سود حاصل از آن که با اختصاص زمان و تلاش لازم و در نظر گرفتن ریسک‌های مالی، روانی، اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی، مالی و استقلال، به ثمر می‌رسد (هیسریچ،پیترز و شفرد، ۲۰۰۵، ص۸). علی‌رغم اینکه بنا بر نظر پژوهشگران، کارآفرینی مبنای تمام پیشرفت‌های بشری بوده و با وجود تعاریف زیاد از کارآفرینی توافق عمومی دربارهٔ معنا و مفهوم آن در سطح بین‌المللی وجود ندارد، زیرا این مفهوم ریشه در تفکر و سطح تجزیه و تحلیل افراد به رویکردها و مکاتب مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، روان‌شناسی و جمعیت‌شناختی دارد.

جانسون[2] (۲۰۰۶) معتقد است کارآفرینی یک مقولهٔ چندوجهی پیچیده است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب‌نظران توافق دارند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم به‌سزایی در توسعهٔ اقتصادی دارند. به‌زعم هی‌نون و پویکیجوکی (۲۰۰۶)، کارآفرینی عامل حیاتی در زایش ایده‌های جدید، خلق شرکت‌ها و کسب وکارهای جدید و به‌طور کلی، پرورش اقتصاد است. هر چند برخی محققان هنوز در وجود رابطهٔ معنادار بین افزایش کارآفرینی و میزان اشتغال و رشد اقتصادی در تردید به‌سر می‌برند (پرتو،۲۰۰۶). اما مواردی که تقریباً مورد توافق تمام اندیشمندان این حوزه است، این است که کارآفرینی و کسب وکارهای نوپا سهم به‌سزایی در رشد اقتصادی هر جامعه‌ای دارند (باپتیستا و مادرگا[3]، ۲۰۰۵).

کشورهای مختلف در سه دههٔ گذشته در زمینهٔ کارآفرینی برای فایق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به راه حل‌هایی از جمله، توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان، انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه روی آورده‌اند (مقیمی و همکاران،۱۳۸۳). از سوی دیگر، امروزه به علت گرایش افراد به فعالیت‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی به موضوع مهمی تبدیل شده است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیهٔ کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد.

آموزش کارآفرینی روندی است که از دههٔ ۱۹۶۰ میلادی با فعالیت‌های مک‌کله‌لند و آموزش بازرگانان هندی آغاز شد و از اوایل دههٔ ۱۹۸۰میلادی بود که به آن توجه بسیار جدی صورت گرفت، بعد از آن دانشگاه‌ها با ایجاد دوره‌ها و حتی رشته‌های کارآفرینی اقدام به تربیت علاقه‌مندان و دانشجویان در مقاطع مختلف دانشگاهی (کاردانی، کارشناسی، کارشناسی‌ارشد و دکتری) و پیش دانشگاهی (دبیرستان، راهنمایی و ابتدایی و حتی پیش از

1. Hisrich & Piter and shepherd
2. Johnson
3. Baptisa & Madruga, P

دبستان) نیز کرده‌اند و امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مؤسسات آموزشی تبدیل شده است (دایره‌المعارف کارآفرینی،۱۳۸۳، ص۹۵). به خاطر عدم توافق و اجماع عمومی در زمینهٔ مفهوم کارآفرینی در آموزش‌عالی، نوعی سردرگمی و اختلاف عقیده در زمینهٔ ادبیات و محدوده‌های آموزش کارآفرینی نیز وجود دارد، به‌طوری که تفاسیر و تعاریف مختلفی از آموزش کارآفرینی ارائه شده است. در رابطه با آموزش کارآفرینی دو مفهوم در ادبیات مشاهده می‌شود:

۱. آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه، به دامنهٔ وسیعی از شایستگی‌ها و توانمندی‌ها جهت یادگیری کارآفرینانه تأکید دارد (کوریلسکی، ۲۰۰۴: گیب، ۲۰۰۲).
۲. آموزش کارآفرینی، تأکید بر ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و مهارت‌هایی دارد که افراد برای راه‌اندازی، رشد و مدیریت کسب و کار بایستی به آنها مجهز شوند (کوریلسکی، ۲۰۰۴: گیب، ۲۰۰۲).

امروزه در اکثر دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته، آموزش و ترویج کارآفرینی جزء مهم برنامه‌های این دانشگاه‌ها هستند، این دانشگاه‌ها سعی می‌کنند با تجاری کردن دانش علاوه بر توسعهٔ منابع مالی دانشگاه، دانشجویان را نیز به سوی استفاده از دانش‌آموخته شده در راه کسب درآمد و سود حاصل از آن سوق دهند. موضوع کارآفرینی به‌گونه‌ای رشد کرده که برای مثال در آمریکا بیش از ۲۲۰۰ واحد درسی در این زمینه در بیش از ۱۶۰۰ واحد آموزشی ارائه می‌شود (کاتز،۲۰۰۳). به زعم گارتنر (۱۹۹۴) موضوع اصلی در زمینهٔ آموزش کارآفرینی این است که آموزش این مقوله با آموزش دیگر مقوله‌ها مثل اشتغال تفاوت دارد. آغاز یک فعالیت اقتصادی با موضوع مدیریت آن کاملا متفاوت است. آموزش کارآفرینانه باید به ماهیت یک فرصت شغلی اشاره کند (گارتنر، بیرد و استار[1]، ۱۹۹۲). دست‌یابی به این منظور، در گرو ارائهٔ دروسی است که مهارت‌های دانش‌آموزان و دانشجویان را در زمینهٔ برقراری ارتباط، مدیریت، تولید فرآورده‌های جدید و داشتن فکر خلاق و دسترسی به فن‌آوری نوآورانه تقویت کند (مکمولن و لنگ۲، ۱۹۸۷). دیگر زمینهٔ کاری و تحقیق که برای آموزش کارآفرینی اهمیت دارند شامل: آگاهی از تعداد مشاغلی که کارافرین می‌تواند انتخاب کند (دانکلز۳، ۱۹۹۱ ، هیلز، ۱۹۸۸)، توانایی رویارویی صحیح با ابهامات (رنستات۴، ۱۹۸۷). ویژگی‌هایی که شخصیت کارآفرینان را تعریف می‌کند (هیلز۵،۱۹۸۸، یونگ۶، ۱۹۹۳)، و بالاخره موانعی که در هر یک از مراحل اجرای کارهای پرخطر وجود دارد (لنگ، ۱۹۸۷). این دانشمندان دریافتند که یادگیری در زمینهٔ انتقال تجربیات و در مقایسه با مطالعهٔ کتب درسی، هم فراگیرتر است و هم کاربردهای متنوعی دارد. ابزارهایی که در آموزش کارآفرینی به‌کار می‌روند، شامل موارد زیر هستند: طرح‌های کسب و کار (وسپر و گارتنر، ۱۹۹۱)، شروع به کار دانشجویان در فعالیت‌های اقتصادی (هیلز، وسپر و داویدسون، ۱۹۹۸)، مشاوره با

1. Gartner&Bird& Star
2. Mcmullan& Long
3. Donckels
4. Ronstadt
5. Hills
6. Yong

کارآفرینان شاغل (کلات، ۱۹۸۸ و سالمن و همکاران[1]، ۱۹۹۴)، مصاحبه با کارآفرینان و بررسی‌های محیطی (سالمن و همکاران، ۱۹۹۱)، قرار گرفتن در محیط‌های واقعی (گارتنر و وسپر، ۱۹۹۴) و استفاده از فیلم‌های آموزشی و سفرهای مربوط (کلات[2]،۱۹۸۸).[3]

بنابراین، نتایج مطالعات به‌دست آمده پیرامون مقوله آموزش کارآفرینی مؤید آن است که پیشرفت‌ها و فعالیت‌های اخیر که در برنامهٔ آموزش کارآفرینی ایجاد شده قابل توجه است. لذا، با توجه به‌وجود چالش‌های سخت و دشوار در تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی عصر حاضر که در نتیجهٔ آهنگ سریع پیشرفت‌های تکنولوژیکی، پویایی اقتصاد جدید، جهانی شدن و غیره به‌وجود آمده است نظام‌های آموزشی نیز باید در حال تغییر باشند. این بدان معناست که دانشگاه‌ها باید دربارهٔ ارتقاء و توسعهٔ آموزش کارآفرینی بیاندیشند. آموزش کارآفرینی خویش‌فرمایی را به‌عنوان یک مسیر شغلی پایدار و جایگزین تقویت کرده و همچنین دانش، شایستگی‌ها و توانایی‌های دانشجویان را که برای ایجاد و راه‌اندازی یک شرکت لازم و ضروری است، در اختیار آنان قرار دهند. وسپر(۱۹۹۹) معتقد است هنوز یک کار ناتمام مربوط به قرن بیستم باقی مانده و آن قانونی کردن و تثبیت کارآفرینی به‌عنوان یک رشتهٔ دانشگاهی است. مسائل دیگری نیز از سوی وسپر طرح شده که شامل موارد زیر می‌شود: ارائهٔ الگو، محتوای کاری، متعادل کردن زمینه‌های تحقیقی، استقلال و جدایی این رشته، استمرار و ثبات آن.

هر چند می‌توان ادعا کرد که بحث قانونی شدن آموزش رشتهٔ کارآفرینی طی چند سال اخیر و در حال حاضر و با وضع کنونی در کشورمان تا حدود زیادی حل شده است، اما هنوز هم موانع و چالش‌های زیادی بر سر راه این رشتهٔ نوپا وجود دارد. در این پژوهش سعی بر آن است ضمن شناسایی مشکلات و چالش‌های توسعهٔ آموزش کارآفرینی با استفاده از تجربیات سایر کشورها در این زمینه، راهکارهای لازم ارائه شود.

فلسفهٔ آموزش کارآفرینی

معمولاً وقتی از آموزش کارآفرینی بحث می‌شود، به معنی آن است که ما سه قضیه یا فرضیهٔ بدیهی را قبول کرده‌ایم: فرضیهٔ اول می‌گوید، کارآفرینی می‌تواند یاد گرفته شود و آن منحصراً یک توانایی ذاتی نیست. دوم اینکه: کارآفرینی همچنین می‌تواند تدریس شود. این بدان معنی است، که یادگیری تنها از طریق تجربه کردن در زمینه و شرایط کارآفرینانه کار کردن به‌دست نمی‌آید، بلکه از طریق تلاش‌های آموزشی نیز می‌تواند صورت پذیرد. همچنین، بر طبق فرضیهٔ سوم: آموزش کارآفرینی می‌تواند از طریق دوره‌هایی که توسط دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی برگزار می‌شود، انجام پذیرد (کلاندت، ۲۰۰۶، ص۱۵).

به‌زعم نورفدزیلا[4] (۱۹۹۴)، آموزش یک راهبرد بنیادی برای تغییرات روان‌شناختی و اجتماعی انسان‌ها جهت صنعتی شدن و توسعهٔ جامعه به‌شمار می‌رود. چنانچه افراد یک جامعه ویژگی‌های کارآفرینانه نداشته باشند یا این ویژگی‌ها در آنها ضعیف باشد، می‌توان از

1. Solomon and etal
2. klatt
3. موارد مهم و نکته‌های کلیدی در ارتباط با این برنامه‌های آموزشی:
Http//www.usasbe.org
4. Norfadzillah

طریق آموزش کارآفرینی این مسئله را جبران نمود. بنابراین، آموزش کارآفرینی بدان معنی است که از طریق آن فراگیران رفتار سنتی نظام ارزشی و روان‌شناختی خود را تغییر می‌دهند تا جهت تولید کالا یا ارائهٔ خدمات جدید با ترکیب عوامل تولید، و با توجه به فرصت‌ها، خلاق و نوآورانه عمل نمایند.

رینولد و دیگران[1] (۲۰۰۱)، در نتایج مطالعات خود اثرات اقتصادی آموزش کارآفرینی را عبارت از موارد زیر می‌دانند:

۱.آموزش کارآفرینی مشارکت بخش خصوصی را جلب می‌کند.

۲.آموزش کارآفرینی استقلال مالی افراد کارآفرین را سبب می‌شود.

۳.آموزش کارآفرینی باعث افزایش انتقال فناروی از دانشگاه به بخش خصوصی خواهد شد.

همچنین، کوریلسکی (۲۰۰۴) معتقد است آموزش کارآفرینی، توانایی دانش‌آموختگان را در کسب ثروت و افزایش تمکن مالی بیشتر می‌کند، حدودا درآمد سالانهٔ افراد کارآفرین ۲۷ درصد بیشتر از متوسط درآمد سالیانهٔ دانش‌آموختگان غیر کارآفرین است. آموزش کارآفرینی حمایت از خلاقیت و نوآوری را افزایش می‌دهد، دانش‌آموختگان کارآفرین استعداد و شایستگی بیشتری در توسعهٔ محصولات جدید نسبت به دانشآموختگان غیرکارآفرین دارند. این افراد زمان بیشتری را در تحقیق و توسعهٔ فعالیت‌های مرتبط با کار صرف می‌کنند. نوه‌ابراهیم و تندسته (۱۳۸۷)، در نتایج پژوهش خود بیان می‌کند که ایجاد انکوباتورها (مراکز رشد) و آموزش قابلیت‌های کارآفرینانه در برنامه‌های درسی گامی مهم در جهت بهبود شاخص‌های کارآفرینی در فراگیران است. واقعیت این است که آموزش کارآفرینی می‌تواند اثرات بسیار زیادی را در جامعه به دنبال داشته باشد. این اثرات را می‌توان در ابعاد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار داد. از ابعاد بسیار مهم آموزش کارآفرینی، ایجاد نگرش کارآفرینانه در افراد برای ایجاد شغل و استخدام افراد می‌باشد که از جهت اقتصادی موجب، رونق اقتصادی، رفاه اجتماعی، کاهش تنش‌های ناشی از بیکاری و همچنین جنبه‌های روانی آن بر افراد بیکار به دنبال داشته و به‌عنوان یک مزیت غیر قابل انکار برای آموزش کارآفرینی محسوب شود.

آموزش کارآفرینی در سطح آموزش‌عالی

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعهٔ آن موجب شده، موجی از سیاست‌های توسعهٔ کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. امروزه در هر دانشگاهی تقریباً یک درس کارآفرینی ارائه می‌شود (بیچارد و گرگوری، ۲۰۰۵). سابقهٔ آموزش کارآفرینی در آموزش عالی در کشورهای در حال توسعه به اوایل ۱۹۹۰ برمی‌گردد (اسکندری، ۱۳۸۵). در ایران تا آغاز برنامهٔ سوم توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به کارآفرینی توجهی نشده بود، اما در این برنامه به علت وجود بیکاری گسترده به ویژه در میان جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و پیش‌بینی تشدید این معضل در دههٔ ۱۳۸۰، کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت. لذا در دههٔ اخیر، دولت ایران از کارآفرینی حمایت کرده است و در برنامهٔ سوم و چهارم توسعه، راهکارهای کارآفرینانه برای حل مشکلات اقتصادی پیشنهاد

1. Rinold and et al

گردیده است. طرح توسعهٔ کارآفرینی در دانشگاه‌ها (کاراد) طرحی است که در برنامهٔ سوم توسعه (۱۳۸۴-۱۳۷۹) توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ۱۳ دانشگاه ایرانی به اجرا درآمد. در این طرح، در ایجاد روحیه و فرهنگ کارآفرینانه و ساختن مؤسسات حمایتی و رفاهی همچون مراکز کارآفرینی، پارک‌های علوم و فناوری و تسهیلات واسط، سرمایه‌گذاری شد. در برنامهٔ چهارم توسعه (۱۳۸۸ – ۱۳۸۴)، اهمیت بیشتری به برنامه‌های توسعهٔ کارآفرینی از طریق آموزش و حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم انجام گرفت. هم‌اکنون مراکز توسعهٔ کارآفرینی و نوآوری در ۱۰۶ شعبهٔ دانشگاهی، انواع دوره‌ها به افرادی که خواهان ایجاد کسب و کار یا یک شرکت هستند، ارائه داده می‌شود. چند دانشگاه نیز دوره‌های تربیت معلم در این زمینه ارائه می‌دهند. اما در این میان، تنها چند دورهٔ انتخابی ارائه داده می‌شوند، همچون "مبانی مدیریت کارآفرینی" و "مقدمه‌ای بر کارآفرینی"، که در آنها مسائل و مهارت‌های مربوط به نوشتن طرح کسب و کار و شروع و مدیریت کسب و کار، یاد داده می‌شود. هم‌اکنون بیش از بیست پارک علوم و فناوری در ایران افتتاح شده‌اند که به ایجاد صنایع "دانش مبنا" مشغولند. هدف اصلی پارک علوم و فناوری، کارآفرینی با ایجاد ارتباط میان منابع علمی و اقتصادی یک منطقه می‌باشد. این کار در پارک‌های علوم و فناوری با کمک به افراد برای بنیان‌گذاری سازمان یا شرکت، آموزش، مشاوره و ارائهٔ خدمات با هزینهٔ پایین و اجارهٔ کم‌قیمت مکان برای برقراری کسب و کار جدید انجام می‌گیرد. بیش از پنجاه وبگاه ایرانی در زمینهٔ کارآفرینی ایجاد و تعداد زیادی کتاب و هزار مقالهٔ علمی از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۹ در زمینهٔ کارآفرینی در ایران به چاپ رسیده است.

چالش‌های مربوط به کارآفرینی در ایران را می‌توان نتیجهٔ تحولات پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی جامعه دانست. دانشگاه‌ها می‌بایست با تقاضای روزافزونِ اتکا به نفس و استقلال بیشتر و برنامه‌ریزی‌های استراتژیک با رویکرد کارآفرینانه روبه‌رو شوند، که هم‌زمان باعث به وجود آمدن فرصت‌های بیشتر و بالا رفتن میزان ریسک می‌شود. برای فعالیت در این فضا، می‌بایست به صورت رقابتی منابع موجود را تا حداکثر ممکن به‌کار گیرند و همچنین فرصت‌های جدید و متنوع یادگیری برای خود و برای دانشجویان به‌وجود آورند. بنابراین، می‌توان گفت اگرچه موضوع آموزش و پرورش کارآفرینان از ابتدای برنامهٔ سوم توسعهٔ اقتصادی کشور مورد توجه قرار گرفته، اما نخستین گام رسمی جهت آموزش کارآفرینی با تصویب طرح کاراد در سال ۱۳۷۹ برداشته شده است. لیکن، وقتی به مقایسهٔ آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه در ایران و سایر کشورها مخصوصاً کشورهای اروپایی و آمریکایی توجه می‌شود، علاوه بر مشخص شدن میزان فاصلهٔ بسیار زیاد با آنها، به ناکافی بودن آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور برخورد می‌شود (آراسته، ۱۳۸۲).

با عنایت به مراتب فوق می‌توان نتیجه گرفت، هرچند که نباید تلاش در خور توجه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در دهه‌های اخیر را جهت توسعهٔ دیدگاه کارآفرینانه و تربیت نیروهای متخصص نادیده انگاشت، اما نتایج پژوهش‌ها مؤید این است که میزان سرمایه‌گذاری و عدم توجه به ابعاد مختلف آن در اجرا، تمرکز بر آموختن دانش نظری به‌جای دانش کاربردی و مهارتی، عدم توجه به پرورش خلاقیت و توان ابتکاری یادگیرندگان، عدم تناسب محتوای برنامه‌های درسی با شرایط و نیازهای بازار کار (حاجی میررحیمی و

همکاران، ۱۳۸۸) عدم جدیت در آموزش دروس عملی و ناکارآمدی دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی کشور در عرصهٔ کار (حسینی و همکاران، ۱۳۸۸) از معضلات عمدهٔ این نظام در آموزش کارآفرینی می‌باشد. علاوه بر مشکلات یادشده، در پیاده کردن این برنامه‌ها در دانشگاه‌ها یک‌سری موانع، مشکلات و چالش‌ها ممکن است وجود داشته باشد، لیکن در این مقاله سعی می‌شود ضمن شناسایی موانع و مشکلات آموزش کارآفرینی در نظام آموزش‌عالی با استفاده از استراتژی‌هایی مبتنی بر تجربیات کشورهای پیشرفته و در حال توسعه از یک طرف و شرایط بومی کشور از طرف دیگر راهکارهای لازم ارائه شود.

چالش‌های آموزش کارآفرینی

افرادی که در زمینهٔ آموزش کارآفرینی به فعالیت می‌پردازند، باید بیش از یک محرک نقش ایفا کنند. امروزه پس از گذشت چندین سال از شروع جریان مربوط به کارآفرینی و آموزش آن دیگر نمی‌توان ادعا کرد که این رشته از دیگر زمینه‌ها متمایز است. باید با نگاهی متفاوت به آن نگریست و پذیرفت که این جریان وارد روند کلی و روزمرهٔ اقتصادی شده است. شاید بزرگ‌ترین تهدید برای این افراد نظیر افرادی که با اقتصاد درگیرند این باشد که به روند و جریان و تغییراتی که روی می‌دهد، بی‌تفاوتی نشان دهند. از آن‌جا که هر برنامهٔ تازه‌ای معمولاً با دشواری و مشکلات خاص مواجه می‌شود و با توجه به اینکه در زمینهٔ آموزش توسعهٔ کارآفرینی تجربیات لازم و کافی در دانشگاه‌ها وجود ندارد، ضمن اشاره به چند عامل که باعث بروز مسائل و مشکلاتی در این زمینه خواهد شد، راه‌حل‌های ممکن نیز ارائه می‌شود.

جدول ۱. موانع و راه‌حل‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی

چالش‌ها	راه‌حل‌ها
منابع درسی	ارائهٔ درس کارآفرینی به‌صورت یک درس پایه یا اصلی در رشته‌های مختلف
	توجه به محتوای کاربردی در آموزش کارآفرینی
	استفاده از روش‌های نوین تدریس
تعداد دانشکده‌ها و مراکز کارآفرینی	همکاری با سایر دانشکده‌ها
	ایجاد برنامه آموزش کارآفرینی قوی در امتداد سایر دروس تخصصی
	توسعهٔ آموزش کارآفرینی در مقاطع تحصیلات تکمیلی (کارشناسی‌ارشد و دکتری)
فناوری	شناسایی فناوری روز
	توسعه زیرساخت‌ها و دسترسی به اینترنت پرسرعت
	استفاده از رسانه‌های محلی
	آموزش‌های مجازی
اعتبارات	تجاری‌سازی دانش
	جلب حمایت از دولت محلی، منطقه‌ای و ملی
	استفاده از فارغ‌التحصیلان و کارآفرینان موفق
جامعهٔ دانشگاهی و	استفاده از فکر و عقیدهٔ کارآفرینان با تجربه و موفق

چالش‌ها	راه‌حل‌ها
عدم وجود سازگاری با تجارت و کسب وکار	بهره‌گیری از تجارب مدیران موفق در عرصهٔ صنعت و تولید
اساتید	ارتقاء سطح دانش حرفه‌ای اساتید نسبت به برنامهٔ درسی، اهداف، محتوا و روش‌های آموزش کارآفرینی
	ارتقاء سطح دستمزد
	استخدام و به‌کارگیری اساتید براساس شایستگی‌های حرفه‌ای
تحقیقات	جستجوی راه‌های کارآمدتر برای آموزش کارآفرینی در شرایط مختلف
	توسعهٔ تحقیقات در زمینهٔ کارآفرینی با توجه به مسائل کلی و جزئی

منابع درسی

یکی از چالش‌های آموزش کارآفرینی چالش در محتوا و شیوه‌های آموزشی کارآفرینی می‌باشد. منابع درسی موجود بیشتر فرهنگ استخدام شدن را که در برابر فرهنگ خویش‌فرمایی و ابتکار جویانهٔ فردی قرار دارد تبلیغ و تشویق می‌کند. با وجود اینکه فرایند ایجاد شرکت یک نوع انتخاب مسیر شغل برای دانشجویان فراهم می‌کند، هنوز در برنامه‌های درسی موجود در دانشگاه‌ها تمرکز در آماده کردن دانشجویان در مسیر تعهدات که به‌عنوان یک کارمند در سازمان‌ها که انجام کار به‌صورت یکنواخت و تکراری است، می‌باشد. فقط نمونه‌های کوچکی از دوره‌های دربارهٔ ایجاد شرکت‌ها وجود دارد و آن هم فقط در رشته‌های اقتصادی و مدیریت بازرگانی است. اهداف و دستاوردهای آموزش کارآفرینی در شمردن تعداد سازمان‌هایی که با کمک دانشگاه بنیان‌گذاری‌شده خلاصه نمی‌شود. آموزش کارآفرینی مَنِش کارآفرینانه، طرز برخورد با مسائل، و مهارت‌های شخصی را شامل می‌شود. به‌کار گرفتن این مهارت‌ها و شخصیت کارآفرینانه است که به تأثیر مثبت پایدار بر اقتصاد و اجتماع می‌انجامد. منابع درسی می‌بایست در راستای ایجاد روحیهٔ کارآفرینی و نوآوری در میان دانش‌آموزان و دانشجویان طراحی شوند. لیکن به‌زعم حیدری (۱۳۸۳) نظام آموزش و پرورش و آموزش عالی ایران به جای کارآفرین بودن کارجو پرور است و با هزینه‌های زیاد افرادی را تربیت می‌کند که فقط شکاف‌های شغلی تعریف شدهٔ نظام سنتی اداری را پر کنند. دلیل آن نیز عدم توجه به یادگیری عملیاتی و خلاقانه موضوعات درسی است. بر همین اساس نتایج مطالعات (نوه‌ابراهیم و تندسته، ۱۳۸۷) مؤید این است که مدارس ما در تقویت و پرورش شاخص‌های کارآفرینی در حد مطلوبی قرار ندارند. واحدهای درسی کارآفرینی در ایجاد مهارت‌ها و روحیهٔ کارآفرینی ناموفق بوده‌اند. کارآفرینی به‌صورت مستقل و نه به‌صورت نهادینه در انواع رشته‌های تخصصی، درس داده می‌شود. مواجهه با کارآفرینی در غالب یک درس به مَنِش یک کارآفرین و دیگر دستاوردهای مثبتی که از نهادینه شدن کارآفرینی انتظار می‌رود منجر نمی‌شود. واحدهای کارآفرینی اغلب به‌صورت انتخابی ارائه می‌شوند و محتوای آنها بیشتر ماهیت نظری و نه عملی دارند. دانشجویان نسبت به استفاده از روش‌های سنتی آموزشی در غالب کلاس و سخنرانی معترض هستند. بر این اساس، دانشگاه می‌تواند به دو صورت در فرایند ارتقاء و تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه مشارکت داشته باشد. ایجاد

برنامه‌ها و فعالیت‌هایی که مستقیماً دانشجویان را در برنامه‌های چون راه‌اندازی یک شرکت درگیر کنند. همچنین طراحی برنامه‌های درسی در تمام رشته‌های دانشگاهی که دانشجویان را به‌عنوان پایه‌گذاران شرکت آماده می‌کند. بنابراین، لازم است برنامه‌های آموزش کارآفرینی دانشگاهی مورد بازبینی قرار گیرد و موضوعات درسی، دوره‌ها و روش‌های آموزش به سوی کارآفرین‌مداری سوق داده شود.

کمبود تعداد دانشکده‌های کارآفرینی

این موضوع شامل کمبود دانشکده‌های کارآفرینی و مراکز کارآفرینی مربوط می‌شود که در تمامی رده‌های دانشگاهی محسوس است و دومین چالش در مورد فقدان مقاطع تحصیلی بالاتر (کارشناسی ارشد و دکتری) در این رشته است که خودبه‌خود باعث می‌شود تا از داشتن دانشکده‌های مستقل مربوط به رشتهٔ کارآفرینی محروم باشیم. مروری بر تجربهٔ مراکز آموزش عالی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که این مراکز با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که در آن قرار گرفته‌اند به یکی از این راه‌حل‌ها پرداخته‌اند و یا دوره‌های آموزشی با عنوان کارآفرینی راه‌اندازی کرده‌اند و یا اقدام به ایجاد یک مرکز رشد در دانشگاه نموده‌اند. در بسیاری از موارد نیز این دو راهکار به‌طور همزمان به‌کار گرفته می‌شود. پیش‌بینی مکانیزم‌های لازم در بهره‌گیری به‌صورت تکمیل‌کنندهٔ یکدیگر از جمله مسائلی است که نقش به‌سزایی در اثربخشی این راه‌حل‌ها دارد. نظام آموزش عالی کشور در یکی دو سال اخیر به موضوع تقویت و توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان توجه ویژه‌ای مبذول داشته و اقدام به سرمایه‌گذاری اولیه در اجرایی کردن این دو راه‌حل نموده است. ایجاد دوره‌ها و مراکز کارآفرینی و همچنین صدور مجوز و حمایت نسبت به راه‌اندازی مراکز کارآفرینی از اقدامات اجرایی است که در این رابطه شکل گرفته است. به‌منظور بهره‌گیری بیشتر از این دو حرکت، که به صورت کاملاً مستقل انجام شده است، لازم است کارکرد کل مجموعه‌های راه‌اندازی شده در دستور کار مدیران آموزش عالی قرار گیرد.

فناوری

در سال ۲۰۰۲ میلادی سالمن و همکاران وی در بررسی‌های گستردهٔ خود در زمینهٔ آموزش کارآفرینی با چالش جدید در مورد مسئلهٔ فناوری و استفاده از آن روبه‌رو شدند. آنان با استفاده از اطلاعات به‌دست‌آمده دربارهٔ آموزش کارآفرینی به این نتیجه رسیده‌اند که یک گرایش منفی در مورد استفاده از فناوری روز در زمینهٔ آموزش وجود دارد. این اطلاعات نشان می‌داد که تنها بیست و یک درصد از مراکز آموزشی برای ارائهٔ دروس مربوط از فناوری آموزش از راه دور کمک گرفته‌اند. واقعیت این است که آموزش کارآفرینی رشته‌ای نیست که بتوان بدون استفاده از فناوری و تکنولوژی روز تأثیرگذار شود، لازم است فناوری روز را شناسایی کرد و از آن در تمام آموزش‌های این رشته سود جست. آموزش کارآفرینی با فناوری روز می‌توانند در بسیاری از جهات نظام آموزشی را متحول کند. برای مثال برخی دانشگاه‌های دنیا مانند دانشگاه جرج واشنگتن که از فناوری کم‌نظیری بهره می‌برند، برای کارهای آموزشی خود نرم‌افزاری به نام "پروستوس" طراحی کرده است. مثال دیگر دانشگاه "بالستیت" که از طریق تلویزیون برنامه‌های آموزشی مربوط به دانشگاه پخش می‌شود، به

این صورت که برنامه‌ها ابتدا در استودیو ضبط برنامه تهیه شده و بعداً پخش می‌شود. مثال دیگر مربوط به مدرسهٔ بازرگانی دانشگاه ایندیانا می‌شود که برنامه‌های آن روی شبکهٔ اینترنت پخش می‌شود. واقعیت این است که این شیوهٔ گسترش و فراگیر آموزش کارآفرینی به سرعت در طول ساله‌ای آتی ادامه خواهد یافت.

اعتبارات

سؤال مهمی که مطرح است، این است که چه منابعی برای بهره‌برداری و کسب حمایت لازم در دانشگاه وجود دارند یا چه کسانی می‌توانند به آموزش کارآفرینی دانشگاهی کمک کنند؟ بررسی تجربیات دانشگاه‌هایی که در زمینهٔ آموزش کارآفرینی موفق بوده‌اند، نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها می‌توانند با تجاری‌سازی دانش موجود خود، استفاده از حمایت مؤسسات بازرگانی محلی و ملی، استفاده از حمایت مقامات دولتی و محلی و کسانی که خدمات حمایتی برای کارآفرینان ارائه می‌کنند از جمله سرمایه‌گذاران ریسکی، مشاوران حقوقی و حسابرسی در موقعیت‌ها و شرایط متفاوتی بهره‌مند شوند. برای مثال در دانشکده‌های فنی و مهندسی تحقیق دربارهٔ شرکت‌های پیشرو و دانش‌بنیان و فناوری روز در سطح بالا می‌تواند بسیار سودمند واقع شود و همچنین دانشکده‌های علوم اداری و اقتصادی می‌توانند با مشاوره در خصوص توجیه اقتصادی و فنی طرح‌ها و پروژه‌ها کمک‌هایی به جامعهٔ پیرامونی ارائه دهند. دانشکده‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی نیز می‌توانند دربارهٔ نحوه طراحی دوره‌های آموزشی و تدوین تقویم‌های آموزشی دوره‌های کارآفرینی و کسب و کار، شیوهٔ آموزشی و مشاوره‌های شغلی و...، سودمند واقع شوند. در کشور آلمان به‌منظور بهبود تسهیلات و اعتبارات مربوط به یادگیری کارآفرینی در دانشگاه‌ها دولت آلمان با همکاری بانک توازن آلمان اقدام به ایجاد کرسی‌های دانشگاهی برای کسب و کار نموده است. تحت مدل آزمایشی Exist شروع به ایجاد کسب و کارهای تکنولوژی از طریق دانشگاهی نموده و به بهترین کسب و کارهای تکنولوژی جوایزی اهداء می‌نماید. آخرین طرح حمایتی، اعطای بورس تحصیلی جزئی برای کمک به تدارکات ایجاد کسب و کار می‌باشد.

جامعهٔ دانشگاهی و عدم وجود سازگاری با صنعت و کسب وکار

همواره این پرسش وجود دارد که آیا کارآفرینان در فرایند آموزش موقعیتی هم‌تراز با استادان دارند؟ حتی اگر مؤسسه یا شرکت خاصی بتواند برای ایجاد این سازگاری تلاش‌ها و فعالیت‌های مستمری انجام دهد، باز هم این سؤال باقی است که آیا می‌توان این شکاف ایجادشده را از بین برد یا از رشد آن جلوگیری کرد؟ چه تعامل‌ها و گفتگوهای مفیدی صورت گرفته که می‌توان تأثیر مثبتی بر روند آموزشی داشته باشد؟ ابتدا باید از یک موضوع مطمئن شد و آن هم این است که آیا استادان کارآفرینی واقعاً به مباحث کلیدی و مفید می‌پردازند؟ آیا در مورد مشکل‌های ریشه‌ای و اصلی قضایا بحث می‌کنند یا به مسائل بی‌ارزش می‌پردازند. این موضوع مهم‌ترین نگرانی و دغدغهٔ فکری فعالان آموزش کارآفرینی است. دانشجویان این رشته باید به کارآفرینانی که برای رسیدن به وضع کنونی سختی‌های زیادی را تحمل کرده و حتی شکست‌هایی هم داشته‌اند، دسترسی داشته باشند تا از

تجربیات آنان سود ببرند. نظام آموزش عالی سه کارکرد دارد: ایجاد علم (تحقیق)، انتقال علم (آموزش)، و توزیع علم (خدمات).

نظام آموزشی کشور ایران بر اساس انتقال علم است و اهمیتی که به تحقیقات یا خدمات داده می‌شود ناچیز است. اما با نگاهی بنیادین این نتیجه حاصل آمد که دانشگاه‌ها و محیط کسب و کار در دو دنیای متفاوت عمل می‌کنند، یکی به دنبال دوندگی‌های روزمره و امرار معاش، و دیگری با دغدغهٔ برنامهٔ درازمدت برای انتقال علم. فقدان همکاری میان این دو بخش باعث شده که آموزش عالی با نیازهای بازار و جامعه در حال تغییر هماهنگ نباشد. لذا، چنانچه ما می‌خواهیم کارآفرینی را در جوانان ترویج و پرورش دهیم در آن صورت آموزش ما باید متفاوت از روش‌هایی باشد که ما هم‌اکنون برای آموزش آنان استفاده می‌کنیم. به‌طور کلی، می‌توان گفت که آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید ضمن توسعهٔ مهارت‌های فردی نسل آیندهٔ نوآوران تکنولوژی و مدیران، فرصتی برای ایجاد روابط قوی بین دانشگاه و صنعت به‌وجود آورد.

اساتید

یکی از چالش‌ها و موانع پیش‌روی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در توسعهٔ کارآفرینی، کمبود کادر هیئت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی از نظر تعداد، ترکیب، مراتب هیئت علمی و روزآمدی است و این به نوبهٔ خود مهم‌ترین موانع در برگزاری دوره‌های کارآفرینی دانشگاهی نیز به‌شمار می‌آید. لازم است ابزارهای پشتیبانی شامل تربیت مربیان و آموزگاران، ارزشیابی و اعطای مدارک، توسعهٔ زیرساخت‌ها و فعالیت‌های توسعهٔ منابع انسانی، استفاده از برنامه‌های آموزشی مناسب اعضای هیئت علمی توانمند و مربیان ماهر جهت نائل آمدن به اهداف کارآفرینی تدارک دیده شود.

برگزاری مستمر دوره‌های ضمن‌خدمت برای مدرسین درس کارآفرینی به‌منظور ارتقاء سطح علمی آنان، برگزاری همایش‌های منطقه‌ای در سطح مؤسسه و مرکز با دعوت از کارآفرینان موفق منطقه‌ای، انتشار نشریهٔ مرتبط با کارآفرینی با مشارکت فعال مدرسین و دانشجویان و تشکیل هسته‌های فنی و حرفه‌ای دانشجویی در سطح مؤسسه و مرکز به‌منظور تقویت روحیهٔ کارآفرینی در این زمینه بیش از پیش ضروری می‌باشد.

تحقیقات

کاتز (۲۰۰۳) اشاره می‌کند که بازار نشریه از مجله‌ها و گاهنامه‌هایی اشباع‌اند که بر سر چاپ و انتشار مقاله‌هایی با کیفیت پایین با هم در حال رقابت هستند. از دید وی مشکل دیگر این است که افراد متخصص و خبره در زمینهٔ کارآفرینی را مجبور می‌کنند تا مقاله‌های خود را در گاهنامه‌های کارآفرینی چاپ کنند. در ایران، بنا به دلایلی که در جدول (۱) به برخی از آنها اشاره شد، تحقیقات در زمینهٔ آموزش کارآفرینی توسعه نیافته است. بیشتر تحقیقات در زمینهٔ کارآفرینی به مسائل کلی می‌پردازد و در مورد گروه‌هایی غیر از گروه مورد مطالعه مصداق ندارند. همچنین، کمبود تحقیقات و اطلاعات در مورد آموزش کارآفرینی و سنجش میزان موفقیت آنها در یادگیری، رفتار، و منِش کارآفرینانه مانع اصلاح و پیشرفت در زمینهٔ

آموزش کارآفرینی می‌باشد. تحقیقات پیرامون آموزش کارآفرینی علاوه بر مسائل کلی لازم است تمام مؤلفه‌های آموزشی مؤثر بر توانمندی کارآفرینانه را مدنظر قرار دهد و با توجه به خلاءهای موجود در آموزش کارآفرینی راهکارهای کارآمدتر، جستجو و ارائه شود. تحقیقات لازم است در مسیر ارتقاء و کیفی‌سازی آموزش‌ها قرار گیرد.

واقعیت این است که موانع و چالش‌های توسعهٔ آموزش کارآفرینی دانشگاهی را می‌توان در سطوح مختلف خصوصی و دولتی و همچنین سطوح فردی، گروهی و ملی مطرح نمود. لذا با آموزش و اجرایی نمودن راهکارهای رفع موانع آموزش می‌توان از این موانع و مشکلات کاست. آنچه در این‌جا اهمیت دارد، جلب توجه عموم، سیاست‌گذاران، مجریان و نهادهای خط‌مشی‌گذار در زمینهٔ آموزش کارآفرینی به این مقوله است که رفع این موانع به امکانات زیر نیاز دارد:

- ✓ پرورش مربیان و اساتید مجرب که دارای تجربهٔ علمی و عملی در این زمینه باشند.
- ✓ تهیهٔ مطالب درسی مدون در این زمینه.
- ✓ تأمین منابع مالی برای آموزش کارآفرینی.
- ✓ بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری.
- ✓ الهام و بومی‌سازی نتایج مطالعات کشورهای پیشرفته در زمینهٔ آموزش کارآفرینی.

با عنایت به مراتب فوق به این نتیجه می‌رسیم که رفع موانع آموزش کارآفرینی قبل از اینکه یک حرکت علمی باشد، باید به یک عزم ملی تبدیل شود که افراد بتوانند استعدادهای کارافرینانهٔ خود را بدون ترس و با ثباتی اقتصادی و سیاسی پرورش داده و اطلاع‌رسانی نمایند و در این زمینه صرفاً به کتاب‌ها و مجلات و آموزش رسمی اکتفاء نکنیم.

پیشنهادات

با توجه به شرایط خاص هر کشور، مناسب نیست که طرحی را که متعلق به کشوری دیگر است، بدون اصلاحات لازم در کشور دومی اعمال کرد. با در نظر گرفتن این موضوع، سیاست‌گذاری‌های زیر پیشنهاد می‌گردد:

- ✓ منابع درسی متفاوتی باید برای آموزش کارآفرینی در رشته‌های مدیریتی و در رشته‌های غیر مدیریتی طراحی شود، و محتوای آن‌ها باید بنا بر تنوع مخاطبان انتخاب شوند.
- ✓ برای کاهش فاصلهٔ میان دوره‌های نظری از جهت توانمندی و مهارت کارآفرینانه، محتوای درسی واحد کارآفرینی دانشگاهی بیشتر بر اجرای فعالیت‌های تحقیقاتی مانند، تهیهٔ پروژهٔ کسب و کار و همچنین آشنایی با کارآفرینان موفق و آموزش خلاقیت و نوآوری، متمرکز گردد و آموزش قابلیت‌های کارآفرینی در برنامه‌های درسی در جهت بهبود و توسعهٔ این شاخص‌ها به‌عمل آید.
- ✓ توسعهٔ کارآفرینی و آموزش آن باید یکی از ارکان اصلی سازمان‌های محلی و سازمان‌های عمومی به‌حساب آید.
- ✓ از مطالعات و تجربیات کشورهای پیشرفته و درحال توسعه در زمینهٔ آموزش کارآفرینی دانشگاهی و توسعهٔ آن در نظام آموزش عالی که می‌تواند راهکارهای مناسبی برای ایجاد تحول در برنامهٔ آموزشی و درسی نظام آموزش عالی ارائه دهد، بهره‌گیری شود.

- ✓ شبکه‌های مجازی، فیلم‌های مستند، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و رسانه‌های جمعی می‌توانند با انتقال تجربیات کارآفرینان موفق به نسل‌های آینده، در ایجاد فرهنگ کارآفرینی مؤثر باشند.
- ✓ روش‌های سنتی و گذرا همچون سخنرانی و کلاس، در ایجاد خصلت‌های کارآفرینی مؤثر نیستند. روش‌های فعال همچون ساختن طرح کسب و کار، کارآموزی، دعوت از مهمانان کارآفرین، و کار پروژه در ایجاد خصلت‌های کارآفرینی موفق‌تر هستند. استفاده از روش‌های تعاملی باید تشویق شود.
- ✓ ایجاد کسب و کار در محیط مجازی، بانکداری اینترنتی، سرمایه‌گذاری خرد و بیمهٔ خرد می‌توانند به جذب سرمایه برای کسب و کارهای تازه تأسیس بیانجامند.
- ✓ واقعیت این است که ایران می‌بایست در زمینهٔ آموزش و توسعهٔ منابع انسانی کارآفرین سرمایه‌گذاری کند. پیشنهادات در این زمینه عبارتند از: استخدام اساتید ماهر و با تجربه در زمینهٔ کارآفرینی، ارائهٔ آموزش‌های تربیت معلم به کارآفرینان و صاحبان کسب و کار و ایجاد فرصتِ فعالیت‌های کارآفرینی در خارج از کشور (حتی به‌صورت جلساتِ آخر هفته) برای اعضای کادر علمی و اساتید.
- ✓ آموزش کارآفرینی حوزه‌ای نسبتاً جوان است و لذا به حمایت بخش خصوصی و دولتی نیاز دارد تا آموزش کارآفرینی به‌صورت پایدار در مدارس و دانشگاه‌ها، نهادینه شود.
- ✓ برنامه‌های کار و آموزش و کارگاه‌های آموزشی برای معلمان کارآفرینی باید در تمامی شهرستان‌ها ادامه و توسعه یابد. مبنای برنامه‌ریزی باید ایجاد موقعیت و تقاضا برای آموزش کارآفرینی و حمایت از معلمان در آموزش کارآفرینی باشد.
- ✓ کارآفرینی باید در برنامه‌های آموزشی عمومی گنجانده شود تا دانش‌آموزان تا قبل از رسیدن به دانشگاه روحیه و مهارت‌های کارآفرینی را در خود ارتقاء دهند. دوره‌ها باید عناصر نظری و عملی را در خود داشته باشند. درس آموزش کارآفرینی باید به تمام دانشجویان رشته‌های مدیریتی و غیر مدیریتی ارائه شود. باید تعداد دوره‌های کارآفرینی و تعداد مدارسی که دورهٔ کارآفرینی ارائه می‌دهند، افزایش یابد و دروس کارآفرینی در اختیار طیف وسیع‌تری از دانشجویان قرار گیرند. نهادینه‌ساختن کارآفرینی در نظام آموزشی و ایجاد دسترسی بیشتر به آموزش کارآفرینی اولین قدم در راستای ایجاد فرهنگ نوآوری و ساختن موجی جدید از افراد و سازمان‌های کارآفرین می‌باشد.
- ✓ تحقیقات در مسیر ارتقاء و کیفی‌سازی آموزش‌های کارآفرینی دانشگاهی در تمام ابعاد از برنامه‌ریزی تا اجراء و ارزیابی قرار گیرد.

منابع

اسکندری، فرزاد. (۱۳۸۵). بررسی و تبیین راهکارهای توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. رسالهٔ دکتری در رشتهٔ ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکدهٔ اقتصاد و توسعهٔ کشاورزی، پردیس علوم کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران (کرج).

آراسته، حمید (۱۳۸۲). کارآفرینی و آموزش‌عالی: اصول و موانع. مجلهٔ رهیافت، شمارهٔ ۲۹، (۵-۱۳).

احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۸). دایره‌المعارف کارآفرینی، تهران: بنیاد دانش‌نامه‌نگاری ایران، مؤسسهٔ کار و تأمین اجتماعی.
سند چشم‌انداز ۲۰سالهٔ نظام جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ ه.ش.
سند قانون برنامهٔ پنج‌سالهٔ پنجم توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۰-۱۳۹۴).
شریف، سید مصطفی و همکاران (۱۳۹۰). تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در ایران. فصل‌نامهٔ توسعهٔ کارآفرینی، سال سوم، شمارهٔ یازدهم، (۸۷-۱۰۶).
حاجی‌میررحیمی، سید داود و مخبر، عبدالله (۱۳۸۸). آموزش کارآفرینی و توسعهٔ آن در نظام آموزش‌عالی علمی – کاربردی کشاورزی. فصل‌نامهٔ پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شمارهٔ ۹، (۷۱-۸۴).
حیدری، ا. (۱۳۸۳). کارآفرینی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش‌عالی. فصل‌نامهٔ نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، تهران.
دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) ایران (۱۳۸۷-۱۳۸۸). ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران بر اساس جی.ای.ام، نتایج برنامه ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، تهران: دانشکدهٔ کارآفرینی دانشگاه تهران.
عزیزی، محمد (۱۳۸۸). بررسی وضعیت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران و ارائهٔ الگوی آموزش کارآفرینی. رسالهٔ دکترا در مدیریت آموزش‌عالی، دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
عزیزی، محمد (۱۳۸۳). بررسی ویژگی‌های فردی و روان‌شناختی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تهران. پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد در مدیریت آموزشی، دانشکدهٔ علوم تربیتی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
عزیزی، محمد (۱۳۸۶). چالش‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، تهران: فصل‌نامهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۳۸، ص۱۹-۲۵.
علی میری، مصطفی (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، و...، تهران: فصل‌نامهٔ توسعهٔ کارآفرینی، سال اول شمارهٔ اول، ص۱۳۳-۱۶۹.
کوراتکو، دانلد اف وهاجتس، ریچاردام (۱۳۸۳). نگرشی معاصر بر کارآفرینی (جلد اول و دوم). ترجمهٔ عامل‌محرابی، ابراهیم، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
مقیمی، فضل‌الله و همکاران (۱۳۸۳). گزارش نهایی طرح ارزیابی عملکرد دانشگاه‌های مجری طرح کاراد. تهران: سازمان سنجش و آموزش کشور.
نوه‌ابراهیم، عبدالرحیم و تندسته، اشکان (۱۳۸۷). مطالعهٔ شاخص‌های کارآفرینی در بین دانش‌آموزان سال آخر سه شاخهٔ نظری، فنی حرفه‌ای و کاردانش (مدارس متوسطهٔ شهرستان گرمسار. فصل‌نامهٔ رهبری و مدیریت آموزشی، سال دوم، شمارهٔ دوم، (۱۳۳-۱۴۵).
هیستریچ، رابرت‌دی، پیترز، پی‌مایکل (۱۳۸۵). کارآفرینی، ترجمهٔ فیض‌بخش، سید علیرضا و تقی‌یاری، حمیدرضا، تهران: مؤسسهٔ علمی انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.
Alicia Coduras Martínez, Jonathan Levie, Donna J. Kelley Rögnvaldur J. Sæmundsson, Thomas Schøtt and the Global Entrepreneurship (2010).Research Association (GERA).
Baptisa, R. & Madruga, P.(2005). Entrepreneurship, Reginal Development and job Creation: Discussion Paper on Entrepreneurship", Growh and Public Policy, Max Planck Institute of Economics.

Gibb, A. (2002), 'In Pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative deconstruction, new values, new way of doing thing and new combinations of knowledge." International Jornal of Management Rviews 4(3):pp.233-269-

Gibb, A. (2002). Crating conductive environments for learning and Entrepreneurship. Industry and higher education.pp(135-148).

Gartner, w.b. & Vesper, k.h. (1994). Experiments in enterpreneurship education: Success and failures. Journal of Business Venturing, 9, 179- 187.

James, T .)2005). Encyclopedia of technical and vocational education. An mol Publications PVT. Ltd, New Delhi.

Johnson, B. and L. Christensen (2008). Education Research: Quantitative, Qualitative and Mixed Approaches. Needham Heights: Allyn and Bacon - Henry, C., Frances, H., & Claire, L. (2003). Entrepreneurship Education and Training. London: Ashgate.

Hisrich, R.D. & peters,P. (2003). Entrepreneurship (5thED.). New delhi: Tata Mc Graw – Hill.

Hisrich, R.D. & peters,P. and SHEPHERD. D (2005). Entrepreneurship, Published by Mc Graw – Hill/ Irwin9 a business unit of the America,s new york, six edition.

Hills, G.E (1988). Variations in university entrepreneurship education: An empirical study of an evolving field. Journal of Business Venturing,3, 109-122.

Reynold, P. D., Camp, S.M., Bygrave, W. D., Autio, E. & Hay, M (2001). Global entrepreneurship monitor (Kauffman center for entrepreneurship leadership).

Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurship education is beginning. American Journal of Small Business. 11 (4), 37-53

Katz,J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. Journal of business venturing, 18 (2), 283-300

Klandt, Heinz: and Valkmann, Christine (2006). Development and Prospects of Academic entrepreneurship education in Germany: Higher School in europe, vol. 31, no. 2 Taylor and Francis Group.

UNESCO. 1997. Higher Education the Consequences Employment.

Magnos, K. (2000). Training Entrepreneurship at Universities: A Scandinavian Case Study, 45th ICSB World Conference, Brisbane, Australia, 7-10 June.

segal, G . and et al. (2005). The motivation to become and entrepreneurial behavior and research.11 (1). 42-57.

Solomon, G.T., Duffy, S., & Tarabishy,A. (2002). The state of Entrepreneurship education in the United states: a nationwide survey and analysis. International Jornal of Entrepreneurship education, 1(1),pp(65-86).

Schumpeter, y. (1954). History of Economic Analysis new york: oxford university press.

Torres, M. Preto(2006). "The Dynamics of Causality between Entrepreneurship and Employment", IEEE International conference on management of innovation and technology.

Webster,s new collegiate Dictionary, available at: www.merriam-webster.com

http://www.eurojournals.com

بررسی رابطهٔ ادراک از کلاس درس و تقویت مهارت‌های کارآفرینی هنرجویان هنرستان‌های دولتی کار و دانش شهر اهواز

رقیه گرایلی شیخ[1]
عبدالله پارسا[2]
یدالله مهرعلیزاده[3]

چکیده

هدف شاخهٔ کاردانش، تقویت نیروی انسانی مورد نیاز بخش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات براساس نیازهای توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است. برای تحقق‌این هدف، ابتدا باید بر روی محیط کلاس درسی که مهارت‌های اشتغال و کارآفرینی را تقویت می‌نماید سرمایه‌گذاری کرد. مقالهٔ حاضر در پی همین هدف صورت گرفته است. نمونهٔ آماری پژوهش شامل ۱۶۱ نفر از هنرجویان دختر و پسر هنرستان‌های دولتی که با روش تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شدند. پایایی پرسش‌نامهٔ ادراک از دورهٔ رامسدن (۱۹۹۹)؛(α = ./۷۶) و پایایی پرسش‌نامهٔ مهارت (α = ./۸۱) به‌دست آمده است. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد بین مهارت‌های کارآفرینی و ادراک کل از کلاس درس رابطه معناداری وجود ندارد. نبود رابطه بین مؤلفه‌های مهارت و ادراک، معلول فضای خشک و مستبدانه در کلاس درس است که جایی برای پرورش مهارت و استعدادهای خلاق هنرجویان باقی نمی‌گذارد. بنابراین، عناصر اساسی ساختار سنتی مانند متن دروس، روابط هنرآموز و هنرجو، روش‌های آموزشی، نظام نمره‌گذاری و ارزشیابی، تعاملات کلاس درس به‌عنوان جز کلیدی بازار کار، نیازمند به بازنگری و طراحی دوباره است.

واژگان کلیدی: کار و دانش، مهارت، ادراک.

۱. کارشناس‌ارشد تحقیقات آموزشی و مدرس دانشگاه، Email:s.g11135@yahoo.com
۲. استادیار دانشگاه شهید چمران اهواز
۳. استاد دانشگاه شهید چمران اهواز

مقدمه

تغییرات سریع و عمیق هزارهٔ سوم میلادی در تمام عرصه‌های زندگی بشر، نظام‌های آموزشی را بر آن داشت تا خود را با سرعت فزایندهٔ رشد فناوری و تحول در دنیای مشاغل و بر هم خوردن دائمی بین بازار کار و آموزش و پرورش هماهنگ سازد (جعفری هرندی و همکاران، ۱۳۸۱)؛ تا ضمن همسویی با دنیای کار و پیش‌بینی نیازهای اجتماعی، ظرفیت‌های کارآفرینی، ابتکار و خلاقیت را در نیروی انسانی توسعه دهد و توان و امکان اشتغال دانش آموختگان را فراهم سازند (زیرک مرادلو، ۱۳۸۷). بنابراین، نظام‌های تعلیم و تربیت بر خود لازم می‌دانند با راهبردها، رویکردها و شیوه‌های آموزشی متناسب به تربیت و تشویق افرادی بپردازند که قادر باشند ساختارهای سنتی را بشکنند و با شناخت فرصت‌ها، تغییرات گسترده‌ای در جامعه ایجاد کنند (مرادی، ۱۳۸۵). در این زمینه، یکی از مؤثرترین راهکارها برای ورود به دنیای کار، آموزش کارآفرینی در مدارس است. در همین راستا مسئولان آموزش و پرورش کشور ما، برای هماهنگ ساختن برنامه‌های آموزشی با ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان، نیازها و مقتضیات جامعه، شاخهٔ کار و دانش را تأسیس کردند و بر این باورند که با وجود این شاخهٔ تحصیلی هماهنگی بین نظام‌های آموزش و اشتغال بیشتر خواهد شد و در نتیجه یکی از اهداف اصلی کشور در جهت توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی تحقق خواهد یافت. این پژوهش درصدد آن است که با ارائهٔ مفهوم آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کارآفرینی، به اهمیت رابطهٔ محیط کلاس درس، شیوهٔ آموزش و نحوهٔ تدریس و در مجموع نوع محیط آموزشی که سبب تقویت مهارت‌های اشتغال می‌شود بپردازد.

آموزش کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان مهم‌ترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشورهای در حال توسعه می‌تواند نقش بسیار ارزنده‌ای در توسعهٔ اقتصادی جوامع جهان سومی ایفا نماید. مهم‌ترین اقدام برای توسعهٔ کارآفرینی در کشورهای جهان سوم آموزش آن در بین نیروهای جوان و تحصیل‌کرده است. از طرف دیگر، لازمهٔ آموزش کارآفرینی بررسی و شناخت وضعیت خصیصه‌های کارآفرینی است. سؤال مهمی که در این‌جا مطرح می‌شود این است که آیا کارآفرینان متولد می‌شوند یا اینکه پرورش می‌یابند؟ آیا واقعاً کسی را می‌توان کارآفرین کرد؟ به عقیدهٔ دراکر، کارآفرینی قابل یادگیری است. کارآفرینی درون هر کسی نهفته است، مانند توانایی شنا کردن، ابتدا در مورد آن چه می‌پنداشتید؟ پس از آنکه شروع به یادگیری کردید چطور؟ و پس از آنکه یادگرفتید؟ وی می‌گوید: «کارآفرینی جادو نیست. اسرارآمیز نیست. چیزی نیست که توسط ژن‌ها صورت گیرد. یک رشتهٔ علمی‌ست و مانند هر رشتهٔ علمی دیگری قابل یادگیری ست (دراکر[1]، ۱۹۸۵). همچنین، کراتکو نیز دراین رابطه می‌گوید: «واضح است که کارآفرینی قابل یادگیری ست. علی‌رغم وجود این افسانه که کارآفرینان ساخته نمی‌شوند بلکه متولد می‌شوند، آموزگاران و متخصصان کسب و کار و کارآفرینی هر روز در حال پرورش

1. Drucker

و تکامل‌اند» (متلی[1]، ۲۰۰۶). این موضوع نشان‌دهندهٔ یک واقعیت در مورد کارآفرینان است که آنها هر چند دارای ویژگی‌های بالقوهٔ خاصی همچون خلاقیت، نوآوری، توفیق طلبی، آینده‌نگری و خودباوری باشند، ولی همهٔ افرادی که دارای این ویژگی هستند کارآفرین نمی‌شوند. لذا، در این بین آموزش اثربخش در کنار فراهم شدن عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی می‌تواند به بارور شدن بذر کارآفرینی که به‌صورت خدادادی در وجود برخی انسان‌ها نهاده شده است، کمک نماید (شریفیان، ۱۳۸۷). بنابراین، در یک تعریف ساده، آموزش کارآفرینی فرآیندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا می‌باشد که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه به‌صورتی خلاق تربیت می‌شوند (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵). کایرو[2](۲۰۰۵) دربارهٔ کارآفرینی می‌گوید: به‌طورکلی، رفتار کارآفرینانه و مبتکرانه یعنی انسان با نگاه به اطراف خود و ترکیب عوامل گوناگون، واقعیتی کل‌نگرانه‌ای بسازد که تأثیر خود را در عمل نمایان سازد. حتی هنگامی که محیط پر از تناقض و عوامل گوناگون است، کارآفرین مناسب‌ترین چیز برای خود و ایده‌هایش انتخاب می‌کند. او تمامی موارد مورد نیاز خود را از یکجا جمع نمی‌کند بلکه هر ایده ممکن است از چندین جای مختلف نشأت گرفته باشد که همین امر باعث خلق چیزی نو می‌شود. پس آموزش کارآفرینی هم به‌عنوان روش و هم به‌عنوان محتوای آموزشی باید مورد استفاده قرار گیرد (رمز[3]، ۲۰۰۳).

از سوی دیگر، کارآفرینان افرادی هستند که نسبت به ویژگی‌های فردی خود، آگاه هستند و نسبت به افراد دیگر، بیشتر از این خودآگاهی در جهت فعالیت‌هایشان استفاده می‌نمایند. در حالی که شاید دیگران از این خودآگاهی استفاده ننمایند (دیمر وایرل، ۲۰۰۴). از جمله مهارت‌های کارآفرینی را می‌توان به استقلال‌طلبی (کالینز و موری[4]، ۱۹۶۴)، مرکز کنترل درونی (بروکهاوس وهارویتز[5]، ۱۹۸۶، شاپرو[6]، ۱۹۷۵)، خلاقیت (ویلکن[7]، ۱۹۷۹)، ریسک پذیری (بگلی و بوید[8]، ۱۹۸۷؛ بروکهاس، ۱۹۸۰، ویلکن، ۱۹۷۹)، توفیق طلبی (روچ و فریز[9]، ۲۰۰۵، بگلی و بوید، ۱۹۸۷، مک کللند، ۱۹۶۱) اشاره کرد (نقل در دویر، ساده و مالاک پینز[10]، ۲۰۱۰). در این زمینه پژوهش مهم دیگر دربارهٔ ویژگی‌های کارآفرین، پژوهش (کوریلیسکی[11]، ۱۹۸۰، نقل در رشید[12]، ۲۰۰۲) است که در آن ویژگی نیاز به موفقیت، خلاقیت و ابتکار، ریسک‌پذیری، تدوین هدف، اعتماد به نفس، مرکز کنترل درونی، نیاز به استقلال، انگیزش، تعهد و استقامت به‌عنوان ویژگی‌های مهم افراد کارآفرین شناخته شده‌اند. بنابراین، نظام‌های آموزشی و مدارس باید بتوانند ضمن غنی‌سازی محیط‌های آموزشی، روش و محتوای آموزشی برای پرورش مهارت‌های کارآفرینی در فراگیران، با تأکید بر تقویت آن

1. Matlay
2. Kyro
3. Remes
4. Collins & Moore
5. Brockhaus & Horwitz
6. Shapero
7. Wilken
8. Begley & Boyd
9. Rauch & Frese
10. Devir, Sadeh, Malach-Pines
11. Kourilsky
12. Rasheed

دسته از فعالیت‌هایی که بر رفتارهای کارآفرینانه و مبتکرانه صحه می‌گذارند، زمینه‌های رشد و توسعهٔ کارآفرینی را در آنان گسترش دهند. بنابراین، در دیدگاهی عمیق‌تر درک فرد از محیط کلاس درس و رابطه‌ای که می‌تواند با مهارت‌های اشتغال و کارآفرینی ذکر شده داشته باشد، دارای اهمیت به‌سزایی است.

ادراک از کلاس درس

ساختار کلاس درس و محیط یادگیری، برای توسعهٔ خلاقیت نقش به‌سزایی دارند (آمابیل[1]، ۱۹۹۶، نقل در لئونگ[2]، ۲۰۱۰). در واقع ساختار کلاس درس، زمینه و بافتی است که در آن یادگیری اتفاق می‌افتد. در ساختار کلاس، سیستم ارزشیابی، پیشرفت موفقیت‌آمیز به سوی اهداف را مشخص می‌کند و اطلاعاتی را در مورد ویژگی‌ها و خصوصیات با ارزش در مورد دانش آموزان، چگونگی ارتباط آنها با یکدیگر و همچنین ارتباط آنها با معلم و تکالیف درسی ارائه می‌کند (ایمز[3]، ۱۹۹۲). وی، ساختارهای کلاسی را بر حسب اهداف به دو دستهٔ تبحری و عملکردی تقسیم می‌کند و معتقد است که هرکدام از این ساختارها سبب ایجاد الگوی شناختی- انگیزشی متفاوتی در دانش‌آموزان می‌شود. دانش‌آموزان در ساختار هدفی تبحری، تمایل به انجام کارهای مشکل دارند و از لحاظ روانی، انگیزهٔ درونی و اعتماد به نفس بالاتری دارند، در نتیجه شکست را به‌راحتی قبول نمی‌کنند اما در ساختار عملکردی، دانش‌آموزان یادگیری را به‌عنوان دستیابی به اهداف دلخواهشان می‌بینند و میزان اعتماد به نفس و انگیزهٔ درونی‌شان پایین است (کیت لینگ و جان[4]، ۲۰۰۶). جو یادگیری تبحری باعث ایجاد اعتماد به نفس، استقلال و توسعهٔ انگیزهٔ درونی فراگیران خواهد شد (رو[5]، ۲۰۱۰). (ایمز، ۱۹۹۹، نقل در درسل، فشینگ، استر و برنر[6]، ۲۰۱۰) اذعان می‌دارد که هدف‌های ساختاری کلاس درس اشاره به این موضوع دارد که تا چه حد محیط‌های یادگیری اجازه می‌دهد که دانش‌آموزان هدف‌های ساختار عملکردی و یا هدف‌های ساختار تبحری را انتخاب کنند. کلاس درس با ساختار هدفی تبحری قوی، منجر به افزایش انگیزه در دانش‌آموزان می‌شود.

نیاز به استقلال، در الگوی انگیزشی به ادراکات شخص برای کنترل اعمال خود و موفقیت است که در پرورش انگیزهٔ وی بسیار مهم است. احساس خودمختار بودن و مستقل بودن در تکمیل تکالیف، شایستگی را در فرد ایجاد می‌کند که اعتماد به نفس او را افزایش می‌دهد. این نیازها تا حد زیادی، محصول محیط‌های اجتماعی است که میزان پذیرش، موفقیت و خودتنظیمی که توسط فرد به‌دست آید و زمینه‌هایی که می‌توان این نیازها را کشف و توسعه داد مربوط است (آردن و شونفولدر[7]، ۲۰۰۶). حمایت معلمان از استقلال دانش‌آموز به عقیدهٔ بسیاری از نظریه‌پردازان، نشانهٔ یک تدریس خوب است. معلمان باید برای افزایش استقلال دانش‌آموزان، از رفتارهایی مانند؛ سرکوب انتقادات و بی‌توجهی به نظرات مستقل

1. Amabile
2. Leong
3. Ames
4. Kit-ling & John
5. Rowe
6. Dresell, Fasching, Steuer, Berner
7. Urdan & Schoenfelder

دانش‌آموزان اجتناب کنند (دی بنث، تاندون و پوینتر[1]، ۲۰۰۷). (راین، یانگکورت و بیوبین[2]، ۲۰۰۷) اشاره می‌کنند؛ جهت- گیری هدفی دانش‌آموزان زمینه‌ای برای انگیزهٔ پیشرفت (نیاز به موفقیت) آنها است. کلاس درس می‌تواند انگیزهٔ موفقیت را بالا ببرد. یکی از این راه‌ها این است که معلمان، به‌طور مؤثر در کلاس درس ساختارهای گروهی را ایجاد کنند (آردن و شونفولدر، ۲۰۰۶). کار گروهی و رفتار تیمی دانش‌آموزان در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه مهم هستند. شناخت فرصت‌ها فقط یک فرایند شخصی نیست و می‌تواند با تعاملات فعال در درون یک تیم ساخته شود. دانش ارائه‌شده توسط تیم و دیدگاه‌های مکمل به عملکرد مثبت تیم کمک کند (هیتی، استنهولم، هنیون و سیکولالینو[3]، ۲۰۱۰). در مطالعات دیگر، توسعهٔ روحیهٔ تیمی در کلاس، به عنوان یک منبع مهم خلاقیت در نظر گرفته شده است (موریسون و جانستون[4]، ۲۰۰۳).

تأثیر شیوه‌های ارزیابی معلمان در کلاس درس نیز، روی ادراک دانش‌آموزان از ارزیابی محیط کلاس درس و جهت‌گیری هدفی آن‌ها مؤثر می‌باشد. وقتی معلمان از شیوه‌های رقابتی، نمره و امتحان استفاده می‌کنند، رویکرد هدفی عملکردی را در کلاس توسعه می‌دهند. اما وقتی تمرکز معلمان بر توسعهٔ مهارت‌ها، تبحر و بهبود باشد، دانش‌آموزان را به اتخاذ رویکرد جهت‌گیری تبحری هدایت می‌کنند (میس، آندرمن و آندرمن[5]، ۲۰۰۶). دانش‌آموزان در این کلاس‌ها (جهت گیری تبحری)، مهارت‌مدار هستند و وقتی با مشکل مواجهه می‌شوند از طریق تلاش و پشتکار به آن مسائل پاسخ می‌دهند (میلر و مرداک[6]، ۲۰۰۷). در ساختار هدفی تبحری، معلمان به درک و فهم و بهبود فعالیت‌های دانش‌آموزان تلاش می‌کنند و اشتباهات را به‌عنوان بخشی از فرایند یادگیری در نظر می‌گیرند (ایمز و میدگلی[7]، ۲۰۰۲، نقل در فریمن و آندرمن[8]، ۲۰۰۵). در همین زمینه (گیب، ۲۰۰۵، نقل در سیکولالینو، روسکوارا؛ ایکاولکو؛ ماتیلا و ریتکولا[9]، ۲۰۰۹) بیان می‌کند، آموزش کارآفرینی نیز بر فعالیت فراگیران در فرآیند یادگیری متمرکز است. شرایط یادگیری باید منعطف، متقابل و بر پایهٔ تکوین چندبعدی معلومات باشد. معلومات، جمع‌آوری می‌شوند و اشتباهات، جزئی از فرایند یادگیری محسوب می‌شوند.

ایمز (۱۹۹۲)، نمونه‌هایی از ادراک از ساختار کلاس را که باعث پیشرفت اهداف تبحری در کلاس می‌شود را شامل (تشویق دانش‌آموزان به انتخاب و تصمیم گیری)،(در نظر گرفتن پاداش و تشویق بر تلاش و پیشرفت دانش‌آموزان)، (تشویق دانش‌آموزان در به‌کارگیری فعالیت‌های گروهی)، (در اختیار گذاشتن زمان متفاوت برای تکلیف) و (اجرای ارزشیابی مبتنی بر پیشرفت و تبحر که جنبهٔ رقابتی ندارند)، عنوان کرده است.

---

1. Debnath, Tandon, Pointer
2. Rayne, Youngcourt, Beaubien
3. Hytti, Stenholm, Heinonen, Seikkula-Leino
4. Morrison & Johnston
5. Meece, Anderman, Anderman
6. Miller & Murdock
7. Midgly
8. Freeman
9. Seikkula-Leino, Ruskovaara, Ikävalko, Mattila, Rytkölä

در برخی از پژوهش‌ها نشان داده شده که میان پذیرش هدف‌های تبحری، مدت زمان صرف تکالیف یادگیری، ریسک‌پذیری و ترجیح برای کارهای چالش‌انگیز و همچنین استقامت در برابر مشکلات (باتلر[1]، ۱۹۸۸، الیوت و دوئک[2]، ۱۹۸۸، نقل درایمز، ۱۹۹۲) رابطه وجود دارد. برای پرورش ریسک‌پذیری، تورنر و مایر [3](۱۹۹۹)، یک روش ساختاری گفتمان (مدل داربستی) را پیشنهاد می‌کند، که در آن دانش‌آموزان با تعامل و پرسش از یکدیگر به روش‌های انگیزشی خودشان کمک زیادی می‌کنند. در این روش اشتباهات جزء فرایند یادگیری محسوب می‌شود، ریسک‌پذیری و پی‌گیری از چالش‌ها تشویق می‌شود و از روش تدریس سنتی جلوگیری می‌شود. معلمان با ایجاد احساس امنیت در محیط کلاس درس، به دانش‌آموزان، اجازه می‌دهند تا دانش‌آموزان، دست به ریسک‌های لازم برای یادگیری بزنند (نقل در آردن و شونفولدر، ۲۰۰۶). در واقع، ساختار کلاس بر اساس هدف‌ها و ارزش‌های معلم شکل می‌گیرد و تأثیر آن بر انگیزش و فعالیت دانش‌آموزان به چگونگی ادراک دانش‌آموزان از ساختار کلاس بستگی دارد (ایمز، ۱۹۹۲). اگر معلمان برای ایده‌های غیرعادی فراگیران ارزش قائل شوند، می‌توانند قدرت ابتکار را در فراگیران ارتقاء بخشند. بسیاری از ابداعات و اختراعات با یک سؤال عجیب و غیر عادی آغاز شده‌اند؛ بنابراین، معلمان باید از این نوع سؤالات در کلاس درس استقبال کنند. همچنین اگر در حل مسائل از دانش‌آموزان خواسته شود روی جنبه‌های متفاوت مسئله تمرکز کنند، امکان یافتن راه‌های متفاوت، افزایش می‌یابد. کیفیت سؤالات معلم از دانش‌آموزان نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در این زمینه دارد و سبب انعطاف‌پذیری در فراگیران می‌شود. معلم می‌تواند با تقویت کیفیت در کنار کمیت، سیلان فکر را نیز در دانش‌آموزان افزایش دهد (حسینی، ۱۳۸۵). بحث‌های کلاسی، به چالش کشیدن و تشویق افکار دانش‌آموزان موجب پدید آمدن مهارت‌های خلاقانه و ایده‌های بکر و نو می‌شود (بگتو[4]، ۲۰۰۷). به عقیدهٔ (رنزولی[5]، ۱۹۹۳، نقل در حسینی، ۱۳۸۵) انگیزه و علاقهٔ معلمان، اهمیت زیادی در یادگیری مطلوب دارد و معلمان به‌عنوان مشاور و سرمشق در رشد خلاقیت فراگیران، باید به محتوای رشتهٔ خود کاملاً تسلط داشته باشند و از روش‌های گوناگون تدریس آگاه باشند؛ چراکه در واقع، ساختار آموزشی (تدریس)، از مهم‌ترین ابعاد عملکرد معلمان است و معلم آگاه و توانا می‌تواند با بهره‌گیری از روش‌ها و راهبردهای خلاق تدریس، حتی محتوای نامناسب را خلاقانه تدریس کند و جو مناسب خلاقیت را در کلاس به‌وجود آورد. بنابراین، کلاس درس مبتنی بر روش‌های سنتی آموزش به تنهایی برای آماده کردن دانش‌آموزان برای مقابله با پیچیدگی‌ها و ایجاد یک کسب و کار جدید کافی نیستند (هونیگ[6]، ۲۰۰۴، نقل در پلتایر و اسکووتی، ۲۰۱۰).

1. Butler
2. Elliot & Dweck
3. Turner & Mayer
4. Beghetto
5. Renzulli
6. Peltier, Scovotti

جامعهٔ آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعهٔ آماری این تحقیق شامل کلیهٔ هنرجویان دختر و پسر سال دوم و سوم هنرستان‌های دولتی شهر اهواز در سال تحصیلی ۱۳۹۰- ۱۳۸۹ است. روش نمونه‌گیری تحقیق حاضر، تصادفی چندمرحله‌ای بوده که ابتدا از نواحی چهارگانه آموزش و پرورش شهر اهواز، ناحیهٔ ۲ و ۳ انتخاب شدند و سپس ازاین دو ناحیهٔ ۴ هنرستان و بعد از آن به تصادف از هر ناحیه، یک هنرستان دخترانه و یک هنرستان پسرانه انتخاب شدند. در مرحلهٔ بعد، از هر یک از هنرستان‌ها، دو کلاس (هر کلاس، ۲۰ آزمودنی)، یک کلاس که درس کارآفرینی را آموزش دیده اند و یک کلاس که هنوز این درس را آموزش ندیده‌اند، انتخاب شدند. در این مرحله از ۱۷۶ پرسش‌نامه که به پاسخ‌گویان داده شد، ۱۰ پرسش‌نامه به صورت ناقص برگردانده شد که از نمونه حذف شده و در مجموع ۱۶۶ پاسخ‌گو (۸۳ نفر پایه دوم، ۸۳ نفر پایه سوم) حجم نمونهٔ اصلی تحقیق حاضر را تشکیل داده‌اند.

روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر با توجه به اهمیت ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی در اشتغال از طریق آموزش آن و ارتباط آن با مهارت‌های کارآفرینی، از نوع کاربردی است.

پایایی و روایی ابزار تحقیق

در راستای هدف تحقیق، از دو پرسش‌نامه استفاده شده است که عبارتند از:

۱.پرسش‌نامهٔ جامع کارآفرینی دانشگاه دورهام انگلستان که شامل ۵۴ گویه در ۵ مقیاس فرعی «نیاز به موفقیت (۱۲ گویه)، نیاز به استقلال (۶ گویه)، ریسک‌پذیری (۱۲ گویه)، میل به خلاقیت (۱۲ گویه)، مرکز کنترل درونی (۱۲ گویه)» است و با استفاده از مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت «کاملاً موافقم، موافقم، تا حدودی، مخالفم، کاملاً مخالفم» تنظیم شده است. پایایی پرسش‌نامهٔ جامع کارآفرینی دانشگاه دورهام انگلستان در تحقیق شریفیان (۱۳۸۷)، (۸۱/. = α) به‌دست آمده و روایی آن نیز از نظر متخصص کارآفرینی، کایربای[1] (۲۰۰۶) مورد تأیید واقع شده است. در این تحقیق نیز ضریب آلفای به‌دست آمده (۸۷/. = α) نشانهٔ پایایی قابل قبول برای کل پرسش‌نامه است.

۲.پرسش‌نامهٔ سنجش ادراک هنرجویان نسبت به کلاس درس کارآفرینی، که با الهام از پرسشنامهٔ ادراک از دوره که توسط رامسدن (۱۹۹۲) طراحی شده و واف (۱۹۹۸) آن را مورد بازبینی قرار داده است. این پرسش‌نامه شامل ۳۳ گویه در ۵ مقیاس فرعی «اهداف روشن (۴ گویه)، تدریس خوب (۱۱ گویه)، ارزیابی مناسب (۵ گویه)، فشار کار درس (۴ گویه)، مهارت‌های آموخته‌شده (۹ گویه) است. پایایی پرسش‌نامهٔ ادراک از دورهٔ رامسدن (۱۹۹۹) در پژوهش (پارسا و ساکتی، ۱۳۸۴)، (۷۶/. = α) به‌دست آمده و با استفاده از تحلیل ماده، روایی آن نیز در حد بالایی گزارش شده است. روایی صوری این پرسش‌نامه با توجه به تغییرات اعمال‌شده، توسط اساتید و متخصصین در این حوزه تأیید شده و پایایی آن نیز محاسبه شده که ضرایب آلفای به‌دست آمده (۷۸/. = α) نشانهٔ پایایی قابل قبول برای کل پرسش‌نامه است.

1. Kirby

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از روش‌های آمار توصیفی برای محاسبه فراوانی، میانگین و انحراف معیار و از آمار استنباطی نظیر؛ ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش رابطهٔ ادرک هنرجویان نسبت به کلاس درس کارآفرینی با مهارت‌های کارآفرینی آنها استفاده شده است.

الف) یافته‌های توصیفی

جدول ۱. توصیف یافته‌های مربوط به مؤلفه‌های مهارت‌های کارآفرینی به تفکیک پایه

پایهٔ تحصیلی		نیاز به موفقیت	استقلال‌طلبی	ریسک‌پذیری	خلاقیت	مرکزکنترل	نمرهٔ کل مهارت
پایهٔ دوم	میانگین	۳/۶۶	۳/۴۳	۲/۸۶	۳/۱۳	۳/۵۳	۳/۳۲
	انحراف معیار	۰/۲۸	۰/۵۳۶	۰/۳۵۷	۰/۳۷	۰/۳۶۸	۰/۱۹
	تعداد	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳
پایهٔ سوم	میانگین	۳/۸۸	۳/۵۰	۲/۷۸	۳/۲۲	۳/۵۰	۳/۳۸
	انحراف معیار	۰/۳۱۵	۰/۵۷۹	۰/۴۵۸	۰/۳۸۷	۰/۳۴۸	۰/۱۵۳
	تعداد	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳
جمع	میانگین	۳/۷۷	۳/۴۷	۲/۸۲	۳/۱۷	۳/۵۲	۳/۳۵

جدول ۲. توصیف یافته‌های مربوط به خرده مقیاس ادراک از کلاس درس پایهٔ سوم به تفکیک جنسیت

جنسیت		ادراک از کلاس(کل)	مهارت‌های آموخته شده	فشار درس	ارزیابی مناسب	تدریس خوب	اهداف روشن
دختر	میانگین	۳/۲۳	۳/۳۳	۲/۸۰	۳/۱۷	۳/۴۳	۳/۴۱
	انحراف معیار	۰/۳۷	۰/۷۶۴	۰/۸۱	۰/۷۸۶	۰/۴۶۶	۰/۶۴۶
	تعداد	۴۱	۴۱	۴۱	۴۱	۴۱	۴۱
پسر	میانگین	۳/۰۴	۳/۳۱	۲/۷۰	۲/۶۰	۳/۱۵	۳/۴۱
	انحراف معیار	۰/۴۰	۰/۷۷	۱/۰۱	۰/۵۴۹	۰/۶۱۲	۰/۷۱۷
	تعداد	۴۲	۴۲	۴۲	۴۲	۴۲	۴۲
مجموع	میانگین	۳/۱۳	۳/۳۲	۲/۷۵	۲/۸۸	۳/۲۹	۳/۴۱
	انحراف معیار	۰/۴	۰/۷۶	۰/۹۱	۰/۷۳	۰/۵۶	۰/۶۷۸
	تعداد	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳	۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۲ همان‌طور که مشاهده می‌شود، بیشترین میانگین محاسبه‌شده در بین هنرجویان دختر مربوط به خرده‌مقیاس تدریس خوب (۳/۴۳) و کمترین میانگین نمرهٔ این گروه مربوط به خرده‌مقیاس فشار کار درس (۲/۸۰) است. در بین هنرجویان پسر بیشترین میانگین به خرده مقیاس اهداف روشن (۳/۴۱) و کمترین میانگین به خرده‌مقیاس ارزیابی مناسب (۲/۶۰) تعلق دارد. بیشترین میانگین ادراک از کلاس درس نیز متعلق به گروه دختران (۳/۲۳) است.

سؤال تحقیق

آیا بین ادراک هنرجویان آموزش‌دیده نسبت به کلاس درس کارآفرینی با استعداد کارآفرینی آنان رابطه وجود دارد؟

جدول ۳. رابطهٔ استعداد کارآفرینی و ادراک هنرجویان از کلاس درس کارآفرینی

متغیرها	استعداد کارآفرینی هنرجویان آموزش‌دیده
ادراک از کلاس درس	r =۰ /۱۸۷ و P <۰/۱۰

همبستگی مؤلفه‌های مهارت‌های کارآفرینی با خرده مقیاس‌های ادراک از کلاس درس کارآفرینی نیز محاسبه شده و در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۴. رابطهٔ مؤلفه‌های مهارت‌های کارآفرینی با خرده‌مقیاس‌های ادراک از کلاس درس

متغیرها		نیاز به موفقیت	استقلال‌طلبی	ریسک‌پذیری	خلاقیت	مرکز کنترل	استعداد پایه سوم
اهداف روشن	همبستگی	-۰/۲۶۲*	۰/۱۴۷	۰/۱۵۶	۰/۰۶۹	-۰/۰۴۶	-۰/۰۸۴
	سطح معناداری	۰/۰۱۸	۰/۱۸۸	۰/۱۵۹	۰/۵۳	۰/۶۸	۰/۴۶
ارزیابی مناسب	همبستگی	۰/۱۱۷	-۰/۱۰	-۰/۳۰**	۰/۱۰۷	۰/۰۴۹	-۰/۰۸۸
	سطح معناداری	۰/۱۶	۰/۳۵	۰/۰۰۵	۰/۳۴	۰/۶۶۵	۰/۴۴
فشار کار درس	همبستگی	۰/۲۸۵**	۰/۱۶	-۰/۱۱۷	۰/۲۱۶	۰/۰۹۵	۰/۳۴۷**
	سطح معناداری	۰/۰۱	۰/۱۵	۰/۲۹	۰/۰۵۲	۰/۴	۰/۰۰۲
تدریس خوب	همبستگی	۰/۱۴۷	-۰/۰۱۸	-۰/۰۶۳	۰/۲۱۳	۰/۱۵۲	۰/۱۸۳
	سطح معناداری	۰/۱۹	۰/۸۷	۰/۵۷۳	۰/۰۵۵	۰/۱۷۶	۰/۱۰
مهارت	همبستگی	-۰/۰۱۳	-۰/۰۰۶	۰/۱۹۵	-۰/۰۲۳	۰/۱۱۴	۰/۱۱۱
	سطح معناداری	۰/۹	۰/۹۵	۰/۰۸	۰/۸۴	۰/۳۱۲	۰/۳۳۴
ادراک کل	همبستگی	۰/۱۷۴	-۰/۰۰۹	-۰/۰۵۸	۰/۲۰	۰/۱۳۹	۰/۱۸۷
	سطح معناداری	۰/۱۲۳	۰/۹۳	۰/۶	۰/۰۷	۰/۲۲	۰/۱۰۱

*p <۰/۰۵ **p <۰/۰۱

همان‌طور که از جدول ۴ مشاهده می‌شود خرده‌مقیاس اهداف روشن با نیاز به موفقیت همبستگی منفی معنادار دارد. خرده‌مقیاس ارزیابی مناسب نیز، با مؤلفهٔ ریسک‌پذیری همبستگی منفی معنادار دارد. بین خرده‌مقیاس فشار کار درس با مؤلفهٔ نیاز به موفقیت و استعداد کارآفرینی هنرجویان آموزش‌دیده نیز همبستگی مثبت معنادار وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

چنان‌که می‌دانیم تحت شرایطی خاص، توانایی‌های یک کارآفرین شکوفا می‌شود و چیزی اندوهناک‌تر ازاین نیست که کارآفرین بالقوه‌ای نتواند به دلیل شرایط نامساعد، توانمندی‌های خود را بروز دهد. به گفتهٔ بارتلا، وقتی افراد مجبور شوند به جای بیان عقایدشان تقلید کنند و به‌جای انجام کارهای پرمعنی تنها به نظم و آراستگی تشویق شوند، خلاقیت نابود می‌شود. در پی این روند، کلاس‌های درس مملو از مفاهیم خشکی است که با سرکوب خلاقیت، مانعی برای رشد و شکوفایی استعدادهای کارآفرینی دانش‌آموزان به‌شمار می‌روند.

یافته‌ها در خصوص سؤال تحقیق نشان می‌دهد که بین ادراک از کلاس درس با مهارت‌های کارآفرینی هنرجویان رابطهٔ معناداری وجود ندارد. این یافته به ترتیب با مطالعات (باتلر، ۱۹۸۷، الیوت و دوئک، ۱۹۸۸، نقل درایمز، ۱۹۹۲)، در زمینهٔ پذیرش اهداف تبحری با ویژگی ریسک‌پذیری و تلاش درونی (مرکز کنترل)، همچنین با یافته‌های به‌پژوه و همکاران (۱۳۸۹) که بین پذیرش هدف‌های تبحری با خلاقیت رابطه وجود دارد، ناهمسو است و با گزارش تحقیق خدابنده‌لو (۱۳۸۹) مبنی براین که که از دیدگاه هنرجویان، مدارس نتوانسته‌اند عناصر کارآفرینی (استقلال‌طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و نوآوری) را در آنها پرورش دهند، همسو می‌باشد. در تحلیل یافته‌ها باید گفت؛ مهارت‌های کارآفرینی در محیط‌های آموزشی مطلوب، شکوفا و متبلور می‌شود. بنابراین، یکی از الزامات و روش‌های مهم برای تبلور آن، ایجاد فضای محرک، مستعد و به‌طورکلی خلاق است. در محیط آموزشی، معلمان باید زمینهٔ لازم و فضای مطلوب را برای دانش‌آموزان فراهم سازند. در زمینهٔ پرورش این ویژگی‌ها در هنرجویان طبق نتایج به‌دست آمده، ضرورت ایجاد ساختار تبحری در کلاس درس مورد تأکید قرار می‌گیرد. چرا که به‌نظر می‌رسد تنها در این ساختار است که ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، خلاقیت، استقلال فردی، مرکز کنترل و نیاز به موفقیت در یک فرد رشد می‌کند. از سوی دیگر، به عقیدهٔ (تاپولا و نیومیویرتا ، ۲۰۰۸) توصیف انگیزه‌های دانش‌آموزان از کلاس درس، تفسیر جامع‌تری در مورد ویژگی‌های کلاس و آنچه که در آن اتفاق می‌افتد به ما نشان خواهد داد. بی‌شک نظرات و ادراکات هنرجویان، به عنوان مشتریان بی‌واسطه و مستقیم هنرستان‌ها از ارکان مهم قضاوت در مورد عملکرد این مؤسسات آموزشی هستند. بنابراین، دیدگاه، نگرش و ادراکات آنها نسبت به محیط کلاس درس می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در پرورش مهارت‌های آنها داشته باشد. اما نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهندهٔ این امر است که بین ادراک دانش‌آموزان از کلاس درس و استعداد کارآفرینی به‌جز در چند مؤلفه رابطهٔ معناداری به‌دست نیامده است. با توجه به درک هنرجویان از ساختار کلاس باید گفت که بین ریسک‌پذیری و روش تدریس رابطهٔ معناداری به‌دست نیامد. بنابراین، می‌توان گفت که در این کلاس‌ها از روش‌های فعالی مانند روش

مذاکره‌ای (بی یر و راینر، ۱۹۸۹، نقل در جاویدی کلاته جعفرآبادی، ۱۳۸۶) و روش‌های داربستی (تورنر و مایر، ۱۹۸۹، نقل در آردن و شونفلدر، ۲۰۰۶) استفاده نمی‌شود. بین خلاقیت و هیچ‌یک از مؤلفه‌های ادراک رابطهٔ معناداری به‌دست نیامد. به عقیدهٔ بنت[1](۲۰۰۶) روش‌های فعال تدریس، بیشترین؛ و روش‌های غیرفعال تدریس، کمترین تأثیر را بر روی ویژگی‌های کارآفرینان خواهند داشت (نقل در ماسال ویبا، ۲۰۱۰)؛ اما تحقیق فونسکا و کانبوی (۲۰۰۶) نشان از روش‌های تدریس سنتی غالب در آموزش کارآفرینی دارند. ظاهراً در این کلاس‌ها نیز، معلمان از روش‌های تدریس خلاق استفاده نمی‌کنند، برای‌ایده‌های غیرعادی و سؤالات عجیب هنرجویان ارزشی قائل نیستند و از آنها استقبال نمی‌کنند و اشتباهات را به‌عنوان بخشی از فرایند یادگیری در نظر نمی‌گیرند. بین نیاز به استقلال و دیگر مؤلفه‌های ادراک رابطهٔ معناداری به‌دست نیامد. می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که در این‌گونه کلاس‌ها به عقاید مستقلانه، خودمختاری در تکلیف و شایستگی هنرجویان توجهی نمی‌شود. در این رابطه ون گلدرن (۲۰۱۰) در تحقیق خود در ویژگی استقلال به این نکته اشاره می‌کند که توجه خیلی کمی به مقتضیات فردی، نیازها و ترجیحات دانش‌آموزان در کلاس درس می‌شود. آموزش کارآفرینی بدون تمرکز بر استقلال و انجام کارهای مستقلانه و شخصی به زیان جامعه آموزشی است و این در حالی است که کارآفرینان فردا همواره با عدم اطمینان و ریسک روبه‌رو هستند.

بخشی از ساختار کلاس درس، بر اساس اهداف و ارزش‌های معلم شکل می‌گیرد. بنابراین، ما نیاز به معلمان متبحری داریم که در کلاس درس با اهمیت دادن به درک و فهم عمیق دانش‌آموزان برای تقویت یادگیری، ساختار تبحری را ایجاد کنند و امکان رشد و پرورش مهارت‌های کارآفرینی را در هنرجویان فراهم آورند. اما طبق مطالعات (فریمن و آندرمن، ۲۰۰۵) یکی از علت‌هایی که در مدارس متوسطه جهت‌گیری تبحری کاهش می‌یابد به این دلیل است که معلمان آنها، تمایلی به ایجاد ساختار تبحری در کلاس ندارند.

اما بین برخی از مؤلفه‌های ادراک از کلاس با استعداد کارآفرینی رابطهٔ معناداری به‌دست آمده است؛ بین اهداف روشن و نیاز به موفقیت رابطهٔ منفی معناداری به‌دست آمد؛ شاید بتوان گفت طرح اهداف چالش‌برانگیز که نیازمند جستجوهای عمیق‌تر و تأملات ذهنی جدی‌تر هستند، در برانگیختن نیاز به موفقیت افراد تأثیرگذارتر است. ممکن است سادگی بیش از حد معقول اهداف و انتظارات معلمان در کلاس‌های درس این ذهنیت را به دانش‌آموزان القاء کند که لازم نیست خیلی خودشان را به زحمت بیاندازند و به سادگی از عهدهٔ تأمین انتظارات معلمان خود بر می‌آیند. بین ریسک‌پذیری و ارزیابی مناسب رابطهٔ منفی معناداری به‌دست آمد؛ می‌توان‌این طور نتیجه گرفت؛ ارزیابی معلم و امتحان به‌صورت حفظی، کلیشه‌ای و تعاریف و در مجموع روش‌های سنتی باعث شده که هنرجویان با همان روش ارزشیابی حفظی و کلیشه‌ای به معلم پاسخ می‌دهند و چندان دست به ریسک‌های لازم در زمینهٔ انجام تکالیف و وظایف مربوط به یادگیری و امتحان نزنند.

بین فشار درس، نیاز به موفقیت و استعداد کارآفرینی کل، رابطهٔ مثبت معناداری به‌دست آمد. یعقوبی نجف آبادی (۱۳۸۹) در تحقیق خود اذعان می‌کند، محیط مناسب برای

1. Benet

یادگیری کارآفرینانه باید به‌گونه‌ای باشد که به‌طور ناگهانی تکالیف و وظایف به افراد داد و آنها را تحت فشار قرار داد. به نظر می‌رسد، سنگینی تکالیف و فشار درس و یا طبق تحقیق تن (۲۰۱۱)، فشار امتحان، فشار زمان و شکل تعاملات کلاس درس در این کلاس‌ها سبب شده که معلمان برای دانش‌آموزان، تکالیفی از قبل طراحی نشده، ارائه کنند که این امر سبب‌شده افراد در موقعیت چالش برانگیز قرار گیرند و در مجموع با توجه به این که محیط کارآفرینانه همراه با فشار مطلوب‌تر است با مهارت‌های کارآفرینی کل هم رابطهٔ مثبتی داشته باشد.

در مجموع می‌توان گفت: ما برای دست یافتن به هدف ایجاد آمادگی و پرورش خلاقیت و کارآفرینی در هنرجویان کار و دانش، به راهبرد مدرن و تعریف شده‌ای در زمینهٔ محتوا، روش‌های تدریس و ساختار برنامهٔ درسی در زمینهٔ کارآفرینی نیازمندیم. از طریق به‌کارگیری آزمون (GET) معمولاً چیزی در مورد آنچه که در فرآیند آموزش و یادگیری اتفاق افتاده است به ما نمی‌گوید. نکتهٔ مهم آنکه در ارزشیابی‌های کلاسی ما با هنرجویان سر و کار داریم و برخورد با هنرجو ظرافت‌های خاص خودش را دارد. با وجود این واقعیت در جامعهٔ ما که نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان کار و دانش روزافزون است، باید گفت که هنرآموز، در محیط کلاس درس به‌عنوان انتقال‌دهندهٔ صرف اطلاعات و هنرجو به‌عنوان گیرنده و منفعل فقط در جهت حفظ مطالب بوده و هیچ‌گونه آزادی عمل ندارد. بنابراین، چگونه در چنین محیطی می‌توان افرادی خلاق و کارآفرین تربیت کرد. برای بروز رفتارهای آموخته‌شدهٔ یادگیرندگان، باید آنها را برانگیخت و شرایط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانهٔ آنها را فراهم کرد. باید به فکر و نظر هنرجویان ارزش قائل شد، روش‌های سنتی را کنار گذاشت و به روش‌های جدید تدریس کارآفرینی روی آورد و اجازه داد که هنرجو خود مسأله‌ای را کشف و حل کند. وظیفهٔ هنرستان‌ها این است که پرورش تفکر منطقی و انتقادی فراگیران را پرورش دهند. در چنین محیطی است که افراد خلاق و کارآفرین پرورش می‌یابند.

منابع

به پژوه، احمد، افروز، غلامعلی، سادات ساداتی، سمیه و ملتفت، قوام(۱۳۸۹). رابطهٔ ابعاد جهت‌گیری هدفی با خلاقیت در دانش‌آموزان دبیرستانی شاغل به تحصیل در مدارس استعدادهای درخشان، **مجله مطالعات آموزش و یادگیری**، دوره دوم، شماره اول، پیاپی ۵۸/۲، ص ۶۴- ۴۹

جاویدی کلاته جعفر آبادی، طاهره(۱۳۸۶). الگوی برنامه درسی مذاکره‌ای، رهیافتی نو برای تمرکز زدایی از آموزش متوسطه، **فصلنامه مطالعات برنامه درسی**، سال اول، شماره ۴، ص ۱۰۲-۸۵

جعفری هرندی، رضا و عابدی، احمد(۱۳۸۱) بررسی کارآیی بیرونی هنرستانهای فنی و حرفه‌ای استان اصفهان در رشته‌های برق، مکانیک، ساخت و تولید، طراحی دوخت و حسابداری طی سالهای ۷۹- ۱۳۷۰، **فصلنامه آموزه**، شماره ۲۱، ص ۶۲- ۷۱

حسینی، اعظم السادات(۱۳۸۵). الگوی رشد خلاقیت و کارایی آن درایجاد مهارت تدریس خلاق در معلمان ابتدایی، **فصلنامه نوآوری آموزشی**، شماره ۱۵، سال پنجم، ص ۲۰۱- ۱۷۷

خدابنده لو، حجت الله(۱۳۸۹). **بررسی زمینه‌های پرورش کارآفرینی در هنرستان‌های فنی حرفه‌ای از دیدگاه مدیران، دبیران و دانش‌آموزان شهر اهواز.** پایان نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا(۱۳۸۵). **کارآفرینی از تئوری تا عمل**، مشهد: نشر جهان فردا.

زیرک مرادلو، رضا(۱۳۸۷). کارآفرینی و نظام آموزشی. **مجموعه مقالات مدیریت**، سال نوزدهم، شمارهٔ ۱۴۲-۱۴۱، ص ۳۳-۳۰

شریفیان، اسماعیل(۱۳۸۷). **طراحی الگوی فرایندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی**. رسالهٔ دکترا، دانشگاه تربیت مدرس تهران.

مرادی، نرگس(۱۳۸۵). مدیریت کارآفرینی، انتشارات مؤسسهٔ تحقیقات و آموزش مدیریت، کرج.

Drucker, P.,(1985), Innovation andentrepreneurship, NY: Harper publisher copllins.

Matlay, H.(2006); Researching Entrepreneurship and Education : Part 2; Journal of Education + Training ; vol 48; p. 704- 718.

Kyrö, P.(2005) "Entrepreneurial learning in a cross-cultural context challenges previous learning paradigms." In Kyrö, P and Carrier, C.(ed.). The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context. Entrepreneurship Education Series 2/2005, 68-102.Hämeenlinna: University of Tampere. Research Centre for Vocational and Professional Education

Remes, L.(2003) Yrittäjyyskasvatuksen kolme diskurssia. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House

Deamer, I., Earle, L.(2004) «Searching for entrepreneurship». Industrial and Commercial Training; Volume: 36 Issue: 3;pp: 99-103, 2004 Technical Paper. Emerald Group Publishing Limited · ISSN 0019-7858 DOI 10.1108/00197850410532096

Devir, D. , Sadeh, A. , Malach- Pines, A.(2010). The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. Journal of High Technology Management Research, 21(1), 43–51. Elsevier Inc. All rights reserved doi:10.1016/j.hitech.2010.02.006.

Rasheed, H.(2002). Developing Entrepreneurial Charactreristics in Youth: The effects of education and enterprise experience, Submitted to the International Journal of Entrepreneurship Education P: 2-24.University of South Florida 4202 E. Fowler Ave. BSN 3403, Tampa, FL 33617 , 813-974-1727.

Leong, S.(2010). Creativity and assessment in Chinese arts education: Perspectives of Hong Kong students. Research Studies in Music Education, 32(1) 75–92. Reprints and permission: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/1321103X10370086.

Ames, C.(1992). Classroom: Goal structure, and student motivation. Journal of educational psychology, 84, PP. 261-271

Kit-ling, L., John, L.(2006). Perception of classroom environment, achievement goals, and strategy use among Hong Kong students, APERA Conference 2006.

Rowe, J.(2010). Does A Mastery Learning Environment Promote Student Intrinsic Motivation For Learning? ProQuest LLC 789 East Eisenhower Parkway, pp. 1- 110.

Dresel, M., Fasching, M., Steuer, G., Berner, V.D.(2010). The Role and the Interplay of Classroom Goal Structures, Individual Motivation and General Intelligence for(Excellent) School Achievement in Elementary School Classrooms. Talent Development & Excellence, Vol. 2, No. 1, pp. 63-81. http://www.iratde.org

Urdan, T., Schoenfelder, E.(2006). Classroom effects on student motivation: Goal structures, social relationships, and competence beliefs. Journal of School Psychology, 44(2006) 331–349.

Debnath, S. C., Tandon, S., Pointer, L. V.(2007). Designing Business School Courses To promote Student Motivation: an Application Of The Job Charactristics Model. Journal Of Management Education, V.31, No. 6, P. 812- 831, Available at: http://jme.sagepub.com/content/31/6/812, DOI: 10.1177/1052562906290914

Rayne, S. C., Youngcourt, S. S., Beaubien, J. M.(2007). A meta-analytic examination of the goal orientation nomological net. Journal of Applied Psychology, 92, 128–150. doi:10.1037/0021-9010.92.1.128

Hytti, U., Stenholm, P., Heinonen, J., Seikkula-Leino, J.(2010). Perceived learning outcomes in entrepreneurship education The impact of student motivation and team behavior. Education + Training, Vol. 52 No. 8/9, pp. 587-606, Emerald Group Publishing Limited 0040-0912 DOI 10.1108/00400911011088935.

Morrison, A., Johnston, B.(2003). Personal creativity for entrepreneurship, Teaching and learning strategies. Active Learning in higher education, Vol 4(2): 145–158. DOI: 10.1177/1469787403004002003, Available at :http://alh.sagepub.com/content/4/2/145.

Meece, J. L., Anderman, E. M., Anderman, L. H.(2006). Classroom Goal Strusture, Student Motivation, And Academic Achievement. Annu. Rev. Psychol. 57:487–503, doi: 10.1146/annurev.psych.56.091103.070258.

Miller, A. D., Murdock, T. B.(2007). Modeling Latent true Scores to determine the utility of aggregate student perceptions as classroom indicators in HLM: The case of classroom goal structures. Contemporary Education Psycholoy, 32, 83-104

Freeman, T. M., Anderman, L. H.(2005). Changes in Mastery Goals in Urban and Rural Middle School Students. Journal of Research in Rural Education, 20(1), pp: 1- 15.

Seikkula-leino, J., Ruskovara, E., Ikavalko, M., Mattila, J., Rytkola, T.(2009). Teachers realizing entrepreneurship education – their practices and reflections. :Available at developmentcentre.lut.fi/files/muut/ESU2009

Peltier., J.W., Scovotti., C.(2010). Enhancing entrepreneurial marketing education: the student perspective. Journal of Small Business and

Enterprise Development, Vol. 17 No. 4, 2010, pp. 514-536. Emerald Group Publishing Limited 1462-6004, DOI 10.1108/14626001011088705.

Tapola, A., Niemivirta, M.(2008). The role of achievement goal orientations in students' perceptions of and preferences for classroom environment. British Journal of Educational Psychology(2008), 78, 291–312, The British Psychological Society. www.bpsjournals.co.uk

Mwsalviba, S.(2010). Entrepreneurship education: a review of its objective, teacher method, and impact indicators. Journal: education + Training. V: 52. Issue. 1. P: 20-47

Fonseca, J. M. B., Conboy, J. E.(2006). Secondary Student Perception of Factors Effecting Failure in Science in Portugal Eurasia. Journal of Mathematics, science and Technology Education. Vol 2. No.2, July 2006.pp. 82-95

Tan, M.(2011). Mathematics and science teachers beliefs and practices regarding the teaching of language in content learning. Language Teaching Research 15(3)(325–342). Reprints and permission: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav.DOI: 10.1177/1362168811401153 ltr.sagepub.com, http://ltr.sagepub.com/content/15/3/325

Beghetto, R. A.(2007). Does creativity have a place in classroom discussions? Prospective teachers' response preferences. Thinking Skills and Creativity 2(2007)1-9. Available at: Http://elsevier.com/locate/tsc

بررسی رابطهٔ بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و نگرش کارآفرینانه در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای

محمدرضا علیمحمدی سیابانی[۱]
دکتر ناصر صنوبر[۲]
فاطمه جاوید معین[۳]

چکیده

نگرش به عنوان بهترین وسیله و توصیف‌گر برای اقدام به کارآفرینی بیان شده است و عقیده بر این است که داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت بیشتر در زمینهٔ کارآفرینی خواهد شد و می‌توان به صرف داشتن این نگرش‌های خاص از آنها انتظار بروز اعمال کارآفرینانه را داشت. در این پژوهش با استفاده از روش پیش آزمون-پس آزمون، به بررسی رابطهٔ بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و نگرش کارآفرینانه در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای پرداخته شده است. جامعهٔ آماری تحقیق حاضر را کلیهٔ کارآموزان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شمارهٔ یک، دو و سه تبریز تشکیل می‌دهند، پس با توجه به بزرگی و گستردگی جامعهٔ آماری، از شیوهٔ نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد و در نهایت ۳۲۰ نمونه انتخاب گردید و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه اقدام به جمع‌آوری داده‌ها و سنجش نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان در سه بعد شناختی- عاطفی و رفتاری از طریق دو ویژگی فردی کارآفرینی یعنی ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی شده است که از بین پرسش‌نامه‌های توزیع شده قبل و بعد از طی دورهٔ آموزشی فنی و حرفه‌ای در بین کارآموزان، ۱۲۶ پرسش‌نامهٔ قابل تحلیل به پژوهشگر عودت داده شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و نرم‌افزار STATA داده‌های گردآوری‌شده تحلیل و فرضیه‌های تحقیق تأیید شدند، همچنین یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای علاوه بر اثر کلی بر نگرش کارآفرینانه، از طریق افزایش میزان ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی افراد تحت آموزش، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را افزایش می‌دهند.

واژگان کلیدی: نگرش، نگرش کارآفرینانه، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای.

---

۱. کارشناس ارشد مهندسی صنایع، مدیر کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی، تبریز،
Email:sia_200@yahoo.com

۲. استاد یار و عضو هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه تبریز،
Email:nsanoubar@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی،کارشناس آموزش فنی و حرفه‌ای، تبریز، Email:tvto.javid@gmail.com

مقدمه

تحقیقات انجام‌شده تأکید می‌کند که فرایندها و برنامه‌های آموزشی خاصی می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارت‌های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند.

انسان در محیط‌های مادی، اجتماعی و فرهنگی با موارد تازه‌ای برخورد می‌کند و نسبت به آنها عقاید و احساسات تازه‌ای را دارا می‌شود و آمادگی و تمایل پیدا می‌کند که به نحو خاصی در برخورد با آنها رفتار کند و بدین ترتیب نگرش‌های او شکل می‌گیرد. با شکل‌گیری نگرش‌ها احتیاج انسان به تفکر و أخذ تصمیم جدید کم شده و رفتار او نسبت به این موارد، عادی، قالبی و قابل پیش‌بینی می‌گردد، بدین‌گونه است که باورها و نگرش‌های مشخصی بر رفتار فرد حکومت می‌کنند.

اعتقاد بر این است که باورها و نگرش‌ها آموخته می‌شوند، زمانی که بر اساس تعلیمات خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد گردیده‌اند باز هم می‌توان با آموزش و یادگیری در آنها تغییراتی ایجاد نمود. بر این اساس میزان و نوع نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی افراد می‌تواند سطح فعالیت در زمینهٔ کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد.

حال با توجه به نقش و رابطهٔ آموزش و به‌خصوص آموزش‌های مهارتی با نگرش کارآفرینانه، نقش آموزش فنی و حرفه‌ای در امر توسعهٔ جامعه بیش از پیش محرز می‌گردد.

در این پژوهش با استفاده از روش پیش‌آزمون-پس‌آزمون، به بررسی رابطهٔ بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و نگرش کارآفرینانه در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای پرداخته شده است، فلذا با توجه به بزرگی و گستردگی جامعهٔ آماری، از شیوهٔ نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه اقدام به جمع‌آوری داده‌ها و سنجش نگرش کارآفرینانه کارآموزان در چهار بعد نگرش کارآفرینانه یعنی توفیق‌طلبی، اعتماد به نفس، استقلال‌طلبی و خلاقیت از طریق دو ویژگی فردی کارآفرینی یعنی ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی شده است.

انتظار می‌رود با توجه به نو بودن مدل تحقیق در داخل کشور و همچنین اهمیت بالای پژوهش حاضر از حیث میزان موفقیت آموزش‌های مهارتی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور از حیث ایجاد و بهبود نگرش‌های کارآفرینانه و به تبع آن گسترش کارآفرینی در جامعه، یافته‌های این تحقیق مورد توجه خاص قرار گیرد.

مروری بر ادبیات پژوهش

در تعاریف نگرش چنین آمده است:" نگرش عبارت از تمایل به عکس‌العمل یا پاسخ به یک رفتار مناسب یا نامناسب است" (نوئل[1]،۲۰۰۵). نگرش عبارت از حالت روانی و روان‌شناسانهٔ عصبی مبتنی بر تجربه است که تأثیری پویا را بر فرد اعمال و او را آمادهٔ واکنش نشان دادن به شیوه‌ای ویژه در برابر برخی از اشیا و وضعیت‌ها می‌کند.

1. Noel

بیش از پنجاه سال است که گوردن آلپورت روان‌شناس آمریکایی واژۀ نگرش[1] را در روان‌شناسی اجتماعی مطرح کرده است (داکس، دان، رایتس من[2]،۱۹۹۳). و امروزه نگرش‌ها به عنوان حوزه‌ای از روان‌شناسی اجتماعی محسوب می‌شود و ارتباط پیچیده‌ای با ارزش‌ها، باورها و رفتارهای فرد دارد (بلانگشیپ[3]،۲۰۰۹) در سال‌های اخیر تعاریف بسیاری از نگرش از طرف روان‌شناسان مطرح شده است. برای نمونه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

نگرش را می‌توان به‌عنوان ارزیابی یا قضاوت فرد از موضوع خاصی دانست (داکس، دان، رایتس من، ۱۹۹۳).

یک نگرش معمولاً حاصل شناخت فرد است که بر ارزیابی فرد از موضوع نگرش تأکید می‌کند و می‌تواند خود فرد، افراد دیگر، فعالیت‌ها، اقدامات، افکار یا ایده‌ای باشد (مک گوایر، لیندزی و آرنسون[4]، ۱۹۸۵، زانا، رمپل[5]، ۱۹۸۸).

یک نگرش اساساً عبارت است از نشانۀ ارزیابی هماهنگ‌شناختی و عاطفی تجربه‌شده دربارۀ یک موضوع خاص. به عبارتی، نگرش‌ها قضاوت‌های ارزیابی شده‌ای هستند که به صورت هماهنگ و یکپارچه در ارتباط با ابعاد شناختی و عاطفی هستند. این ارزیابی‌های انتزاعی به صورت کاملاً قوی، غیرضمنی و پایدار، رفتار نگرشی مداوم به دنبال دارند (کرانو و پرسالین[6]،۲۰۰۸).

نگرش در حال حاضر به‌عنوان نوعی واکنش به شرایط مساعد و نامساعد در موضوعات خاصی اشاره می‌کند. بسیاری از نظریه‌پردازان بر روی این امر توافق دارند که نگرش‌ها به عنوان نشانه‌ای در حافظه و به‌عنوان بخشی از ساختار دانش محسوب می‌شود. با این وجود توافق عمومی بر روی تعریف نگرش وجود ندارد (اسکامپ و شولتز[7]،۲۰۰۴).

نگرش‌ها حالات پیچیدۀ انسانی است که بر رفتار فرد نسبت به افراد، چیزها یا رویدادها اثر می‌گذارند. بسیاری از پژوهشگران در نوشته‌های خود بر مفهوم نگرش به عنوان نظامی از اعتقادات تأکید کرده و آن را مورد مطالعه قرار داده‌اند (فستینگر[8]،۱۹۵۷). این اظهارات جنبه‌های شناختی نگرش‌ها را مورد توجه قرار داده‌اند. سایر نویسندگان عناصر عاطفی آنها را مطالعه کرده‌اند، احساس‌هایی که آنها بر می‌انگیزند یا به همراه آنها می‌آیند مثل مورد دوست داشتن و تنفر. بازده‌های یادگیری در «حیطۀ عاطفی» به وسیلۀ کراتول، بلوم و میسیا[9] (۱۹۶۴) توصیف شده اند (آر.ام.گانیه،۱۹۸۵).

چندین نظریۀ مختلف در مورد ماهیت و منشاء نگرش‌ها وجود دارد. مارتین و بریگز[10] (۱۹۸۶) مرور مفصلی بر نظریه‌های اصلی و کاربرد آنها در آموزش کرده‌اند. این نویسندگان روال‌هایی را برای طراحی آموزشی ارائه داده‌اند که اهداف عاطفی و شناختی را با هم ترکیب می‌کنند.

---

1. Attitude
2. Deaux,Dane, & Wrightman
3. Blankenship
4. McGuire, Lindzey&E.Aronson
5. Zanna & Rempel
6. Crano & Prislin
7. Oskamp & Schultz
8. Festinger
9. Krathwohl, Bloom, and Masia
10. Martin , B. L., & Briggs, L. J.

به دلایلی چند، از جمله دلایل عملی، در این تحقیق به‌نظر مطلوب می‌رسد که بر جنبه‌ای از نگرش‌ها که مربوط به عمل است، تأکید شود. اینکه یک نگرش ممکن است از اعتقادات پیچیده ناشی شود و با عواطف همراه و به‌وسیلهٔ آنها مستحکم می‌شود، مورد تأیید است، اما سؤال اساسی این است که "نگرش چه عملی را پشتیبانی می‌کند؟" پاسخ کلی به این سؤال این است که نگرش بر انتخاب عمل شخصی تأثیر می‌گذارد. پس تعریف نگرش این است که نگرش حالتی روانی است که بر انتخاب فرد در مورد عمل شخصی‌اش نسبت به یک شی مشخص یا رویداد تأثیر می‌گذارد (آر.ام.گانیه، ۱۹۸۵).

نگرش یکی از سه نوع بازدهٔ یادگیری (اطلاعات کلامی، ایجاد یا تغییر نگرش‌ها و کسب مهارت‌های حرکتی) می‌باشد. نوعی که آنقدر که به عمل و هیجان مربوط است به دانش مربوط نیست. این بازده یادگیری حالتی اکتسابی از یادگیرنده است که نگرش خوانده می‌شود (آر.ام.گانیه،۱۹۸۵).

تأکید بیش از اندازه بر اهمیت نگرش‌ها در یادگیری مدرسه‌ای مشکل است. اولاً همان‌طور که بر همهٔ کسانی که درس می‌دهند واضح است، نگرش دانش‌آموزان نسبت به مدرسه رفتن، همکاری کردن با معلم و همکلاسی‌ها، توجه کردن به برقراری ارتباط‌هایی که با آنها صورت می‌گیرد و نگرش آنها نسبت به خود عمل یادگیری در تعیین اینکه دانش‌آموزان با چه آمادگی یاد می‌گیرند اهمیت به‌سزایی دارد. (آر.ام.گانیه،۱۹۸۵).

دومین طبقهٔ بزرگ نگرش‌ها، آنهایی هستند که نهادها (از جمله مدرسه‌ها) می‌خواهند در نتیجهٔ آموزش به‌وجود آورند. نگرش‌های تحمل کردن دیگران و رعایت ادب نسبت به آنها اغلب به عنوان اهداف آموزش و پرورش در مدارس اعلام می‌شود. داشتن نگرش مثبت نسبت به کاوش و یادگیری مهارت‌ها و دانش جدید معمولاً به‌عنوان اهداف آموزشی مهم و طولانی‌مدت بیان می‌شود. دوست داشتن موضوع‌های مختلف آموزشی، چه علوم، ادبیات، فروشندگی یا مذاکرات کار، معمولاً اهداف با ارزشی در زمینهٔ هر موضوع می‌باشند. بالاخره، نگرش‌هایی وجود دارند که دارای عمومیت گسترده‌ای هستند و ارزش‌ها خوانده می‌شوند، از مدارس و سایر نهادهای اجتماعی انتظار می‌رود که به ارزش‌ها کمک کرده و بر آنها تأثیر گذارند. این‌ها نگرش‌هایی هستند مربوط به رفتارهای اجتماعی که با کلماتی مثل انصاف، صداقت، بخشندگی و عبارت عمومی‌تری مثل اخلاقیات رسانده می‌شوند (آر.ام،گانیه[1]،۱۹۸۵، صص ۲۲۸-۲۲۶).

بدون توجه به تنوع زیادی که در محتوای این نوع نگرش‌ها وجود دارد، انتظار می‌رود که همه از نظر ویژگی‌های صوری‌شان به هم شبیه باشند. یعنی، هرچه که محتوای ویژهٔ یک نگرش می‌خواهد باشد، عملکردش بر «نزدیک شدن» یا «احتراز کردن» تأثیر می‌گذارد. در این کار، نگرش بر مجموعه‌ای بزرگ از از رفتارهای افراد اثر می‌کند.

1. Gagne , Robert M.

یادگیری نگرش

شرایطی که مناسب یادگیری نگرش‌هاست و ابزاری که تغییر در نگرش را به‌وجود می‌آورند موضوع‌های تقریباً پیچیده‌ای هستند که دربارهٔ آنها خیلی چیزها برای کشف شدن باقی مانده است. چندین اظهار نظر متناقض در مورد کارآیی روش‌های تغییر نگرش توسط مارتین و بریگز (۱۹۸۶) بررسی شده‌اند. روش‌های آموزشی که در ایجاد نگرش‌های مطلوب باید به‌کار روند به نحو قابل ملاحظه‌ای با روش‌هایی که برای یادگیری مهارت‌های ذهنی و اطلاعات کلامی قابل به کار بستن هستند متفاوتند (آر.ام.گانیه،۱۹۸۵).

آموزش نگرش‌ها

حوزهٔ عاطفی آموزش به‌طور حتم در برنامه‌های درسی مختلف اهمیت بسیار زیادی دارند. به‌طور مرسوم، انتظار می‌رود که دانش‌آموزان نسبت به هر موضوعی که تحصیل می‌کنند، به‌طور وسیع نسبت به فعالیت‌های یادگیری نگرش مثبت کسب کنند. از این‌رو، از برنامه‌های درسی انتظار می‌رود در دانش‌آموزان نگرش‌های مطلوب در زمینه‌های مختلف به‌وجود آورد (گانیه،۱۳۷۳) که زمینهٔ فراهم شدن چنین نتیجه‌ای در آموزش فنی و حرفه‌ای، پرداختن به آموزش نگرش در خلال اجرای استانداردهای مهارتی می‌باشد.

آموزش یعنی تسهیل یادگیری، به عبارتی دیگر آموزش (کلاسی) شرایط و موقعیتی فراهم می‌کند که فراگیر بتواند با آسان‌ترین راه به یادگیری موضوع مورد نظر دست پیدا کند و یادگیری را به ایجاد تغییرات نسبتاً مداومی که در رفتار بالقوهٔ فرد در اثر تجربه حاصل شده باشد، تعریف می‌کنند. یکی از اصول یادگیری نگرش‌ها این است که نگرش‌های افراد به‌صورت غیرمستقیم بیشتر تحت تأثیر موقعیت قرار می‌گیرند. یعنی موقعی که افراد در موقعیتی قرار می‌گیرند که به‌صورت غیرمستقیم در نگرش‌های آنها کار می‌شود، بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند تا به‌صورت مستقیم. به عبارت دیگر، پیام درس باید به‌صورت نیابتی فراگیران را از موضوع درس مطلع سازد (کرپیندروف، ۱۳۸۷).

نظریهٔ نگرش کارآفرینانه

در مطالعات اخیر در حوزهٔ کارآفرینی به نقش و جایگاه عوامل شناختی و جریانات اجتماعی مؤثر در رفتار کارآفرینی بسیار تأکید شده است و نظریهٔ نگرشی در زمینهٔ کارآفرینی تاریخچهٔ استواری از تحقیق و تلاش در زمینه‌های عملی و نظری را دارا می‌باشد (رابینسون و همکاران[1]،۱۹۹۱).

بر اساس الگوی نگرشی ارائه‌شده توسط رابینسون و همکاران (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱) آنچه که در زمینهٔ کارآفرینی قابل بحث می‌باشد، موضوع نگرش‌هاست. در دیدگاه آنها احتمال اینکه فرد با یک سری نگرش‌های خاص به سمت کارآفرینی متمایل شود، زیاد می‌باشد. آنها در رویکرد خود به بیان چهار مورد از عواملی که می‌تواند نگرش افراد را به سمت کارافرینی برانگیزد، می‌پردازند.

1. Robinson etal

به عقیدهٔ آنها، نگرش‌ها در مقایسه با ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیک پیش‌بینی‌کنندهٔ بهتری هستند. هم‌چنین نگرش‌ها آموخته می‌شوند و ضمن اینکه تا حدی به نحوهٔ تربیت، ارزش‌های خانوادگی، محیط کاری و اجتماعی بستگی دارند، در طی زمان و در تعاملات فرد با دیگران و محیط‌های مختلفی که فرد در آن زندگی و کار می‌کند، قابل تغییر می‌باشند.

اجزای نگرش کارآفرینانه

الف) انگیزهٔ پیشرفت

یکی از خصوصیاتی که در بیشتر تحقیقات انجام‌شده در خصوص متغیرهای شخصیتی کارآفرینان و تأثیرات این متغیرها بر ایجاد و انگیزهٔ کارآفرینی مورد توجه بوده است، انگیزهٔ پیشرفت می‌باشد. یکی از محققان به‌نام که در این حیطه مطالعات زیادی انجام داده است و تحقیقات در زمینهٔ انگیزهٔ پیشرفت را به او منسوب می‌دانند، دیوید مک کللند (۱۹۶۱) می‌باشد. او انگیزهٔ پیشرفت را به‌عنوان عامل تأثیرگذار بر انتخاب کارآفرینی معرفی نمود. مطالعات بعدی نیز در این‌خصوص، وجود این ارتباط را تأیید کرده‌اند.

ب) مرکز کنترل درونی

یکی از نگرانی‌های مهمی که اکثر مردم هنگام تشکیل فعالیت کارآفرینانهٔ پویا دارند این است که آیا انگیزه و توان لازم را هم در شکل‌گیری اولیهٔ سازمانی جدید و هم در اداره و رشد آن دارند یا خیر. آیا نیاز درونی، فرد را به سوی موفق شدن و بردن برمی‌انگیزاند؟ (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۵). برخی از افراد باور دارند که در زندگی خود کنترل دارند و بعضی دیگر بر این باورند که نیروهای بیرونی زندگی، آنان را کنترل می‌کنند و این نیروها خارج از کنترل فردند. افرادی که دارای مرکز کنترل درونی‌اند، حوادث مرتبط با زندگی خود را کنترل می‌کنند و صفات شخصی درونی آنان تعیین می‌کند که در یک موقعیت، چه اتفاقی خواهد افتاد. چنین افرادی معتقدند که هر چه بخواهند با استعانت به ذات مقدس پروردگار، دست یافتنی است.

ج) خلاقیت

خلاقیت جوهرهٔ کارافرینی است، تار و پود فرهنگ کارآفرینی از جنس خلاقیت، نوآوری و سخت‌کوشی بافته شده است. فرهنگ کارآفرینی بر بها دادن به خلاقیت و نوآوری استوار است. کارآفرینان افراد خلاقی هستند که ایده‌های نو تولید کرده و آن را در قالب یک شرکت به سرانجام می‌رسانند.

د) عزت نفس

دو واژه‌ای که خیلی در کنار هم و به‌جای یکدیگر به‌کار برده می‌شوند، اعتماد به نفس و عزت نفس می‌باشند. منظور از این مفهوم تصور فرد دربارهٔ میزان توانایی و قابلیت‌های خودش می‌باشد. راشید معتقد است این دو گزینه از مهم‌ترین اجزای پیشگویی کنندهٔ موفقیت کارآفرینانه می‌باشند (رابینسون و همکاران،۱۹۹۱).

روش‌شناسی پژوهش

نوع تحقیق و روش گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای می‌باشد. تحقیقات کاربردی نظریه‌های تدوین‌شده در تحقیقات پایه را برای حل مسائل اجرائی و واقعی به‌کار می‌گیرد و همچنین این تحقیق جزء تحقیقات توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. تحقیق توصیفی آنچه را که هست توصیف و تفسیر می‌کند و توجه آن به شرایط و روابط موجود و فرآیندهای جاری در زمان حال می‌باشد. تحقیق پیمایشی نیز که یکی از انواع تحقیقات توصیفی است، به بررسی توزیع ویژگی‌های یک جامعهٔ آماری می‌پردازد. بر حسب روش، تحقیق حاضر تحقیق تجربی یا آزمایشی است. تحقیق تجربی یا آزمایشی، یکی از دقیق‌ترین و کارآمدترین روش‌های تحقیق است که برای آزمون فرضیه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف این تحقیق بررسی تأثیر محرک‌ها، روش‌ها و یا شرایط خاص محیطی بر روی یک گروه آزمودنی می‌باشد. از خصوصیات روش تجربی این است که ضمن دستکاری یا مداخله در متغیرها و کنترل شرایط نتایج به‌دست آمده را در مورد گروهی که با انتساب تصادفی انتخاب شده‌اند، مورد مشاهده قرار می‌دهد. در این روش، پژوهشگر به‌منظور کشف روابط علت و معلولی، یک یا چند گروه را به‌عنوان گروه تجربی تحت شرایط خاص (متغیر مستقل) قرار می‌دهد و نتایج را (متغیر وابسته) با گروه و یا گروه‌های گواه که تحت چنان شرایطی نبوده‌اند، مقایسه می‌کند.

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای

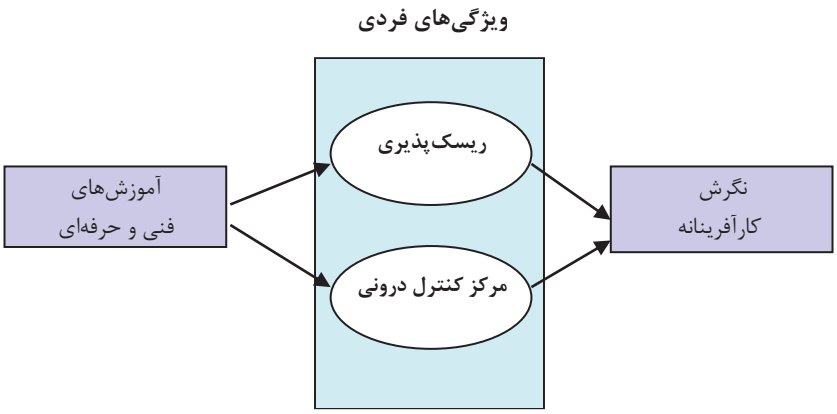
متغیر مستقل در این تحقیق آموزش‌های فنی و حرفه‌ای است. آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که افراد را برای احراز شغل و حرفه آماده می‌سازد یا کارایی و توانایی صاحبان مشاغل را در انجام فنون و حرفه ارتقاء می‌دهد.

نگرش‌های کارآفرینانه

متغیر وابسته در این تحقیق نگرش‌های کارآفرینانه است که تمایل فرد به بروز رفتار کارآفرینانه در یک کسب و کار مستقل یا سازمانی را نشان می‌دهد.

ویژگی‌های فردی

ویژگی‌های فردی دارای دو متغیر ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی در نظر گرفته شده است. ریسک‌پذیری یعنی کسانی که دارای تمایلاتی به مخاطره‌پذیری معتدل هستند. همچنین، در تعریف مرکز کنترل درونی چنین آمده است: کسانی که به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. متغیر واسطه‌ای ویژگی‌های فردی (ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی) رابطهٔ میان متغیر مستقل و متغیر وابسته را تعدیل می‌نمایند.



مدل پیشنهادی پژوهش

مراحل پیاده‌سازی مدل پیشنهادی

جهت بررسی مدل پیشنهادی پژوهش، پس از جمع‌آوری داده‌های تحقیق با استفاده از ابزار پرسش‌نامه قبل و بعد از طی دورهٔ آموزش فنی و حرفه‌ای، به تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزار اس- پی- اس- اس[1] و نرم‌افزار استاتا[2] و تبیین و تفسیر خروجی‌های آن‌ها، که نتایج آنالیز آماری هستند، پرداخته شده و در نهایت در مورد رد یا عدم رد فرضیه‌های اصلی و فرعی پژوهش اظهار نظر شده است.

بنابراین، پس از بررسی مشخصات کلی کسانی که به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند از قبیل: جنسیت، تحصیلات، وضعیت شغلی و نام دوره‌ای که در آن شرکت کرده‌اند، آزمون‌های تک‌متغیره و دومتغیره همچون آزمون همبستگی بین متغیرهای تحقیق انجام و در نهایت جهت حصول به نتیجهٔ مطلوب در مورد رد یا عدم رد فرضیه‌های تحقیق از تجزیه و تحلیل‌های چندگانه استفاده گردید، نتایج حاصل از تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

برای بررسی اثرگذاری آموزش روی نگرش کارآفرینانه مدل (۱) در نظر گرفته می‌شود:

مدل مورد مطالعه:

$$E=\alpha_0+\beta_0 risk+\beta_1 control+\beta_2 D+\beta_3 Jensiat+\beta_4 Tahsilat+\beta_5 Vaziatshogli+\varepsilon \qquad (۱$$

در مدل مورد نظر نگرش کارآفرینانه (E) به‌عنوان متغیر وابسته و متغیرهای ریسک و مرکز کنترل درونی به‌عنوان متغیرهای توضیحی لحاظ شده‌اند. همچنین، برای بررسی نحوهٔ تأثیرگذاری آموزش بر روی نگرش کارآفرینانه متغیر مجازی تعریف شد. به‌طوری‌که برای نمونه‌های مورد بررسی قبل از آموزش صفر و برای نمونه‌های مورد بررسی بعد از آموزش یک تعلق گرفت. همچنین، سایر متغیرهای کنترلی شامل متغیرهای جنسیت، میزان تحصیلات و

1. SPSS
2. STATA

نیز وضعیت شغلی وارد مدل گردید تا تأثیرگذاری متغیرهای مذکور بر روی نگرش کارآفرینانه مورد ارزیابی قرار گیرد. لازم به ذکر است که در این مطالعه، کدبندی متغیرهای جنسیت، میزان تحصیلات و نیز وضعیت شغلی به ترتیب : زن (۱) و مرد (۲)، شاغل (۱) و غیر شاغل (۲)، زیردیپلم (۱)، دیپلم (۲)، کاردانی (۳)، کارشناسی(۴) و کارشناسی ارشد و بالاتر (۵) می‌باشد.

مدل مورد نظر به کمک نرم‌افزار استاتا[1] برای ۱۲۵ کارآموز مورد بررسی، مورد برآورد قرار گرفت. پس از برآورد مدل، ناهمسانی واریانس مورد آزمون قرار گرفت. نتایج این آزمون در جدول شمارهٔ ۱-۴ درج شده است.

جدول ۱. آزمون ناهمسانی واریانس

χ^2	ارزش احتمال(prob)
۱۶,۶۹	۰,۰۰۰

منبع: یافته‌های محقق

با توجه به χ^2 محاسباتی و نیز رد فرضیهٔ صفر مبنی بر همسانی واریانس، مدل دارای ناهمسانی واریانس بوده، پس از رفع ناهمسانی واریانس، مدل مجدداً مورد برآورد قرار گرفت. تفسیر مربوط به ضرایب متعلق به نتیجهٔ برآورد پس از رفع ناهمسانی واریانس می‌باشد.

جدول ۲. نتایج حاصل از برآورد مدل به روش GLS

	ضریب همبستگی	خطای استاندارد	مقدار آزمون (t)	سطح معنی داری
ریسک‌پذیری	۰/۳۳	۰/۰۴۹	۶/۷۵	۰/۰۰۰
مرکز کنترل درونی	۰/۵۲	۰/۰۴۴	۱۱/۹۰	۰/۰۰۰
D	۱/۶۱	۰/۱۹	۸/۱۹	۰/۰۰۰
جنسیت	-۰/۵۵	۰/۱۳	-۴/۰۶	۰/۰۰۰
تحصیلات	۰/۲۱	۰/۰۵۶	۳/۸۱	۰/۰۰۰
وضعیت شغلی	۰/۴۵	۰/۱۴	۳/۱۱	۰/۰۰۲
تعداد مشاهدات	۲۵۲			
ضریب تبیین (R^2)	۰/۹۷			

منبع: یافته‌های محقق

H_0 آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را بهبود نمی‌بخشد.

H_1 آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را بهبود می‌بخشد.

نتایج حاصل از برآورد نشان می‌دهد که تأثیرگذاری ریسک بر نگرش کارآفرینانهٔ مثبت می‌باشد. به عبارت دیگر، با افزایش ریسک‌پذیری، نگرش کارآفرینانهٔ افراد افزایش خواهد یافت. به‌طوری‌که به ازای یک واحد افزایش در ریسک‌پذیری، نگرش کارآفرینانه ۰/۳۳ واحد

1. STATA11

افزایش می‌یابد. علامت متغیر مورد نظر مطابق با مبانی نظری بوده و از معنی‌داری بالایی برخوردار است.

متغیر مرکز کنترل درونی دارای تأثیر مثبت بر نگرش کارآفرینانه است. به‌طوری‌که به‌ازای یک واحد افزایش در متغیر مذکور، میزان نگرش کارآفرینانهٔ فرد ۰/۵۲ واحد افزایش می‌یابد. طبق نتایج حاصله متغیر مورد نظر از لحاظ آماری در سطح ۱٪ معنی‌دار می‌باشد.

ضریب متغیر D که جهت بررسی تأثیرگذاری کلی آموزش بر نگرش کارآفرینانه وارد مدل گردیده، ۰/۵۲ می‌باشد. به طوری‌که بعد از آموزش به‌طور متوسط نگرش کارآفرینانه ۱/۶۱ واحد افزایش یافته است. علامت مثبت آموزش مطابق با انتظار بوده و نشان می‌دهد که فرضیهٔ اول تحقیق مبنی بر تأثیرگذاری مثبت آموزش بر نگرش کارآفرینانه مورد تأیید قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، نمونه‌های مورد بررسی بعد از گذراندن دوره‌های آموزشی دارای نگرش‌های کارآفرینانهٔ بیشتری هستند. با توجه به آمارهٔ t محاسباتی (۸/۱۹)، متغیر مورد نظر در سطح ۱٪ کاملاً معنی‌دار است.

جنسیت، تحصیلات و وضعیت شغلی به ترتیب دارای رابطهٔ منفی، مثبت و مثبت با نگرش کارآفرینانه می‌باشند. به طوری که افرادی با تحصیلات بالاتر و وضعیت شغلی مناسب‌تر دارای نگرش کارآفرینانهٔ بالایی بوده و مردان نیز نسبت به زنان از نگرش‌های کارآفرینانه بالاتری برخوردارند.

R^2 محاسباتی که نشان‌دهندهٔ قدرت توضیح‌دهندگی مدل است، ۰/۹۷ بوده که نشان می‌دهد مدل از قدرت توضیح‌دهندگی بالایی برخوردار است و متغیرهای وارد شده در مدل دارای اعتبار بوده و مدل به خوبی تصریح شده است.

H_0 آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از طریق ویژگی فردی (ریسک‌پذیری)، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را بهبود نمی‌بخشد.

H_1 آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از طریق ویژگی فردی (ریسک‌پذیری)، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را بهبود می‌بخشد.

لازم به ذکر است که با توجه به عدم معناداری عرض از مبدأ، مدل مورد نظر بدون عرض از مبدأ مورد برآورد قرار گرفت. جهت بررسی فرضیهٔ دوم مطالعه، از آزمون مقایسهٔ میانگین استفاده گردید. برای این منظور، میانگین ریسک‌پذیری قبل و بعد از آموزش محاسبه شده و آزمون مقایسهٔ میانگین صورت پذیرفت. با توجه به معنی‌دار بودن t، می‌توان عنوان نمود که متوسط ریسک‌پذیری پس از آموزش بیشتر از متوسط ریسک‌پذیری قبل از آموزش است. لذا، آموزش دارای تأثیر مثبت روی ریسک‌پذیری افراد است. از سوی دیگر، با توجه به اینکه براساس نتایج رگرسیون در جدول شمارهٔ ۲ ریسک‌پذیری تأثیر مثبتی بر نگرش کارآفرینانه دارد، لذا می‌توان گفت که آموزش علاوه بر اثر کلی بر نگرش کارآفرینانه، از طریق افزایش میزان ریسک‌پذیری افراد تحت تعلیم، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را افزایش می‌دهد. این نتیجه فرضیهٔ دوم را تأیید می‌کند.

H_0 آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از طریق ویژگی فردی (مرکز کنترل درونی)، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را بهبود نمی‌بخشد.

H_1 آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از طریق ویژگی فردی (مرکزکنترل درونی)، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را بهبود می‌بخشد.

مراحل فوق‌الذکر برای متغیر مرکز کنترل درونی نیز انجام شد. نتایج آزمون فرضیهٔ میانگین حاکی از آن است آموزش دارای تأثیر مثبت روی مرکز کنترل درونی افراد است. از سوی دیگر، براساس نتایج برآورد، با توجه به تأثیر مثبتی که مرکز کنترل درونی بر نگرش کارآفرینانه دارد، می‌توان گفت که آموزش علاوه بر اثر کلی بر نگرش کارآفرینانه، از طریق افزایش مرکز کنترل درونی نیز، نگرش کارآفرینانه را افزایش می‌دهد. این نتیجه فرضیهٔ سوم را تأیید می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج تحلیل‌های انجام‌شده و یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان تأثیر مثبت دارد، به عبارت دیگر، نمونه‌های مورد بررسی بعد از گذراندن دوره‌های آموزشی فنی و حرفه‌ای دارای نگرش‌های کارآفرینانهٔ بیشتری هستند. همچنین، یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای علاوه بر اثر کلی بر نگرش کارآفرینانه، از طریق افزایش میزان ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی افراد تحت آموزش، نگرش کارآفرینانهٔ کارآموزان را افزایش می‌دهند که این یافته‌ها همسو با یافته‌های تحقیقات پیشین در مورد این متغیرها می‌باشد.

با توجه به تأیید فرض اصلی این پژوهش که همانا تأیید تأثیر مثبت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر نگرش کارآفرینانه کارآموزان است، و همچنین تأیید دو فرضیهٔ فرعی این پژوهش باید گفت که این سازمان جهت تأثیرگذاری هرچه بیشتر بر نگرش کارآفرینانه کارآموزان مراکز آموزشی خود و تقویت ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی در کارآموزان، باید موارد ذیل را در خصوص اجرای دوره‌های آموزش مهارتی خود مد نظر قرار دهد:

- تشکیل تیم‌ها یا گروه‌های کارآفرینی از کارآموزان یک کارگاه یا فیمابین کارآموزان چند کارگاه آموزشی که مهارت‌های آنان برای ایجاد کسب و کار با راهنمائی‌های مربیان و مشاوران هدایت شغلی و آموزشی مراکز از ابتدای شروع دوره، به‌گونه‌ای که در پایان دوره همزمان با أخذ گواهینامهٔ مهارت یک واحد تولیدی یا خدماتی توسط کارآموزان مهارت‌آموخته ایجاد شده باشد و همچنین حمایت مالی از آنان از طریق اعطای تسهیلات بانکی و...
- استخدام کارشناسان کارآفرینی در مراکز از بین نخبگان رشته‌های مختلف که خود واحدهای اقتصادی را قبلاً در جامعه راه‌اندازی نموده‌اند، ازجمله تولیدکنندگان موفق، صنعتگران موفق، کارآفرینان برتر و...
- تجدید نظر اساسی در تعرفه‌های حق‌التدریس به گونه‌ای که بتوان جهت جذب استاد در حرفه‌هایی که از توان اشتغال‌زایی بالایی برخوردار هستند و مهارت یا شغل نوین یا پیشرفته محسوب می‌گردند، اقدام نمود.
- افزایش ساعات موظفی غیرتدریسی از طریق کاهش ساعات موظفی تدریس مربیان به‌منظور ایجاد فرصت لازم جهت مطالعه و نیازسنجی حرفه‌ها و مشاغل اشتغال‌زا.
- پودمانی نمودن آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و متناسب نمودن اجرای آموزش هر پودمان با کار در محیط واقعی (به‌جای آنکه یک دورهٔ طولانی‌مدت و کسل‌کننده در داخل مراکز و بدون ارتباط واقعی با محیط کار برگزار گردد).

منابع

Blankenship, K(2009).The psychology of attitudes and attitude change. Office and lab building:Room 08.

Crano, W.D, Prislin, R (2008). Attitude and attitude change. Psychology press.NY: Taylor & fracis group.

Deaux.K, Dane. F.C, Wrightman. L.S (1993).Social psychology in the 90s.California: books/colepublishing company pacific grove.

Festinger, L., Schachter, S., & Back, K. (1950). Social Pressures in Informal Groups: A Study of Human Factors in Housing. Stanford, CA: Stanford University Press.

Festinger, L. (1957). A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press

Gagne, R.M. (1985). The conditions of learning (4th ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.

Krathwohl, D. R., Bloom, B. S., & Masia, B. B. (1964). Taxonomy of educational objectives. Handbook II: Affective domain. New York: McKay.

Lindsay, Noel J. (2005). *"Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude"*. Academy of Marketing Science Review, 5, 1-17.

Lindsay, Wendy, Lindsay, Noel, Jordaan, Anton (2007). "Investigating the Values- Entrepreneurial Attitude - Opportunity Recognition Relationship in Nascent Entrepreneurs"., Regional Frontiers of Entrepreneurship Research, 562-568.

Martin, B. L., & Briggs, L. J. (1986). "The affective and cognitive domains: Integration for instruction and research". Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.

McClelland, D.A. (1961). The Achieving Society. Van Nostrand, Princeton, NJ.

Mcclelland, D. C. A (1965), *" Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study"*. Journal of Personality and Social Psychology, 1: 398-392.

Mcclelland, D. C., & Winter, D. G. (1969). "Motivating economic achievement". New York: Free Press.

Mcguire, W.J, Lindzey, G & Aronson, E (1985). Attitude and attitude change (handbook of social psychology).NY: Random House.

Moghimi, Seyed Mohammad (2007); *"Effective Factors on Organizational Entreprenoushiip in Governmental Cultual and Social Oraganizations";* Quarterly of Management Culture, Vol. 12, No. 7, P.78 (in Persian).

Robinson, Peter B., Stimpson, David V., Huefner, Jonathan C., Hunt, H. Keith (1991). *"An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship."* Entrepreneurship Theory and Practice.50,13-31.

Robbins, S. P.,(2005)." Essential of organizational behavior", 8th.Ed-nj.Pearson on education.

Zanna, M.P, & Rempel, G.K (1988). Attitudes: A new look at an old concept. The social psychology of knowledge. NY: Cambridge university press.

بررسی رابطهٔ بین فناوری اطلاعات و کارآفرینی در تولید ملی

محمدجعفر شفیعی[1]
زینب زراعت پیشه[2]

چکیده

تمرکز کشور بر تولید ملی به تقویت و تحکیم زیرساخت‌های کشور منتهی می‌شود، استقلال کشور را افزایش می‌دهد، زمینه‌ها و بسترهای اشتغال را گسترش می‌دهد و بدین واسطه می‌تواند راهکارهای منطقی و عینی برای حل معضل بیکاری قلمداد گردد، از سرمایه‌های موجود که در برخی موارد در شغل‌ها و عرصه‌های کاذب هزینه می‌گردند و معیشت مردم را به درآمدهای نامشروع آلوده می‌سازد، استفادهٔ مطلوب و بهینه صورت خواهد گرفت و مشروع‌سازی ثروت محقق می‌شود. در واقع، با ورود فناوری اطلاعات به سازمان‌ها، کسب و کار و استراتژی‌های آنها تحت تأثیر قابلیت‌ها و کاربردهای روزافزون فناوری اطلاعات قرار گرفته است. فناوری اطلاعات به ارضای نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی که به ایجاد دانایی کمک می‌کند، می‌پردازد و امکانات جدیدی برای تبادل اطلاعات ایجاد می‌کند. هدف از نگارش این مقاله، بررسی رابطهٔ بین فناوری اطلاعات و کارآفرینی و در نهایت کمک به افزایش تولید ملی و تأکید بر نقش کارگشای آن بوده که با توجه به نقش و اهمیت کسب و کار و سابقهٔ درخشان کارآفرینان در توسعهٔ بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی، ترویج مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و همچنین تربیت افراد برای تمامی جوامع به‌خصوص جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران، از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، کارآفرینی، اشتغال‌زایی، تولید ملی.

---

۱. مدیرعامل شرکت مهندسی رعدگستر، استاد دانشگاه، فارس، کازرون،دانشگاه پیام‌نور،
Email:mjshafiee@ yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، استاد دانشگاه، فارس، کازرون،دانشگاه پیام‌نور،
Email:zzp258 @gmail.com

مقدمه

اکنون نظام مقدس جمهوری اسلامی در میانهٔ راه دههٔ چهارم انقلاب اسلامی قرار دارد که موسوم به دههٔ پیشرفت و عدالت گردیده و در اثنای تحقق اهداف سند چشم‌انداز بیست‌سالهٔ کشور حرکت می‌کند و در تحقق بسیاری از اسناد بالادستی و سیاست‌های کلان کشور به مرحلهٔ قابل قبولی از پیشرفت و عدالت رسیده است، لکن زمان آن فرا رسیده که با عمق‌اندیشی به ابتکار و خلاقیت بیشتر دست پیدا کند، کیفیت‌ها را بالا ببرد، به استانداردهای مطرح در کیفیت کالاها و خدمات دست پیدا کند، به عرصهٔ رقابت‌پذیری اقتصادی صنعتی و تولیدی ورود پیدا کند. افزایش جمعیت در کشورهای در حال رشد، کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید همگی سبب توجه نهادها و مقامات مسئول در این کشورها به این نیازها و چاره‌اندیشی بنیادین یا مقطعی برای آنها شده است. بنابر بررسی‌های به‌عمل آمده و براساس آمارهای موجود، یکی از مهم‌ترین مشکلات فراروی جوامع در حال توسعه و حتی کشورهای صنعتی مشکل بیکاری است. مجموعه راه‌حل‌هایی که برای رفع این مشکل جهانی ارائه شده است، اصطلاحاً کارآفرینی خوانده می‌شود. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین‌المللی همراه شده و فرایند گذر از جامعهٔ صنعتی به جامعهٔ اطلاعاتی را سبب‌ساز گردیده است، از کارآفرینی به عنوان موتور توسعهٔ اقتصادی یاد می‌شود که می‌تواند در رشد اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی را بر عهده داشته باشد. امروزه دیگر اقتصاد ملی جای خود را به اقتصاد جهانی داده است و در این عرصه کشورهایی موفق خواهند بود که فرصت‌های شغلی را تنها به چارچوب جغرافیایی خود محدود نسازند، بلکه فضای کاری وسیعی به وسعت جهان در ذهن خود داشته باشند. اما واقعاً چه ابزار یا وسیله‌ای می‌تواند چنین فضای گسترده‌ای را فراهم نماید؟ فناوری اطلاعات و در رأس آن اینترنت پاسخ این سؤال را به آسانی داده است. کاربردهای گوناگون فناوری اطلاعات طی دههٔ اخیر سبب شده است تا این امکان ارتباطی فرضیه‌ای را که در گذشته با شک و تردید تحت عنوان دهکدهٔ جهانی مطرح می‌شد، امروز برای ساکنان زمین به واقعیتی ملموس تبدیل نماید. امکانات منحصر به فرد فناوری اطلاعات سبب پیدایش شکل جدیدی از تجارت شد که امروزه به نام تجارت الکترونیک شناخته شده است. انجام تعاملات تجاری به‌صورت پیوسته و سهولت در پرداخت و دریافت وجوه سبب ایجاد تحولی شگرف در شکل و ماهیت تجارت گردیده است. همهٔ این امکانات و توانمندی‌ها به‌دست توانمند کسانی به‌وجود آمده‌اند که فکری خلاق و ذهنی با استعداد داشته‌اند. اینان کارآفرینان واقعی هستند، چرا که نه تنها سبب خود اشتغالی و اشتغال‌زایی برای مجموعه‌های انسانی وابسته به خودشان شده‌اند، بلکه میلیون‌ها فرصت شغلی را نیز تنها با اتصال به اینترنت برای میلیون‌ها نفر از ساکنان این کرهٔ خاکی فراهم ساخته‌اند. بنابراین، از یک سو با فناوری اطلاعات به عنوان بستر اشتغال‌زای جهانی روبه‌رو هستیم و از سوی دیگر با کارآفرینانی مواجه می‌شویم که هر روز فرصت‌های جدیدی را برای جویندگان شغل و کار در فضای مجازی ایجاد می‌نمایند. در این مقاله از یک سو به تشریح مشارکت فناوری اطلاعات در کارآفرینی پرداخته می‌شود و از سوی دیگر تعامل

دو سویه میان این دو متغیر در پرتو تولید ملی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در پژوهش انجام شده، تصویری روشن از توانمندی‌های بالقوه و بالفعل این فناوری در ایجاد فرصت‌های نوین شغلی ارائه می‌گردد. امید است مطالب مطرح‌شده در این مقاله بتواند در تصمیم‌سازی‌ها و تدابیری که احتمالاً به‌منظور رفع مشکل بیکاری اتخاذ خواهند شد، مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

مفهوم فناوری اطلاعات

فناوری یا Technology از دو واژهٔ یونانی Techno و Logia تشکیل شده است که اولی به معنی هنر و مهارت و دومی به‌معنی علم و دانش می‌باشد و اطلاعات، داده‌های پردازش‌شده و حقایقی با مفهوم هستند که به توصیف و تعریف داده‌ها می‌پردازند و توسط گیرندهٔ پیام درک و تفسیر می‌شوند. در واقع داده‌ها با افزودن ویژگی شامل زمینه، طبقه‌بندی، محاسبه، اصلاح، و جمع‌شدگی، به اطلاعات تبدیل می‌شوند (Intoworld,2000:302) . فناوری اطلاعات(فا) (Information Technology یا IT)، همان‌طور که به‌وسیلهٔ انجمن فناوری اطلاعات آمریکا (ITAA) تعریف شده‌است، به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده‌سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه، خصوصاً برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزار رایانه می‌پردازد. به‌طور کوتاه، فناوری اطلاعات با مسائلی مانند استفاده از رایانه‌های الکترونیکی و نرم‌افزار سر و کار دارد تا تبدیل، ذخیره، حفاظت، پردازش، انتقال و بازیابی اطلاعات به شکلی مطمئن و امن انجام پذیرد. به‌طورکلی، برای فناوری تعاریف مختلفی وجود دارد از جمله فناوری مجموعه‌ای از فرآیندها، روش‌ها، فنون، ابزار، تجهیزات، ماشین‌آلات و مهارت‌هایی است که توسط آن کالایی ساخته شده یا خدمتی ارائه می‌گردد. در واقع، با همگرایی بین روند توسعهٔ فناوری اطلاعات و روند توسعهٔ اطلاعات تحولات بنیادینی در حوزه‌های مختلف جامعهٔ بشری اتفاق افتاده است که بعضاً از آن تحت عنوان انقلاب یاد می‌شود (فتحی،۱۳۸۳، ص۱). برخی از صاحب‌نظران فناوری اطلاعات را به عنوان گردآوری، سازماندهی، ذخیره و نشر اطلاعات، اعم از صوت، تصویر، متن یا عدد می‌دانند که با استفاده از ابزار رایانه‌ای و مخابراتی صورت می‌پذیرد. (Denis, L., & Michael, 1985)

فناوری اطلاعات می‌تواند از سوی افراد، گروه‌های کاری، سازمان‌ها و یا سازمان‌های به‌صورت اشتراکی به‌کار گرفته شود. مدیران از فناوری اطلاعات به‌منظور تسهیل وظایف مدیریتی مانند طراحی سازمان، تدوین استراتژی‌ها و تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند (صرافی زاده، ۱۳۸۳، ص ۲۰). امروزه فناوری اطلاعات مشوقی برای جهانی شدن تولیدات و بازارها است و پویایی و انعطاف‌پذیری خدمات و جریان‌های پولی- مالی را افزایش می‌دهد و اغلب عرصه را برای افزایش بهره‌وری و کارآیی مهیا می‌کند (موسوی، محمودی، اکبرزاده، حسن‌پور، ۱۳۸۶، ص۴۵۵). به هر حال فناوری تأثیر به‌سزایی بر توسعهٔ جوامع بشری داشته است و مهم‌ترین عامل مؤثر بر زندگی انسان محسوب می‌شود.

مفهوم کارآفرینی

واژهٔ کارآفرین از کلمه‌ای فرانسوی به معنای متعهد شدن مشتق شده است. انگلیسی‌ها سه اصطلاح با نام‌های ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد کارآفرین به‌کار می‌بردند (احمدپور،

۱۳۷۹،۷۶). از نظر آنها، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. در واقع، کارآفرین کسی است که نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری می‌تواند در ارائهٔ یک محصول جدید، ارائهٔ یک خدمت جدید، در طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد. اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. کـرزنر نیز کـه از استادان اقتصاد دانشگاه نیویورک می‌باشد کارآفرینی را این‌گونه تشریح می‌کند: کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها. کانتیلون که ابداع‌کنندهٔ واژهٔ کارآفرینی است، کارآفرین را فردی ریسک‌پذیر می‌داند که کالا را با قیمت معلوم خریداری می‌کند و با قیمت نامعلوم می‌فروشد.جین بپتیست سی کارآفرین را هماهنگ‌کننده و ترکیب‌کنندهٔ عوامل تولید می‌داند اما ویژگی خاصی را برای او در نظر نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، فردی باید عوامل تولیدزمین، نیروی کار و سرمایه را جهت تولید، تجارت یا ارائهٔ خدمات ترکیب کند که به این شخص کارآفرین و به کار او کارآفرینی گفته می‌شود (عابدی،۸۴،۱۳۸۰) یکی دیگر از تعاریف کامل و جامع کارآفرینی توسط شومپیتر ارائه شده است. وی در کتاب خود با عنوان تئوری توسعهٔ اقتصادی بین مفهوم واژهٔ نوآوری و اختراع تفاوت قائل شده است و نوآوری را استفاده از خطرپذیری اختراع برای ایجاد یک محصول یا خدمت تجاری می‌داند. به‌نظر وی نوآوری عامل اصلی ثروت و ایجاد تقاضاست. بنابراین، کارآفرینان مدیران یا مالکانی هستند که با راه‌اندازی یک واحد تولیدی، تجاری از اختراع بهره‌برداری می‌کنند (زیلاگی و والاس ۱۹۸۷).

کانتیلون[1] (۱۷۵۵) که ابداع‌کننده واژهٔ کارآفرینی است، کارآفرین را فردی ریسک‌پذیر می‌داند که کالا را با قیمت معلوم خریداری می‌کند و با قیمت نامعلوم می‌فروشد. جین باپتیست سی[1] کارآفرین را هماهنگ‌کننده و ترکیب‌کنندهٔ عوامل تولید می‌داند اما ویژگی خاصی را برای او در نظر نمی‌گیرد (خداداد حسینی، بهاری فر، ۱۳۸۴،ص۵۱). به عبارت دیگر، فردی باید عوامل تولید (زمین، نیروی کار و سرمایه) را جهت تولید، تجارت یا ارائهٔ خدمات ترکیب کند که به این شخص کارآفرین و به کار او کارآفرینی گفته می‌شود (رضایی، صلاحی اصفهانی، ۱۳۸۲). یکی دیگر از تعاریف کامل و جامع کارآفرینی توسط شومپیتر[2] ارائه شده است. وی در کتاب خود با عنوان تئوری توسعهٔ اقتصادی بین مفهوم واژهٔ نوآوری[3] و اختراع[4] تفاوت قائل شده است و نوآوری را استفاده از خطرپذیری اختراع برای ایجاد یک محصول یا خدمت تجاری می‌داند. به نظر وی نوآوری عامل اصلی ثروت و ایجاد تقاضاست. بنابراین، کارآفرینان مدیران یا مالکانی هستند که با راه‌اندازی یک واحد تولیدی- تجاری از اختراع بهره‌برداری می‌کنند (منتظر، فتحیان، ۱۳۸۲). به‌طورکلی، کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا

1. Richard Cantillon
2. Schumpeter
3. Innovation
4. Invention

ارائهٔ خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین، کارآفرینان عوامل تغییر هستند که گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت‌انگیز نیز شده‌اند. انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می‌باشند که از جملهٔ آنها نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهم‌تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال‌طلبی را می‌توان نام برد.

معنی و مفهوم تولید ملی

تولید ملی از واژهٔ انگلیسی **National product** گرفته‌شده و به‌طور کلی تولید ملی یا محصول ملی به ارزش پولی همهٔ کالاها و خدماتی که در دورهٔ معینی، معمولاً یک سال، در کشوری تولید شده، گفته می‌شود. به این اعتبار، تولید ملی یک جریان در واحد زمان است و معمولاً برحسب دلار در سال و مانند اینها، بیان می‌شود. درآمد ملی به ارزش پولی تمامی درآمدهایی که در دورهٔ معینی در کشوری، در جریان تولید، کسب شده گفته می‌شود. هزینهٔ ملی ارزش پولی تمام هزینه‌هایی است که در دورهٔ معینی در کشوری پرداخت شده است. تولید ملی را بسته به اینکه هزینه‌های تولید از آن کم شده یا نه می‌توان به دو زیرشاخهٔ تولید خالص ملی و تولید ناخالص ملی تقسیم نمود.

- اهمیت تولید ملی: در جهان صنعتی امروز، به تولیدملی به‌عنوان یک سلاح رقابتی نگریسته می‌شود و سازمان‌های تولیدی در محیطی قرار گرفته‌اند که از ویژگی‌های آن می‌توان به افزایش فشارهای رقابتی، تنوع در محصولات، تغییر در انتظارات اجتماعی و افزایش سطح توقع مشتریان اشاره کرد. اهمیت تولید ملی در اقتصاد بر کسی پوشیده نیست. در سال‌های اخیر به قدری این موضوع از سوی متولیان امر تولید تکرار شده است که هرکس به شخصه می‌تواند در باب فواید آن برای استقلال کشور، جلوگیری از خروج ارز و مهم‌تر از همه اشتغال‌زایی، اظهار نظرنماید.

- تولید ملی، قبل از انقلاب اسلامی: رژیم وابستهٔ پهلوی از طریق اجرای سیاست‌های استعماری ضربه‌های مهلکی به توان تولید ملی وارد کرد و عقب‌افتادگی‌های فراوانی را برای مردم و کشورمان به میراث گذاشت. درگذشته، دشمنان مردم نه تنها هویت دینی بلکه همهٔ احساس توانایی و روحیهٔ خود باوری را هدف گرفته و ضربه‌های ویرانگری را در این عرصه به ملت ما وارد نموده بودند و هویتی وابسته، مصرفی، ناتوان، غیرخلاق و در خدمت غرب را به ملت ما وارد کرده بودند. زخم‌ها و جراحت‌های فراوانی که آثار آنها کم و بیش، مشهود و محسوس است و بخش مهمی از رنج‌های ملت ما ناشی از این زخم‌هاست.

- تولید ملی، بعد از انقلاب اسلامی: وجه مهم استقلال خواهی و استعمار ستیزی در انقلاب اسلامی، جبران تحقیری بود که از ناحیهٔ ضربه به تولید ملی در ملت ما به‌وجود آمده بود. از همین رو در مقدمهٔ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ضمن برشمردن اعتراض در هم‌کوبندهٔ امام خمینی(ره) به توطئهٔ آمریکایی انقلاب سفید که گامی در جهت تثبیت پایه‌های حکومت استبدادی و تحکیم وابستگی‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی ایران به امپریالیزم جهانی بوده به‌عنوان طلیعهٔ نهضت اسلامی و به‌دنبال آن ارائهٔ نظریه حکومت اسلامی که در آن اقتصاد وسیله است نه هدف، چنین آمده است. در حقیقت برای نیل به مطالبات مقام معظم رهبری در سال تولید ملی وحمایت از کار و سرمایهٔ ایرانی، باید هدف نهایی رسیدن به تولیدگرا و تبدیل شدن ایران به یک کشور صادراتی باشد. تولید دارای ابعاد

گوناگون است. از یک طرف، اشتغال را افزایش می‌دهد و از طرفی واردات را کاهش می‌دهد. علاوه بر آن اثر روانی آن یعنی افزایش اعتماد به نفس ملی و غرور ملی ارتقاء خواهد یافت و اثرات هویت‌بخش آن بر شخصیت تک‌تک مردم نیز مؤثر خواهد بود. استقلال اقتصادی از مسیر تولید می‌گذرد. بنابراین، تولیدات استراتژیک باید در اولویت سیاست اقتصادی سال تولید ملی قرار گیرد و موانع تولید باید شناسایی و برطرف شود و اصل تولید ملی نیز به مثابهٔ ارزش معرفی شود.

نقش فناوری اطلاعات و کارآفرینی در اشتغال‌زایی

سخن گفتن از آثار فناوری اطلاعات بر مجموعهٔ مشاغل، امر دشواری است. چرا که فنـــاوری اطلاعات در عین اشتغال‌زایی، اشتغال‌زدا هم بوده است. صنعت اطلاعات، نقش اساسی در ایجاد اشتغال دارد، زیرا علاوه بر بسیاری مشاغل که خود ایجاد می‌کند به صنعت IT نیز رونق می‌دهد و در آنجا نیز باعث اشتغال فراوان می‌گردد. مشاغلی چون مدیریت، مشاوره، تحلیل‌گری، اطلاع‌رسانی و بسیاری از خدمات مختلف، نمونه‌هایی از مشاغل صنعت اطلاعات هستند. شواهد حاکی از آن است که فناوری اطلاعات به عنوان یک کاتالیزور برای رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی، عمل می‌کند. هنگامی‌که فعالیتهای روزمره مکانیزه می‌شوند و بهره‌وری افزایش می‌یابد، هزینه‌های تولید و تحویل کالا کاهش می‌یابندکه منجر به صرفه‌جویی در هزینه تولیدملی و در نهایت افزایش درآمد تولیدملی می‌شود. به عبارت دیگر، قیمت تمام‌شدهٔ کالا برای خریدار کاهش یافته و به تبع آن، تقاضا برای خرید افزایش می‌یابد. زمانی که کارآفرینان یک شغل جدید را شروع می‌کنند بالطبع حداقل به یک یا چند نیروی استخدامی نیاز دارند تا کارهای خود را سامان بخشند. کارآفرینان به علت قابلیت اشتغال‌زایی که دارند، به کاهش نرخ بیکاری که از اهداف کلان اقتصادی، اجتماعی، دولت‌ها است کمک می‌کنند. بنابراین، کارآفرینی می‌تواند زمینه‌ساز اشتغال نیروی کار باشد و نوآوری که در یک فعالیت اقتصادی توسط خود فرد ایجاد می‌شود منجر به ایجاد اشتغال در جامعه می‌شود. همچنین فناوری اطلاعات موجب شده تا اطلاعات دقیق و روزآمد همواره دردسترس متقاضیان قرار گرفتـــه و آنها را قادر به تصمیم‌گیری یا تصمیم‌سازی بهتر و به موقع کند. این امر به سهم خود هزینه‌ها را کاهش داده، سود را افزایش می‌دهد و رشد اقتصادی را تسهیل می‌سازد. این یک واقعیت است که در اثر ماشینی شدن فعالیت‌ها، تقاضای برخی از صنایع برای نیروی کار کاهش می‌یابد. ولی از طرفی، مشاغل جدیدی وارد بازار کار می‌گردند. از جمله این مشاغل عبارتند از طراحی صفحات وب، کارشناس نگهداری و مدیریت پایگاه‌های تحت وب، کـــارشنـاس سیستم‌های چندرسانه‌ای، تکنسین ماهواره‌ای فرستندگی، تکنسین سیستم‌های موقعیت‌یاب جهانی، و متخصصین تجارت الکترونیکی، این مشاغل نیاز به دانش، مهارت و توانمندی‌هایی دارند که بعضاً در شرح مشاغل قبلی یا حتی کنونی برخی کشورها وجود ندارد. یکی از کشورهای منطقه که در اشتغال‌زایی از رهگذر فناوری اطلاعات به موفقیت‌های جهانی دست یافته، کشور هندوستان است. این کشور صدور محصولات نرم‌افزاری خود را ابتدا از ایالات متحده، اروپا و ژاپن آغاز کرد. در سال ۱۹۸۴ درآمد هند از این صنعت تنها ۱۰ میلیون دلار و در سال ۸۹ یعنی ۵ سال بعد، به ۸ میلیارد دلار رسید. در

تحقیقی که یکی از شرکت‌های بزرگ مشاورهٔ مدیریت، به نام مک‌کنزی انجام داد، پیش‌بینی شده است که چنانچه صنعت نرم‌افزار هند روند کنونی را ادامه دهد، تا پایان سال ۲۰۱۲، درآمدی بالغ بر ۸۷ میلیارد دلار نصیب این کشور شده و ۲/۲۰۰/۰۰۰ شغل جدید در هند ایجاد خواهدشد (باتی،۲۰۰۰). برخی از شرکت‌های غربی، اقدام به ایجاد مراکز طراحی در آسیا کرده و از خدمات مهندسی این منطقه بهره گرفته‌اند. کمپانی بزرگ مهندسی بچ تل با ایجاد یک مرکز طراحی در شهر بنگلور و استخدام ۵۰۰ مهندس طراح، خدمات پشتیبانی فنی کمپانی فوق را در سطح جهانی تأمین کرده است (دراکر،۲۰۰۰). در حالی که یک معضل اساسی کشورهای در حال توسعه از جمله ایران بیکاری است، کشورهای پیشرفته به‌طور فزاینده‌ای نیروی کار فنی از سایر کشورها جذب می‌کنند. چه دلیلی در فراوانی کار و کمبود نیروی کار در کشورهای پیشرفته و در مقابل بیکاری در کشورهای درحال توسعه وجود دارد؟ مسلماً مهم‌ترین دلیل در ماهیت کار است. نیروی کاری که در آمریکا مورد نیاز است، یک نیروی مجرب تحصیل‌کرده است، در حالی‌که خیل بیکاران کشور ما از تحصیلات عالیه برخوردار نیستند. همچنین، آن‌ها نیاز خود را به‌حدی رسانده‌اند که نیروی کارشان برای پاسخگویی آن کافی نباشد، در حالی‌که نیاز به تکنولوژی‌های نو در بازار داخل کشور ما ضعیف است. بنابراین، حل معضل بیکاری در شرایط دنیای روز، به دو مؤلفهٔ بازار و آموزش وابسته است. صنعت اطلاعات نقش اساسی در ایجاد اشتغال دارد. تأثیرات ویژهٔ فناوری اطلاعات بر اشتغال نسبت به نوع صنعت، موقعیت جغرافیایی و گروه‌های متأثر از آن کاملاً با هم متفاوت است. به عنوان مثال، در کشور آمریکا صنایع رایانه و تولیدکنندگان وسایل اداری در دههٔ ۱۹۹۰ با حجم عظیمی از کاهش اشتغال روبه رو بوده‌اند، در صورتی که این مسأله در کشورهای در حال توسعه به گونه‌ای دیگر بوده است. برای مثال در آفریقا بخش فناوری اطلاعات، خود یک بخش ایجادکنندهٔ شغل می‌باشد. به طور کلی، برای تحقق جامعهٔ اطلاعاتی می‌بایستی اقدامات زیر صورت گیرد: ۱. تأمین زیرساخت مناسب ارتباطی؛ ۲. بسترسازی فرهنگی؛ ۳. مشارکت‌جویی بخش خصوصی (خداداد حسینی، بهاری فر، ۱۳۸۴، ص ۵۱).

تأثیر وضعیت فعلی و آیندهٔ فناوری اطلاعات بر بازار کسب وکار

امروزه کاربردهای متنوع و گسترده‌ای از علم فناوری اطلاعات در محیط کسب و کار از جمله سیستم‌های خبره، پردازش تصویری، اتوماسیون، علم روبات‌ها، SENSORS و... مطرح شده است. کاربردهای میان‌رشته‌ای فوق طی دهه‌های گذشته اثرات تحول‌زایی بر روش زندگی و امرار معاش انسان‌ها داشته‌اند. آثار این تحولات بر نیروی کار و زندگی بشر چنان چشمگیر بوده است که به سختی می‌توان سرعت و ابعاد آن را مورد ارزیابی قرار داد. چنانچه گذری اجمالی به روند چند دههٔ گذشته داشته باشیم، خواهیم دید در دههٔ ۱۹۵۰ میلادی صنعت کاملاً جدیدی تحت عنوان صنعت رایانه‌های بزرگ متولد شد. صنعت رایانه‌های بزرگ، مشاغل جدیدی همچون تولید، تعمیرات و نگهداری و خدمات رایانه‌ای را به بازار کار معرفی کرد. در مدت زمان کوتاهی، مشاغل جانبی این جریان صنعتی، مانند برنامه‌نویسی، کاربران رایانه‌ای، تکنسین‌های تعمیرات و کارشناسان بازاریابی و فروش به آمار بازار کار اضافه شدند. در ادامهٔ این روند، میلیون‌ها موقعیت شغلی جدید در زمینه‌های مختلف دانش نرم‌افزار و

سخت‌افزار ایجاد گردید. با رشد و توسعهٔ فناوری، به تدریج به قدرت رایانه‌ها افزوده شده و متقابلاً ابعاد و قیمت آنها کاهش یافت. در دههٔ ۱۹۸۰، ظهور و رشد شگفت‌آور رایانه‌های شخصی حتی صنعت رایانه را غافلگیر کرده و تهدیدی برای بقای رایانه‌های بزرگ به شمار آمد. رایانه‌های شخصی این ویژگی را داشتند تا وارد منزل و دفاتر کارافراد شوند. رفته‌رفته این نیاز به‌وجود آمد تا افراد در یک سازمان بتوانند با یکدیگر ارتباط ایجاد کرده و از ابزارهای موجود به‌طور مشترک بهره بگیرند. لذا، شبکه‌های محلی شکل گرفت و این دستاورد تنها یک گام با تلفن و مودم و ایجاد ارتباط با دیگر شبکه‌های محلی فاصله داشت. امکان دسترسی رایانه‌های شخصی به اطلاعات موجود در رایانه‌های بزرگ و دیگر شبکه‌های محلی، به‌زودی موجب ارتقاء کاربرد و توان آنها شد. اکنون نیاز بود تا رایانه‌ها با یکدیگر به تبادل اطلاعات بپردازند. در این مقطع مشکل ناسازگاری و استانداردسازی فرمت فایل‌ها نمـــایان شد و زبان جدیدی به نام HTML پا به عرصهٔ ظهـــور گـذاشت. قابلیت‌های رایانه‌های شخصی و زبان استانداردشده جدید، تلفیق شده و موجب شد تا میلیون‌ها انسان در اطراف کرهٔ زمین با یکدیگر ارتباط ایجاد کنند. مؤسس کمپانی اینتل در این رابطه نظریه‌ای دارد که معتقد است قدرت پردازش رایانه‌ها هر ۱۸ ماه دو برابر شده و هزینهٔ رایانه‌ها به‌طور میانگین سالانه ۲۵٪ کاهش می‌یابد. پیش‌بینی می‌گردد در سال ۲۰۱۹ میلادی، یک رایانهٔ شخصی ۱۰۰۰ دلاری، قادر به انجام ۱۰۲۰ عمل ریاضی در ثانیه بوده و از نظر پیچیدگی در معماری، شبیه به مغز انسان باشد (اینترنت). اگر قدرت فناوری فوق و سرعت کاهش قیمت آن را با روند گسترش اینترنت و کاهش مستمر هزینه‌های مخابراتی تلفیق سازیم، به یکی از عوامل مهم در پدیدهٔ جهانی شدن اقتصاد، پی خواهیم برد. تحول در رایانه‌ها و فناوری اطلاعات، موجب تغییرات وسیعی در صنایع و بنگاه‌های تجاری مختلف شده است. به‌عنوان نمونه، یک صنعت تولیدی امروزه می‌تواند با تعداد معدودی تکنسین و مهندس هدایت‌کنندهٔ روبات‌ها، خط تولید خود را اداره کند. قطعه‌سازان بزرگ می‌توانند قطعات موردنیاز صنایع را به موقع و آماده استفاده در خط مونتاژ تحویل دهند. برخی از بنگاههای بین‌المللی، بین دفاتر طراحی خود درچند کشور جهان ایجاد ارتباط کرده و از منابع انسانی ملیت‌های مختلف و اختلاف ساعات جغرافیایی بهره می‌جویند. تحول در فناوری‌های پیش‌گفته همچنین موجب ظهور صنایع و مشاغل جدیدی شده است که تا یک دههٔ قبل نامی از این مشاغل در میان نبود. به عنوان مثال، پیشرفت‌هایی که در زمینه‌های بیوتکنولوژی، ویروس‌شناسی، تحقیقات سرطان و عصب‌شناسی شده است، مستقیماً متکی به دستاوردهای انسان در زمینهٔ علوم رایانه و سیستم‌های اطلاعاتی بوده است. بنابراین، پدیده‌های جدید مانند رشد اقتصادی، تغییرات جمعیتی، جهانی شدن و تحولات عظیم در فناوری اطلاعات و ارتباطات، از جمله عوامل اثرگذار بر وضعیت مشاغل بوده‌اند. گزارشی که اخیراً توسط مجمع فناوری اطلاعات آمریکا برای سال ۲۰۰۳ تهیه و ارائه شد، روشن ساخت در آینده تقاضا برای نیروی کار فناوری اطلاعات (IT) در کشورهای در حال رشد رو به فزونی خواهد گذاشت و در کشورهای پیشرفته کاهش خواهد یافت (vans& Yen ,2006). همچنین در گزارش مذکور آمده است که تفاوت‌های چشمگیری میان روش‌های شرکت‌های IT و غیر IT در رسیدگی به نیازهای نیروی کار وجود دارد، از جمله تمایل به صادر نمودن متخصصان معینی از مشاغل IT به

کشورهای خارجی. در حال حاضر از هر ۱۰ نفر کارمند IT، ۹ نفر در بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، کارخانه‌های تولیدی و دیگر سازمان‌های غیر IT کار می‌کنند. بررسی جدیدی که توسط مجمع فوق‌الذکر به‌عمل آمده است، نشان می‌دهد که نه تنها اکثریت کارکنان IT در خارج از صنعت IT فعالیت دارند، بلکه دیدگاه و امیدهایی که از دو گروه کارکنان IT و غیر IT وجود دارد، کاملًا متفاوت است. در سال‌های گذشته مشاغل IT با یک ضریب رشد دو رقمی به‌عنوان راهی برای پیشرفت مطرح بودند، حداقل برای کسانی که به دنبال سریع‌ترین روش استخدام بودند. اکنون نسبت به سال‌های قبل چیزهای زیادی تغییر کرده است، حتی اقتصاد هم روند بهبود خود را خیلی آرام و به تدریج طی می‌کند. امکان استخدام خارج از صنعت IT مطمئن‌تر به نظر می‌رسد و به آشفتگی کمتری دچار می‌شود. شرکت‌های غیر IT استعداد بیشتری در استخدام نیروی کار مطابق برنامه‌های خود دارند و مشاغل را به‌ندرت به خارج از کشور منتقل می‌کنند، ضمن آنکه روند افزایش حقوق در آنها طبیعی‌تر است و پرداخت مابه‌التفاوت یا مساعده به پرسنل‌شان را قطع نمی‌کنند. واقعیت در آمریکا این است که شرکت‌های آی‌تی ۴۱۲۱۹ نفر از کارمندان خود را بین فصل اول سال ۲۰۰۲ و فصل اول سال ۲۰۰۳ اخراج کردند که این رقم در مورد شرکت‌های غیر IT بالغ بر ۴۳۸۹۲۴ بود. استخدام در شرکت‌های IT طی یک دورهٔ ۱۲ماهه همچنان ناچیز بود. این داده‌ها به معنای آن هستند که نیروی کار IT در کشورهای پیشرفته و صنعتی در حال ثبات و استقرار است. بازار نرم مشاغل IT نشان‌دهندهٔ این حقیقت بوده است که از هر چهار شرکت سه شرکت می‌گویند طی دوازده ماه گذشته تغییری در پرداخت حقوق کارکنان IT خود نداشته‌اند. ۷۶ درصد از شرکت‌های غیر IT و ۴۹ درصد از شرکت‌های IT که این تغییر را داده‌اند، می‌گویند طی سال گذشته پرداخت‌ها را افزایش داده‌اند. فقط ۸ درصد از شرکت‌ها که دست به کار شده‌اند، می‌گویند که طی ۱۲ ماه گذشته پرداخت‌هایشان همچنان در سطح پایینی قرار داشته است. شرکت‌های IT بیش از ۲۰ برابر بیشتر از این رقم نسبت به شرکت‌های غیر IT سهم داشته‌اند. ۱۷ درصد از شرکت‌ها می‌گویند که برای تغییر در پرداخت‌ها برنامه‌ریزی کرده‌اند و این کار را در ارتباط با کارکنان IT طی ۱۲ ماه آینده انجام خواهند داد. ۶۵ درصد از شرکت‌های IT می‌گویند دستمزدها را افزایش خواهند داد، در حالی‌که ۱۱ درصد می‌گویند حقوق‌ها را کاهش خواهند داد (Evans& Yen 2006). اما در کنار این واقعیت‌ها افق‌های امیدبخشی نیز به چشم می‌خورند. همان‌طور که اقتصاد تعداد فزاینده‌ای از متقاضیان واجد شرایط کار را به‌وجود آورده است، مدیران کارفرما نیز می‌توانند در پرکردن مشاغل خود آزادی انتخاب بیشتری داشته باشند. در اواخر دههٔ ۱۹۹۰ و در بازارهای رقابتی، کارفرمایان بیشتر مایل به دادن آموزش رسمی و گرفتن تجربهٔ مشخص کاری بودند. با نرم‌تر شدن بازار، کارفرمایان نیز بیشتر مایل به جذب آموزش و تجارب کاری ویژه شدند. اکنون شرکت‌ها می‌خواهند مشاغل IT خود را به چند دلیل به خارج از کشور منتقل کنند. این دلایل شامل نیاز به بومی‌سازی گستردهٔ محصولات و خدمات، توانایی استفاده از اختلافات زمانی و جغرافیایی برای ایجاد شیفت‌های دوم یا سوم کاری به‌عنوان وسیله‌ای جهت باز نگه داشتن بازارها و نیز یک استراتژی برای کاهش هزینه‌ها می‌باشد. از آنجایی که طبیعت شرکت‌های خارجی جمعیت‌های نیروی کاری IT را بیش از گذشته پیچیده ساخته است، تعادل سنتی میان هزینه و کیفیت به تدریج از میان می‌رود. در نتیجه، توسعهٔ خارجی مشاغل بیشتر به

عنوان یک گزینه مطرح می‌شود و کارفرمایان بیشتری این راه‌حل را در ارتباط با انواع بیشتری از مشاغل IT در نظر می‌گیرند.

دولت الکترونیک و کارآفرینی

دولت الکترونیک عبارت است از متحول کردن دولت و فرآیند ادارهٔ کشور از طریق قابل دسترس تر، کارآمدتر و پاسخگوتر کردن آن و ارائهٔ اطلاعات و خدمات به شهروندان و سایر نهادهای دولتی با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) Information & Communication Technology). در واقع دولت الکترونیک به عنوان مدل‌های اجرای هزینهٔ مؤثر برای شهروندان، صنعت، کارمندان فدرال، و دیگر ووچرها به‌منظور کنترل و هدایت تعاملات تجاری online. مفهومی که استراتژی، مراحل، سازمان و تکنولوژی را یکپارچه می‌سازد، تعریف شده است (Lieber, 2000,114). امروزه به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌منظور بهبود کارایی و اثربخشی، شفافیت اطلاعات و مقایسه‌پذیری مبادلات اطلاعاتی و پولی در درون دولت، بین دولت و سازمان‌های تابعهٔ آن، بین دولت و شهروندان و بین دولت و بخش خصوصی، دولت الکترونیک اطلاق می‌شود. دولت الکترونیک استفادهٔ سهل و آسان از فناوری اطلاعات به‌منظور توزیع خدمات دولتی به‌صورت مستقیم به مشتری، به‌صورت ۲۴ ساعته و ۷ روز هفته می‌باشد. جنبهٔ دیگر دولت الکترونیک، تکنولوژی است که برای اتصال شهروندان به شبکهٔ ارتباطی سازمان‌ها که یک سری از خدمات مرتبط با نیازکاربران را تأمین می‌کند، به‌کار می‌رود. در بخش‌های عمومی، غیرانتفاعی و خصوصی شبکه‌هایی برای ارائهٔ خدماتی که به‌صورت مشارکتی عرضه می‌شود مثل مراقبت بهداشتی، رفاه، مسکن، توسعهٔ اقتصادی، آموزش شغل و دستیابی به آن و دیگر خدمات همگانی سرمایه‌گذاری شده، وجود دارد (Provan, at al,1991 ,89) از نگاه دیگر، دولت الکترونیک یک واژهٔ عام است که برای مفاهیمی از قبیل خدمات الکترونیک، دموکراسی الکترونیک و از همه مهم‌تر، مدیریت/ نظارت الکترونیک مورد استفاده قرار می‌گیرد. این به‌کارگیری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) است که دسترسی به خدمات دولتی، و متقابلاً ارائهٔ خدمات توسط دولت را در جهت انتفاع به شهروندان، شرکای تجاری دولت، بخش‌های عمومی و بخش‌های خصوصی افزایش می‌دهد. دولت الکترونیک فرایندهای جاری مبتنی بر کاغذ(بازی) را مکانیزه و دیجیتال نموده که این سرعت بخش روش‌های جدید مدیریت می‌گردد. این سیستم، بین مقامات دولتی، بخش‌های خصوصی و شهروندان پل ارتباطی ایجاد می‌نماید (Pascal patricia,2003,86) مهم‌تر از همه، امکان اعمال یک کنترل اثربخش را برای دولت در جهت استفادهٔ بهینه از سرمایه‌های اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی در مسیر توسعه فراهم می‌سازد.



شکل ۱.مراحل دولت الکترونیک (Pascal patricia,2003)

مدیریت/ نظارت الکترونیک در دولت الکترونیک، عبارت است از چگونگی ایجاد یکپارچگی و تعامل بین سیاستمداران، کارمندان، بنگاه‌های اقتصادی و مردم به‌منظور تسهیل امور و افزایش اثربخشی فعالیت‌ها از شروع کار تا حصول نتیجه (Ciborra, 2005). خدمات در دولت الکترونیک، به مفهوم تمرکز روی نیازهای شهروندان و بنگاه‌های اقتصادی و هدف آن ایجاد تعامل بین آنها و نهادهای دولتی و کارکنان دولت، در شرایط آسان، دوستانه، شفاف، کم‌هزینه و اثربخش می‌باشد. این بدان معنی است که افراد قادر به تقاضا و تأمین خدمات مورد نظر خود از دولت به‌صورت الکترونیک بوده و از طریق اینترنت یا سایر مسیرهای مکانیزه بتوانند به خواستهٔ خود دست یابند. این یک راهکار تأمین نیازهای روزافزون شهروندان در خدمات می‌باشد که با بهره‌گیری از امکانات پیشرفتهٔ داخلی و خارجی ICT تعامل و یکپارچگی انواع سیستم‌های متداول جاری را فراهم می‌سازد.

اعتماد به فناوری اطلاعات

در عصر حاضر انجام بسیاری از امور به کمک سیستم‌های رایانه‌ای و بر پایهٔ فناوری اطلاعات می‌باشد. از خصوصیات این عصر، کاهش مراودات فیزیکی، حذف فرآیندهای اضافی، افزایش سرعت، دقت و کیفیت، کاهش هزینه‌ها، برقراری سریع ارتباطات و دسترسی آسان به اطلاعات می‌باشد. دنیای امروز دنیای تغییر است و این همه تغییر را اغلب مرهون فناوری اطلاعات هستیم. علی‌رغم رشد سرمایه‌گذاری بر روی فناوری اطلاعات، برخی از شهروندان هنوز هم رغبت چندانی به استفاده از این‌گونه خدمات از خود نشان نمی‌دهند و تمایل به استفاده از روش سنتی ارائهٔ خدمات دارند. (مایرن،۲۰۰۴) معتقد است هنگامی که پیشرفت‌های تکنولوژیکی در جامعه منعکس می‌شود، میزان ترس از سرقت هویت و از دست دادن حریم خصوصی نیز افزایش می‌یابد. با شروع هزارهٔ سوم، فناوری ارتباطات و اطلاعات، در بسیاری از امور وارد شده و در مقطع فعلی از زمان، تحولات بسیار سریع و نابرابری در این حوزه آمده است. قطعاً عدم توجه جدی به این تحولات، خسارات جبران‌ناپذیری را به دنبال خواهد داشت. (هیکس،۱۳۸۴) معتقد است، به لحاظ نظری هرچه فناوری اطلاعات قادر به انجام آن باشد، می‌تواند با ابزاری از نوع دیگر انجام پذیرد. اما در عمل، توانایی فناوری اطلاعات در افزایش سرعت یا کاهش هزینه فعالیت‌های اطلاعاتی به این معنی است که این فناوری قادر به کارهایی است که در صورت استفاده از روش انجام جایگزین به نحو شایسته‌ای قادر به انجام آن نخواهیم بود. منظور از مؤثر بودن فناوری اطلاعات، تمامی تغییراتی است که بر اثر سرمایه‌گذاری و اجرای سیستم‌های فناوری اطلاعات به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم در سازمان به‌وجود می‌آید و می‌تواند مثبت یا منفی باشد. به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان به‌منظور بهبود روند ارائهٔ خدمات، جلب اعتماد و رضایت شهروندان نه‌تنها به عنوان یک انتخاب بهتر، بلکه به‌عنوان یک نیاز، ضرورت دارد. فناوری اطلاعات به‌عنوان ابزار مناسب ارائهٔ خدمات، می‌بایست موجب بهبود روند ارائهٔ خدمات شده و برای جامعه مفید و سودمند باشد. چنانچه کاربران و دریافت‌کنندگان خدمات، احساس نمایند که فناوری به‌کار گرفته‌شده، برای آنها سودمند است آن را خواهند پذیرفت. (دیویس،۱۳۸۹) در مدل پذیرش فناوری بر سودمندی درک‌شده به‌عنوان عامل مهم

تأثیرگذار بر قصد استفاده از فناوری اطلاعات، تأکید کرده است. وی سودمندی درک شده را به عنوان حدی که یک اعتقاد دارد، به‌کارگیری یک سیستم خاص عملکرد شغلی وی را بهبود می‌بخشد، تعریف نموده است. بدین‌ترتیب هرچه فناوری، عملکرد کاری فرد را بیشتر بهبود بخشد، مفیدتر بوده و در نتیجه مورد استفاده قرار می‌گیرد. از نظر دیویس عامل دیگری که در پذیرش فناوری اطلاعات دخیل است، سهولت استفادهٔ درک شده می‌باشد و به درجه‌ای اطلاق می‌شود که شخص اعتقاد دارد استفاده از یک سیستم خاص به تلاش زیادی نیاز ندارد و بدین ترتیب هرچقدر فناوری به تلاش کمتری برای یادگیری و نحوهٔ استفاده از آن نیاز داشته باشد، بیشتر مورداستفاده قرار می‌گیرد. براساس مدل پذیرش فناوری، درک شخص از سودمندی سیستم تحت تأثیر این واقعیت است که وی درک کند، استفاده از سیستم آسان می‌باشد. اعتماد به فناوری اطلاعات به‌عنوان یک مولفهٔ کلیدی در پذیرش دولت الکترونیک محسوب می‌شود (کارتر و بلانگر،۲۰۰۵).

استراتژی استفاده از فناوری اطلاعات

با شناخت فرصت‌ها و امکاناتی که از طریق فناوری اطلاعات ایجاد شده است، آن را به یک استراتژی جدید برای دسترسی متفاوت به آنچه آرمان یک سازمان تعریف می‌کند، بدون فناوری اطلاعات نیز می‌توان به آرمان‌های ترسیم‌شده در یک سازمان رسید. اما آنچه با فناوری اطلاعات انجام می‌گیرد، بسیار متفاوت از چیزی است که در ذهن جای می‌گیرد. سازمان‌ها به این پدیده برای دسترسی به بازار بزرگ‌تر، ارائهٔ خدمات بیشتر و بهتر، جمع‌آوری و نگاه دقیق‌تر و زنده به نظریه‌ها و سلیقه‌ها، انجام راحت‌تر و سریع‌تر کارها، ارزان‌تر کردن هزینهٔ خدمات و عملیات، کنترل دقیقتر و دسترسی سریع‌تر به منابع داخل و بیرون سازمان و ارتباطات سریع‌تر و ارزان‌تر شناخت هرچه دقیق‌تر و کاملتر از فناوری اطلاعات برای مدیران کارشناسان سازمان‌ها، آنان را در تنظیم و طراحی یک استراتژی عملی‌تر با نگرش فناوری اطلاعات کمک شایانی می‌کند. (زرگر، ۱۳۸۲، ص ۱۵)

ویژگی‌های مؤثر فناوری اطلاعات در کارآفرینی

فناوری اطلاعات با برخورداری از ویژگی‌ها و قابلیت‌های مختلفی همچون افزایش سرعت، افزایش دقت، کاهش اندازهٔ فیزیکی مخازن اطلاعات، رفع برخی از فسادهای اداری، ایجاد امکان کار تمام‌وقت، ایجاد امکان همکاری از راه دور و کاهش هزینه‌های سیستم یا سازمان توانسته است انعطاف‌پذیری شایان توجهی را در زمینهٔ کارآفرینی از خود نشان دهد. همین ویژگی‌ها سبب افزایش کارایی این فناوری در امر کارآفرینی و ایجاد اشتغال شده‌اند.

نتیجه‌گیری

با توجه به سطح فرهنگی، روابط اجتماعی، نظام آموزشی، نوع حمایت‌های دولتی، زیرساخت‌های اجتماعی، دسترسی به سرمایه‌های خطرپذیر، مهارت‌های کسب و کار و سطح فناوری، سطح کارآفرینی در بین کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. اگرچه افزایش فعالیت‌های کارآفرینی باعث رونق و توسعهٔ اقتصاد ملی هر کشور می‌گردد، اما این رابطه یک

رابطهٔ خطی با شیب یکسان نیست. بررسی‌ها نشان می‌دهد در کشورهایی که زیرساخت‌ها و قوانین حمایتی مناسبی دارند، قانون مالکیت معنوی رعایت می‌شود و هزینهٔ قابل ملاحظه‌ای در بخش تحقیقات و بخش‌های تحقیق و توسعه صرف می‌شود. کارآفرینی دارای سطح بالاتری براساس فرصت‌هاست. ملاحظه شد که فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات زیادی در کلیهٔ فعالیت‌های اجتماعی از جمله کسب و کار به‌وجود آورده و به‌عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، کارآفرینی در فناوری اطلاعات پهنهٔ وسیعی برای فعالیت دارد. کارآفرینی لازمه توسعهٔ فناوری و توسعهٔ فناوری بستر کارآفرینی است. بنابراین با یک تعامل دو سویه میان این دو مواجه هستیم و براساس اهمیت نقش بسترساز کارآفرینی، وظیفهٔ نهادهای مسئول مدنی و اجتماعی مشخص می‌شود. دولت‌ها باید بستر کارآفرینی در حوزهٔ فناوری اطلاعات که همان شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی می‌باشد را توسعه دهند و تقویت کنند و امکان دسترسی آسان همگان به این شبکه‌ها را فراهم نمایند. ضمن اینکه فرهنگ استفاده از شبکه‌ها را ایجاد کرده و گسترش دهند و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا نمایند. بر این اساس اهمیت نقش بسترسازی کارآفرینی و وظیفهٔ دولت مشخص می‌شود. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزهٔ فناوری اطلاعات را که همان شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی است، توسعه دهد و امکان دسترسی آسان همگان به این شبکه‌ها را فراهم کند، ضمن اینکه فرهنگ استفاده از شبکه را ایجاد کرده و گسترش دهد و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا کند. همچنین، در ارتباط با اشتغال تکنولوژی از یکسو در اثر افزایش بهره‌وری، نیاز به نیروی انسانی را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر تنوع فعالیت‌ها و مشاغل جدید را باعث می‌شود که برای نیروی انسانی بیشتری اشتغال ایجاد می‌نماید. امروزه فناوری اطلاعات یک نقش کلیدی را در ایجاد ایده‌های جدید، روش‌ها، فرآیندها و محصولات بازی می‌کند. به طور کلی، تجاری کردن این ایده‌های جدید، روش‌ها، فرآیندها و محصولات برای کاربران و مشتریان، مالکین و جامعه ارزش ایجاد می‌کند. در نتیجه فناوری اطلاعات به‌گونهٔ جدایی‌ناپذیری با کارآفرینی و در نهایت با تولید ملی مرتبط است. به‌طور کلی، تولید محوری تنها از یک نهاد مشخص نیست، بلکه همهٔ ظرفیت‌های کشور باید بسیج شوند، فکرها و عقل‌ها روی هم ریخته شود، امکانات کشور در این زمینه تمرکز پیدا کند و با نظم و انسجام و وحدت رویه همرا با شور و شعور به فرمان ولی امر مسلمین مقام معظم رهبری لبیک بگوئیم.

منابع

تعاریف، نظرایات و الگوها، شرکت پردیس۵۷.: احمد پور، محمود (۱۳۷۹).کارآفرینی.

کاستلز، مانوئل(۱۳۸۴). عصر اطلاعات (اقتصاد، جامعه و فرهنگ)، مترجمان احمد علیقلیان، افشین خاکباز، تهران، انتشارات طرح نو، جلد ۱، صفحهٔ۳۳۱ .

صفری، حسین و همکاران(۱۳۸۲). مدل بلوغ دولت الکترونیک وزارت بازرگانی ایران، فصل‌نامهٔ دانش مدیریت، شمارهٔ ۶۳.

رضایی، حمیدرضا، داوری، علی (۱۳۸۳). دولت الکترونیک، ماهنامهٔ تدبیر، شمارهٔ۱۴۶.

رضایی، رحیم، صلاحی اصفهانی، گیتی (۱۳۸۲). نظام آموزش عالی و فناوری اطلاعات، همایش اشتغال و آموزش عالی، جهاد دانشگاهی واحد دانشگاه تربیت مدرس.

زرگر، محمود (۱۳۸۲)، اصول و مفاهیم فن‌آوری اطلاعات، انتشارات بهینهٔ، تهران.
کرباسی، امیر (۱۳۸۶). شهروند الکترونیک، نیاز هزارهٔ سوم، چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیکی.
فهیمی، مهدی (۱۳۸۲). فناوری اطلاعات، رویکردی نوین در اشتغال‌زایی، ماهنامهٔ تدبیر، سال چهاردهم، شمارهٔ ۱۳۲.
عابدی، رحیم (۱۳۸۰). نقش کارآفرینان در تحول خلاق سازمان‌های اداری، مجلهٔ دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ارومیه، دورهٔ اول، شمارهٔ ۱.
خداداد حسینی، حمید، بهاری فر، علی(۱۳۸۴). نظام آموزش عالی و اشتغال (چالش‌ها، رویکردها و دیدگاه‌ها)، دبیرخانهٔ دایمی همایش اشتغال و آموزش عالی، جهاد دانشگاهی واحد دانشگاه تربیت مدرس.
هیکس، ریچارد (۱۳۸۴). بازآفرینی دولت در عصر اطلاعات، کنش بین‌المللی برای ساختار بخش دولتی با استفاده از فناوری اطلاعات. (مترجمان: هادی دارمی، نصراله جهانگرد، محسن پازری)، تهران، انتشارات گل واژه.
فتحی، سعید(۱۳۸۳). بررسی تأثیر تجارت الکترونیکی بر جهش صادراتی، شناسایی اولویت‌های بخش صنعت در کشور، تهران: مؤسسهٔ مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۳.
صرافی زاده، اصغر(۱۳۸۳). فناوری اطلاعات در سازمان، مفاهیم و کاربردها، انتشارات میر، تهران.
موسوی، سید محمود (۱۳۸۲). نقش کارآفرینی در توسعهٔ صنعتی و اقتصادی، مجلهٔ رهیافت، شمارهٔ ۲۹.
منتظر، غلامعلی، فتحیان، محمد (۱۳۸۲). آموزش عالی و توسعهٔ نیروی کار متخصص در عرصهٔ فناوری اطلاعات، همایش اشتغال و آموزش عالی، جهاد دانشگاهی واحد دانشگاه تربیت مدرس.

Denis, L., & Michael, S. (1985). maemillan press Lts , Dictionary of Information Technology, 2nd Edition.
Evans, D.,& Yen, C. (2006). Evolving relationship of citizens and government, domestic and international development, Government Information Quarterly, 23.
Intoworld,(2000). Breakthroughs in Education Technology . In Cirincionecole k. (ed.), The future of Education : policy , Inssues and challenqs , san Francisco, p302.
Drucker, P. (1988). Innovation and entrepreneurship, NY: Harper Collins Publisher.
Battey, j. (2000). Retaining your mostvaluable assets, Infoworld.
Drucker, P. (2001). The essential Drucke, Oxford,uk:butter worh-heinemann.
Toward full employment. (2000) .pproach paper for the youth employment summit,April.

Davis, F.D.(1989). Understanding information tecknology Usage:A Test perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly,13,(3), 319-340.

Carter, L., & Belanger, F.(2005). The utilization if e-government services:citizen trust, innovation and acceptance. Information systems journal. 15,(1), 5-25.

Myron, D. (2004). Stolen names, big numbers. American Demographics. 26, (7), 36-39.

Provan, Keith G., and Milward, H. Brinton. 1991 'Institutional-Level Norms and Organizational Involvement in a Service Implementation Network." Journal of Public Administration Research and Theory l(Oct.):391-417.

Lieber, A. (2000). E-government initiatives meeting. [Internet e-mail]. Point of contact: ostiwebmaster@osti.gov.

Stephen H.Hollden, Donald F.Norris, Patricia D.Fletcher ; Electroni Governmant At The Local Level, JSTOR Public Performance & Management Review, Vol_ 26, No_ 4 (Jun_, 2003), pp_ 325-344

Pascal patricia,(2003). <http://www. eloctronic-government.blogspot.com.

Ciborra, C. (2005). <http://www. eloctronic-government.blogspot.com.

بررسی راهبردها و چالش‌های موجود در راه آموزش مهارت به جامعهٔ انسانی، بر پایهٔ افزایش توان کارآفرینی و موانع موجود

صدیقه مهدیخانی[۱]
وحید پورچنگیز[۲]
فاطمه پورچنگیز[۳]

چکیده

بررسی‌های مختلف نشان داده که در میان راهکارهای موجود، ارتقاء بهره‌وری و بهبود خروجی بخش صنعت، اقتصاد و بازرگانی بیش از سایر راهکارها مورد توجه و حمایت صاحبنظران عرصه کار و فناوری و کارآفرینی و مهارت‌اندوزی است. بر این اساس، باتوجه به محدود بودن منابع ارزی و مالی و نرخ رشد مشخص صنعت، تنها فاکتور نیروی انسانی کارآفرین و مهارت‌دیده است که می‌تواند بر معادلات پیچیدهٔ موانع توسعهٔ همه‌جانبه اثر ملموس بگذارد. با ارتقاء بهروری و توان نیروی کار از یک طرف میزان ساعات کار مفید افزایش یافته، و از طرف دیگر کیفیت کار انجام‌شده، ارتقاء می‌یابد. توانمندسازی نیروی کار، تحت تأثیر دو مؤلفهٔ ارزیابی می‌شود. نخستین عامل و مؤلفه، تغییر نگرش به مقوله کار و آموزش و در مرحلهٔ دوم، ارتقاء و به‌روز شدن مهارت‌های فنی و تخصصی نیروی انسانی است. بر همین اساس، در این پژوهش سعی شده که چالش‌ها و نقاط ضعف و راهبردها و نقاط قوت موجود در راه آموزش مهارت به افراد جامعهٔ انسانی بر پایهٔ افزایش توان کارآفرینی بررسی گردد.

واژگان کلیدی: مهارت، چالش‌ها، فرصت‌ها، فنی و حرفه‌ای.

۱. مربی حق‌التدریس مرکز شهدای بافت کرمان، Email: sadighehmehdikhani@yahoo.com
۲. مدرس آموزشکدهٔ فنی و حرفه‌ای امام حسین(ع) بافت، Email: vahid_baft@yahoo.com
۳. دبیر آموزش و پرورش استثنایی کرمان، Email:fatameh.poor@yahoo.com

مقدمه

مهارت‌آموزی بر پایهٔ کارآفرینی را باید فراتر از یک پروژهٔ آموزشی و یا تکنیک اقتصادی و به‌عنوان یک شیوهٔ تعامل اجتماعی و رویکرد فرهنگی تلقی نمود. بر این اساس نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و در یک کلام مهارت‌آموزی را می‌توان در دو هدف بلندمدت و کوتاه‌مدت مورد بررسی قرار داد. در اهداف درازمدت، استراتژی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، ایجاد فرهنگ مهارت‌آموزی و کارآفرینی در جامعهٔ انسانی، و نهادینه کردن آن می‌باشد که با بهره‌مندی از روش‌های تربیت نیروهای مهارتی کارآفرین می‌توان برای نیل به این هدف، اقدام نمود. در این‌خصوص می‌توان به شیوه‌ها و روش‌های زیر اشاره نمود: الگوسازی، ریسک‌پذیری، آموزش خلاقیت، تفکر انتقادی، ایجاد خودباوری، آینده‌نگری، میل به نتیجه و هدف‌مداری و نوگرایی.

ویژگی‌های افراد مهارت‌دیده‌کارآفرین را می‌توان در دو حیطهٔ فطری و مهارتی مورد بررسی قرار داد. اگرچه تفکیک و تمایز مصداقی بین این دو دشوار و شاید غیرممکن به نظر برسد، اما نوع و چگونگی ارتباط بین آنها را می‌توان در میزان مهارت‌آموزی و کارآفرینی بیشتر، مؤثر دانست. فنی و حرفه‌ای می‌تواند با تکنیک‌های هدایت آموزشی، ارتباط دو بعدی فطری و مهارتی و تربیت نیروهای کارآفرین را تسهیل نماید. در اهداف کوتاه‌مدت که همان وظایف سطح عملیاتی است، می‌توان با رویکرد آموزشی مهارت‌آموزی وکارآفرینی در فضای آموزشی کارگاه‌ها، به فعالیت‌هایی همچون دوری از مباحث تئوریک محض، روش‌های آموزش غیرفعال و تأکید بر روش‌های آموزش فعال عملی و یادگیری پژوهش‌محور، به‌روز بودن مطالب آموزشی، تقویت توانایی‌های عقلانی و انتزاعی افراد و مهارت‌های روابط انسانی پرداخت. لازم به ذکر است که بین سطوح بلندمدت و کوتاه‌مدت، ارتباط تنگاتنگ و متقابلی وجود دارد که نیل به اهداف در هر سطح بستگی به فرایندهای سطح دیگر دارد. جهت نیل به اهداف مهارتی بر پایهٔ کارآفرینی، می‌بایست چالش‌ها و راهبردهای موجود را شناسایی کرد تا بتوان جهت رفع چالش‌ها و تقویت راهبردها، برنامه‌ریزی مبسوطی انجام داد. و با تقویت نقاط قوت و اصلاح نقاط ضعف، پارامتر مهارت‌آموزی برای تولید نیروی انسانی مولد و کارآمد و به طبع آن اشتغال و کار که در بیش از ۴۰۰ آیه از آیات کلام ا... مجید و در حدود ۱۰۰۰ روایت از ائمهٔ معصومین (ع) در مورد آن تأکید شده است (موسوی اصفهانی،۱۳۷۴) در جامعهٔ انسانی جویای کار تقویت شده تا بتواند به روند اشتغال عمومی کمک نماید.

الف) راهبردها

با تأملی اندک در پیش‌نیازهای فرهنگی برای توسعهٔ اقتصادی بر مبنای کارآفرینی، مشخص می‌شود که هرگونه رشد و توسعهٔ اقتصادی، چه از نظر کیفی و چه از نظر کمّی، به آموزش و نیروهای آموزش‌دیده و مهارتی نیاز دارد. در واقع، این نظام آموزشی و مهارتی مناسب است که با شکل‌دهی به نگرش‌ها، جهت‌دهی و اصلاح رفتار و ایجاد دانش و مهارت در انسان‌ها، آن‌ها را به سرمایه‌های انسانی بدل می‌کند. به این ترتیب، فراهم‌آوردن دانش و مهارت‌های مورد نیاز نیروی کار، یکی از مستقیم‌ترین و بدیهی‌ترین راه‌هایی است که نظام آموزشی می‌تواند به توسعهٔ اقتصادی کمک کند. ظرفیت‌های انسانی به‌جای سرمایهٔ مالی، عامل نخست در فرایند توسعهٔ اقتصادی بوده است. بدین‌سان آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، باعث رشد و شکوفایی استعدادها و ارتقاءکیفیت نیروی انسانی می‌شود و افزایش کیفیت نیروی انسانی بهره‌وری و رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد. (کفاش، ۱۳۹۱)

بر این اساس، موارد زیر را می‌توان به عنوان راهبردهای آموزش فنی و حرفه‌ای بر پایهٔ کارآفرینی مدنظر قرار داد. البته بعضی از این راهبردها هم‌اکنون نیز توسط سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، به‌عنوان استراتژی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت در مراکز آموزش مهارتی رعایت می‌شود که امید است تمام موارد رعایت گردد.

تعهد

آموزش و تربیت کارجویان کارافرین، کارآمد و خلاق برای ادارهٔ امور واحدهای کوچک اقتصادی، به‌گونه‌ای که در فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی از دست‌آوردهای فنون جدید بهره گیرند و در ادارهٔ امور بنگاه‌های اقتصادی، از روش‌های نوین مدیریت و سازماندهی سودجویند، کلید گسترش و توسعهٔ واحدهای کوچک به‌طور عام و صنایع به‌طور خاص است. از طرفی تعامل علم و صنعت به واسطه ساز و کار فرا بازار در کشور ضعیف است و عمدتاً از طریق انتشار آزاد مقاله در مجلات، روزنامه‌ها و اینترنت، مشارکت آموزشی و تحقیقاتی، حمایت مالی، کارورزی، تدریس پاره‌وقت، فرصت‌های مطالعاتی و غیره، صورت می‌پذیرد. تعامل علم و صنعت به‌واسطهٔ ساز و کار بازار نیز بسیار ناچیز است و در حد مشاوره دانشگاهیان در صنعت و اجرای طرح‌های تحقیقاتی توسط دانشگاهیان در صنعت انجام می‌شود. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸) با توجه به موارد ذکر شده، تعهد سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، در خصوص آموزش‌های غیر رسمی، به‌خوبی معلوم و مشهود می‌شود.

انعطاف‌پذیری

آموزش‌های فنی‌وحرفه‌ای، هم مهارت‌های خاص مورد نیاز صنعت و هم مهارت‌های عمومی بازار کار را فراهم می‌سازد. این نوع آموزش‌ها همچنین برای شاغلانی که به دلیل تغییرات فناوری دچار کاهش کارایی می‌شوند، امکان به روز شدن و تکمیل مهارت را فراهم می‌کند. لذا به این نوع آموزش‌ها به‌عنوان ابزاری برای مقابله با بیکاری به‌خصوص بیکاری ساختاری که ناشی از تغییرات در اقتصاد جهانی است، نگریسته می‌شود. میان بازار کار و آموزش‌های فنی‌وحرفه‌ای پیوند آشکار و سنجیده‌ای وجود دارد. تغییرات حادث در بازار کار یکی از مهم‌ترین عواملی است که بر پویایی آموزش‌های فنی‌وحرفه‌ای تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر نظام آموزش فنی‌وحرفه‌ای به شدت هم تحت تأثیر ساختار بازار کار و هم تحت تأثیر رفتار بازار کار است. (امیری، ۱۳۹۱)

فرهنگ‌سازی و ترویج روحیه کارآفرینی:

ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مهارتی کارآفرینانه، تحت عنوان فرهنگ‌سازی کسب‌و کار، می‌بایست از مؤلفه‌های اصلی استراتژی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای باشد. این راهبرد عمدتاً می‌بایست در قلب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی، ترویجی آموزشی و مهارتی در کلیهٔ سطوح و لایه‌های اجتماعی پیگیری شود.

اصلاحات ساختاری و نهادسازی

اصلاحات ساختاری عمدتاً ناظر بر اصلاح قوانین، مقررات و چارچوب‌های حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف ، تأسیس و راهبری مراکز آموزش مهارتی و به دنبال آن کسب و کار پویا در بافت جمعیتی انسانی است. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸) هدف از اصلاحات ساختاری،

اطمینان از انطباق چارچوب قانونی – حقوقی با نیازها و ضرورت‌های توسعهٔ آموزش‌های مهارتی در مقاطع مختلف زمانی و مکانی است و عمدتاً با هدف بهبود فضای قانونی – حقوقی به نفع کسب و کارهای جدید و نوآور و در حال رشد صورت می‌گیرد. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸) در این راهبرد گرچه بار اصلی برنامه‌ها و فعالیت‌های اجرایی بر دوش نظام دولتی قرار دارد، اما خاستگاه اصلاحات، تعاملات و مذاکرات منظمی است که بین دولت، تشکیلات و انجمن‌های آموزشی کارآفرینانه صورت می‌گیرد. بنابراین، با افزایش میزان مشارکت اجتماعی در استراتژی توسعهٔ مهارت‌های کارآفرینانه، داده‌های عینی‌تر و بیشتری برای انجام اصلاحات لازم در قوانین و مقررات فراهم می‌شود. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸):

ایجاد مؤسسات آموزش خصوصی

در کشورهای در حال توسعه خصوصاً کشور مقدس اسلامی ایران، دیگر کشاورزی به تنهایی نمی‌تواند اشتغال مفید و مؤثری برای قاطبه جوانان کشور فراهم کند و از سوی دیگر فراگیری کارهای سودآور هم فقط برای عده‌ای معدود امکان‌پذیر است. بدین دلیل به‌نظر می‌رسد که آموزش مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی راه‌حل مطلوبی برای مشکلات اشتغال و بهره‌وری در جامعه باشد. تعداد وسیعی از مردم در اقسا نقاط کشور، در این رابطه باید آموزش ببینند و هزینهٔ آموزش آنها نیز نسبتاً زیاد است. بنابراین، این سؤال پیش می‌آید که وظیفهٔ آموزش این قشر عظیم بر عهدهٔ چه کسی است؟ که قطعاً اگر به انتظار دولت بمانیم، پیشرفت قابل ملاحظه‌ای نخواهیم داشت. لذا نیاز به ایجاد مؤسسات آموزشی خصوصی، بیش از پیش، احساس می‌شود.

آموزش‌های از راه دور و رسانه‌ای

یکی از روش‌های آموزش فعال مهارت‌های فنی؛ آموزش از راه دور است که امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی اطلاعات (ویدئو، اینترنت، شبکه‌های سازمانی و غیره) انجام این نوع آموزش از پیشرفت زیادی برخوردار شده است. آموزش از راه دور، معرف سیستمی است که طبق آن یادگیرنده از راه دور توسط نهادهای مسئول، آموزش می‌بینند. از آنجا که آموزش از راه دور نیازمند امکانات، تجهیزات و منابع مالی نسبتاً زیادی است، عموماً توسط دولت انجام می‌شود که خود از عیوب اساسی آن است. خلاصهٔ اهداف آموزش از راه دور را (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸) به‌صورت زیر بیان نموده‌اند.

- فراهم‌آوردن یک روش کارا و ارزان یادگیری برای فراگیران بزرگسال.
- تسهیل مقررات و روش‌های پذیرش برای افرادی که در موقعیت نامناسبی قرار دارند.
- ارائه فرصت یادگیری برای افرادی که علاقه‌مند به فراگیری دانش جدیدی هستند.
- ارائه تسهیلات برای فراگیران جهت مطالعه بر حسب محیط و سرعت خاص خود

ارائهٔ مشاوره‌های فنی و مدیریتی

دولت‌ها روز به روز علاقه‌مندتر می‌شوند تا از راه‌حل‌های مختلف به بخش کسب‌وکارهای کوچک کمک نمایند و از آنجا که کسب و کارهای جدید نیازمند مشاوره‌های فنی و مدیریتی هستند، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای می‌تواند علاوه بر وظیفهٔ اصلی خود که همان آموزش‌های غیر رسمی است، با ایجاد مراکز مشاوره‌ای، خدمات مشاوره‌ای فنی و مدیریتی لازم را نیز ارائه نمایند.

توانمندسازی بر اساس فناوری‌های جدید

تلاش‌های سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای در خصوص آموزش‌های مهارتی اگر همگام با پیشرفت تکنولوزی آموزشی و استفادهٔ بهینه از امکانات صوتی و تصویری و مجازی پیشرفته نباشد، خودبه‌خود فرایند آموزش را به سمت روزمرگی و امور عادی و غیر خلاقانه سوق می‌دهد. بر این اساس، نیاز است که فرایند توسعهٔ امکانات مجازی و رایانه را با شدت و حدت و سرمایه‌گذاری بیشتری انجام دهد.

ایجاد شبکه‌های مدیریتی (مدیریت مشارکتی)

مدیریت مشارکتی، فلسفه‌ای است که ایجاد می‌کند تصمیم‌گیری سازمانی چنان صورت‌گیرد که اطلاعات، درون داده‌ها و مسئولیت به پایین‌ترین ردهٔ مربوط به آن واگذار شود. به‌طور خلاصه مدیریت مشارکتی به‌معنای درگیر کردن کارکنان در فرایند تصمیم‌گیری است. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸)

افزایش قابلیت‌های شخصی کارآموزان تحت آموزش

آموزش‌های مهارتی و آموزش‌های غیررسمی بر اساس مأموریت سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای باعث می‌شود که توجه مربیان و مدیران مراکز آموزش مهارتی فنی و حرفه‌ای فقط به جنبهٔ تئوری و یا عملی امور فنی و توسعهٔ آموزش‌های یدی و ذهنی معطوف گردیده و تقویت روحی و روانی فراگیران را فراموش نموده از اصل مهم افزایش قابلیت‌های فراگیران غافل گردند. آموزش‌های فنی و مهارتی در صورتی در جامعه منجر به اشتغال می‌شوند که علاوه بر افزایش توان مهارتی و دانش فنی فراگیران، مهارت‌های شخصی کارآموزان همانند: نظم، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، دوراندیشی، قدرت رهبری، پشتکار، قدرت تصمیم‌گیری، بازاریابی، قدرت مذاکره و روابط عمومی را نیز افزایش دهد.

کاربرد دانش (تولید مهارت با آموزش)

دانش سازمانی می‌بایست در جهت تولید محصولات، خدمات و فرآیند سازمان به‌کار گرفته شود. اگر سازمانی به راحتی نتواند شکل صحیح دانش را در جای مناسب آن مشخص نماید، در عرصه‌های رقابتی با مشکل مواجه خواهد شد. زمانی که نوآوری و خلاقیت راه پیروزی در جهان امروز است، سازمان باید بتواند دانش مناسب را در جای مناسب به‌کار گیرد. سازمان‌ها در بهره‌گیری از منابع دانش خود راه‌های مختلفی پیش‌رو دارند. برای مثال می‌توان دانش موجود را از محتواهای مختلف درونی به‌دست آورد، استانداردهای اندازه‌گیری مناسب اتخاذ نمود، افراد را ترغیب و آموزش داد تا خلاقانه فکر کنند و درک خود را در جهت بهبود محصولات، خدمات و فرآیندهای سازمان به کار گیرند.

بازنگری فرآیندهای آموزشی و دانشی در سازمان

بر اساس معیارهای باز مهندسی، منظور از بازنگری در فرایندهای آموزشی و دانشی در سازمان، بازاندیشی دوباره و بنیادین فرآیندها برای دستیابی به پیشرفت و تحولی مثبت و مؤثر بر اساس شاخص‌های کیفیت، هزینه، سرعت و خدمات است. به تعبیر دیگر، آغازی دوباره و فرصتی برای بازسازی و به‌سازی روش‌ها و جریان‌های کاری برای رسیدن از یک

مدل کم‌کارا و یا غیر کارا به یک الگوی مناسب، خلاقانه و اثرگذار است. در فرآیند بازنگری تکیه و تأکید زیادی در حذف نگرش‌ها و روش‌ها و مقررات کهنه می‌شود و سعی می‌گردد تا تمام نیروهای سازمان اعم از آموزشی و مدیریتی و اجرایی را در خدمت راهبردهای سازمان درآورد. برای پیاده‌سازی فرآیند بازنگری آموزشی و دانشی در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، نیازمند توجه به دو اصل مهم خواهیم بود:

تبدیل نگاه وظیفه‌گرا به فرآیندگرا

با ایجاد چنین ذهنیت و باوری، سازمان می‌تواند با نظارت و کنترل بهتری فرآیندهای آموزشی را نیاز سنجی، برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی نماید. چراکه در بازمهندسی فرآیند آموزش، مجموعه‌ای از اشخاص با وظایف هم پیوند، می‌دانند که می‌توانند باهم نتیجه‌ای با ارزش برای سازمان به‌وجود آورند. بنابراین، مربیان و مدیران مراکزآموزشی، هرگونه دانش و آموزشی را نه تنها برای خود مؤثر می‌دانند، بلکه آن را برای تسهیل تعاملات کاری خود با سایرین نیز ضروری می‌شمرند و با میل و رغبت بیشتری به یادگیری می پردازند.

تغییر دیدگاه رئیس محوری به مشتری محوری

ایجاد تحولی این چنین می‌تواند تأثیر بسیار مهمی در جایگاه سازمان داشته باشد. در این شیوه تمرکز افراد به سمتی می‌رود که در فرآیندهای آموزشی و حتی اقتصادی سازمان نقش مؤثرتری یابند و بتوانند تأثیر عملکرد خود را مورد سنجش قرار دهند. به همین سبب سعی می‌کنند از بسترهای علمی موجود برای به‌سازی دانش خود استفاده کنند. (www.farnood.com)

ب) چالش‌های موجود در جهت آموزش‌های مهارتی

عدم هماهنگی در تعریف مهارت و آموزش‌های مهارتی

متأسفانه یک تعریف واحد، جامع و کامل و جهان شمول برای مهارت و آموزش‌های مهارتی وجود ندارد تا تمامی پژوهندگان بتوانند یک روش بین‌المللی برای اجرای مهارت‌های کارگاهی ارائه دهند و بر مبنای آن حرفه‌آموزی، یکسان‌سازی شده و کارا گردد. پراکندگی تعریف‌ها، گاهی اوقات می‌تواند باعث برداشت‌های شخصی شده و هر کس بتواند آن‌طور که دوست دارد آن‌را تعبیر نموده و بر اساس ایدهٔ خود عمل نماید. لذا، لازم است که ضمن تعامل با تمام عوامل اجرایی دخیل، نگرش مشترکی را در خصوص مهارت‌های فنی و حرفه‌ای بازسازی نمود. طراحی برنامه‌های درسی، فرایندهای یادگیری، و روش‌های ارزشیابی مهارتی تنها در صورتی به نتیجه می‌رسند که رفتار مهارتی در وجود آموزش‌دیدگان ظاهر گردد و آن مهم جز با هماهنگی تمام مراکز حرفه‌آموزی امکان‌پذیر نیست.

اعتماد بیش از حد به استانداردهای آموزشی و مهارتی

معمولاً واقعیت کار از توصیف‌ها و مقررات سازمانی مکتوب کاملاً متفاوت است. (مرجانی و مافی‌نژاد، ۱۳۹۱ به نقل از کلاروس، ۳۰۰۳) استانداردهای آموزشی و مهارتی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، گاهی تا چندین سال متوالی بر یک منوال خاص ارائه شده و بر همان روال به فراگیران مهارتی آموزش داده می‌شوند. با توجه به این موضوع، پویایی و روایی استانداردهای آموزشی، با پیشرفت علم هماهنگی نداشته و کاربرد خود را از دست می‌دهند. نکتهٔ دیگری که با مشکل استانداردسازی مرتبط است، پایبندی به پیش‌بینی‌های مشاغل

است. استانداردهای مهارتی باید به توسعهٔ مشاغل در آینده بپردازند. همان مشاغلی که کارآموزان برای آن آموزش دیده‌اند. اما متأسفانه کارآموزان بر اساس تشریح استانداردهای آموزشی مشاغل گذشته، آموزش می‌بینند و به‌جای اینکه برای پیشرفت‌های ابتکاری آماده شوند، به سوی روش‌های مهارت‌آموزی محافظه‌کارانه سوق داده می‌شوند. در این حالت است که خلاقیت در حیطهٔ کار واقعی تقریباً حذف می‌شود.

عدم استفاده از محیط کار واقعی در کارگاه‌های آموزشی

غالباً سختی یادگیری در مدارس با یادگیری در محل کار دست‌کم گرفته می‌شود. (مرجانی و مافی‌نژاد، ۱۳۹۱ به نقل از کلاروس، ۳۰۰۳) معمولاً آموزش مهارت در کارگاه‌های آموزشی فنی و حرفه‌ایی، براساس استانداردهای تئوری - عملی و در محیطی کاملاً ایزوله از نظر عوامل محیطی انجام می‌شود که تقریباً با شرایط محیط کار واقعی صنعتی و یا کارگاه شغلی تفاوت ماهوی دارد. براین اساس، کارآموز پس از اتمام دورهٔ مهارتی، وقتی که وارد بازار کار می‌شود، به دلیل نیاموختن فوت و فن شغلی، عملاً دچار سردرگمی شده و تا مدتی طولانی نمی‌تواند خود را با محیط کار واقعی تطبیق دهد.

رفتارگرا نشدن بعضی از مهارت‌های مورد آموزش در کارگاه‌ها

مشخص کردن شایستگی‌هایی که قرار است کاراموزان کسب کنند، خودبه‌خود به طراحی فعالیت‌های مؤثر یادگیری منجر نمی‌شود. برنامه‌ها و مسیرهای یادگیری باید بر پایهٔ اصول یادگیری اجتماعی و ساختن‌گر (structivist) استوار گردد. (مرجانی و مافی‌نژاد، ۱۳۹۱) در واقع، با این دیدگاه علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی که در رویکرد مهارت‌آموزی مورد تأکید است، عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد، شامل تجارب و سوابق شخصی و فردی وی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸) اگر افراد تحت آموزش، اهداف، محتوا و روش‌های تدریس با هم هماهنگ باشند، بهتر می‌توان از تلاش‌های آموزشی بر پایهٔ کارآفرینی بهره برد. (ایمانی و همکاران، ۱۳۸۸)

وجود ارزشیابی سنتی و مدرک‌گرا

ارزشیابی شایستگی‌ها به‌ویژه در موقعیت‌های کاری، امری پرزحمت و وقت‌گیر است. (ژلما، ۲۰۰۳ در مرجانی و مافی‌نژاد، ۱۳۹۱) ارزشیابی توانایی‌های مهارتی، بیش از آن که نیازمند امتحان کتبی و کلاسی باشد، به مشاهدهٔ منظم مربی کارآزموده و خلاق احتیاج دارد. در نظر نگرفتن نظر مربی که یک دورهٔ آموزشی کامل با فراگیر ارتباط داشته و نقاط ضعف و قوت وی را می‌داند، می‌تواند به اعتبار ارزشیابی میزان مهارت‌های فراگیر لطمه وارد نماید. چنانچه هدف اصلی ارزشیابی به‌جای خودتکاملی (self development) گزینش و یا اعطای گواهی‌نامه پایان‌دورهٔ مهارت باشد، در آن‌صورت، دو معضل حاد در این زمینه حاصل می‌شود. میزان حساسیت استفاده از ابزارها و وسایل باکیفیت عالی بیشتر شده و دست فراگیر برای استفادهٔ خلاقانه و آزاد از وسایل و ابزارها، بسته می‌شود. و رفتارهای مهارتی در وجود فراگیر نهادینه نخواهد شد.

تغیر نقش مربیان از فرد خلاق هدایت‌گر، به خبرهٔ انتقال‌دهنده

بر اثر بعضی قوانین و بخشنامه‌های صادره از سوی مسئولین، مربیان به جای اینکه فراگیران را هدایت کنند که خودبار مسئولیت آموزش را برعهده گرفته و فعالانه در امر آموزش‌های مهارتی وارد شوند، همانند امور معلم محور مدارس، اطلاعات و اندوخته‌های علمی خود را به کارآموزان انتقال داده و به جای فعال نمودن کارآموزان در حیطه‌های عملی، بر حفظ محفوظات آنان تأکید دارند.

انتصاب مدیران بخشنامه‌ای و غیر خلاق در راس مراکز آموزشی

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در دسته‌های رسمی، غیررسمی و سازمان نایافته صرف‌نظر از حوزهٔ شمول آنها همواره در تعامل با محیط بیرونی خویش هستند، درجهٔ این تعامل بستگی به روش اجرای آموزش‌های فنی و حرفه‌ای دارد. در این راستا آنچه که باید مورد توجه برنامه‌ریزان آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و مهارتی قرار گیرد، تعیین مسیر همراه با ارتقاء است که متأسفانه تاکنون به آن توجه نشده است؛ از جملهٔ آن‌ها تعیین ظرفیت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بدون نگاه به ظرفیت‌های جذب و توسعهٔ مناطق ناهمگن کشور بوده است. شاید بهترین دلیل آن «عرضه‌محوری» آموزش‌ها به‌جای «تقاضامحوری» و یا حرکت‌های شتاب‌زده در توسعهٔ کمّی بوده است. (آزاد، ۱۳۸۷) در حالی که عرصهٔ آموزش بستگی به استراتژی توسعه دارد. استراتژی توسعه تعیین می‌کند که چه مقدار از مکان و ظرفیت آموزشی فراهم گردد، چه نوع آموزشی ترویج شود، چه کسی به مکان‌های آموزشی راه یابد و چه سطوح تحصیلی مورد عنایت قرار گیرند (حسین زاده یوسفی، ۱۳۹۱) بر این اساس مدیران مراکز اموزش فنی و حرفه‌ای می‌بایست از بین افرادی انتخاب شوند که تعامل اجتماعی قوی داشته و بتوانند خلاقانه با توجه به نیاز بافت جمعیتی هر حوزهٔ آموزشی، کارگاه‌های آموزشی مرکز تحت سرپرستی خود را تغییر داده، و تقاضامحور سازند.

توسعهٔ کمّی مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای

بر اساس مصادیق توسعهٔ کشوری، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌بایست «تقاضامحور» تعریف شوند تا «عرضه‌محور» اما این امر در بعضی موارد براساس ملاحظات و روابط همکاری یا حس نوع‌دوستی مدیران، اندکی به فراموشی سپرده شده و مکرر در مکرر برای بعضی مهارت‌هایی که تقاضا وجود ندارد دورهٔ آموزشی اجرا می‌شود. در اکثر مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای تعداد زیادی از مربیان حق‌التدریس که عمدتاً منبع درآمد دیگری ندارند، مشغول به کار هستند. تعداد زیادی از این مربیان پس از چند سال آموزش یک مهارت خاص، عملاً با کمبود تقاضا برای آموزش مواجه می‌شوند. اما به‌دلایل متعدد اعم از بیکار شدن مربی و یا قطع شدن پرداخت حق بیمهٔ وی وغیره، مدیر مرکز ، همچنان اصرار بر ادامهٔ آموزش دارد. از طرفی با رشد جمعیت و افزایش تنوع مهارت‌های موجود در جامعه، نیاز به ایجاد دوره‌های آموزشی جدید، باعث می‌شود که سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، مبادرت به توسعهٔ مراکز آموزشی خود در شهرها و مراکز بخش‌ها کند که این امر از یک طرف بار مالی زیادی را بر سازمان وارد می‌کند و از طرف دیگر کیفیت آموزش‌ها را فدای کمیت می‌کند.

ابهام آیندهٔ شغلی و عدم وجود انگیزه در مربیان، خصوصاً مربیان حق‌التدریس

ارتقای بهره‌وری، خلاقیت و نوآوری و دست‌یابی به کیفیب مطلوب محصولات در هر سازمان، به مدیریت و نیروی انسانی کارا، اثربخش، هوشمند و متعهد ارتباط نزدیک دارد. به همین سبب در دنیای کنونی ثروت ملل را تنها متشکل از ثروت‌های طبیعی و فیزیکی نمی‌دانند، بلکه عمدتاً سرمایه‌های انسانی را ملاک عمل قرار می‌دهند. (صحت و خلاقی، ۱۳۹۱) روی این حساب، اهمیت به نیروهای انسانی در هر سازمان، از اهم امور جاری آن سازمان است. اما علی‌رغم این موضوع، در بعضی از مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای، مربیانی مشغول به‌کارند که عمدتاً ممر درآمدی به جز حقوق کارمندی خود ندارند. تنها دلخوشی آنان استخدام قطعی در آینده است که آن‌هم با ابهام زیادی مواجه بوده و تقریباً غیرممکن می‌شود. بر این اساس، انگیزهٔ فعالیت جدی و خلاقانه و کارآفرینانه، از مربی سلب شده و وی را دچار روزمرگی و سکون می‌کند. این امر در درازمدت، هم به اعتبار آموزش‌های فنی و مهارتی صدمه می‌زند، و هم توسعهٔ امر کسب و کار را با مشکل مواجه می‌کند.

منابع

(آزاد، الف. ۱۳۸۷)، بررسی وضع مطلوب و موجود عملکرد یادگیری در نظام آموزش فنی و تربیت حرفه‌ای – اقتصادی، دبیرخانه طرح تدوین سند ملی آموزش و پرورش، دسترسی: www.jobportal.ir

(ایمانی، م. ن.، آذرخش، ت.، عاشقی، م.، ۱۳۸۸)، کارآفرینی، نشر فرهنگ سبز، چاپ دوم.

(امیری، م.، ۱۳۹۱)، تجزیه و تحلیل وضعیت اشتغال آموزش‌دیدگان سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و برآورد الگوی عوامل مؤثر بر آن، مجلهٔ برنامه و بودجه، شمارهٔ ۸۸.

(حسین‌زاده یوسفی،غ.، ۱۳۹۱)، آمایش آموزشی مبتنی بر آموزه‌ها و استلزامات آمایش سرزمین، فصل‌نامهٔ رشد فنی و حرفه‌ای، دورهٔ هشتم، شمارهٔ۲.

(صحت، آ.، خلاقی، ع. ا.، ۱۳۹۱)، رابطهٔ خلاقیت و سبک رهبری مدیران با بهره‌وری آموزشی در آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای، نشریهٔ علمی پژوهشی فناوری آموزش، سال ششم، جلد۶، شمارهٔ ۴، تابستان ۱۳۹۱.

(کفاش، ح. م. ۱۳۹۱)، بررسی شعار سال تولید ملی، حمایت از کار و سرمایهٔ ایرانی با رویکرد فرهنگی در آموزش و پرورش، فصل‌نامهٔ رشد فنی و حرفه‌ای، ۱۳۹۱، دورهٔ هشتم، شمارهٔ ۲.

(مرجانی، ب.، مافی‌نژاد، ن. ۱۳۹۱)، آموزش و مهارت‌آموزی حرفه‌ای در هلند، فصل‌نامهٔ رشد فنی و حرفه‌ای، ۱۳۹۱، دورهٔ هشتم، شمارهٔ ۲.

(موسوی اصفهانی، س. ج. ۱۳۷۴)، پیام‌های اقتصادی تهران دفتر فرهنگ اسلمی

www.farnood.com

بررسی رابطهٔ فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان

مریم عدالتیان[1]
محمد محمودوند[2]
عبدالحمید طاهری[3]

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطهٔ فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بوده که جامعهٔ آماری آن شامل کلیهٔ کارکنان شاغل در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان به تعداد ۱۰۰ نفر می‌باشد. از آنجا که روش نمونه‌گیری از نوع سرشماری بوده کل جامعهٔ آماری مورد بررسی قرار گرفت. ابزار پژوهش دو پرسش‌نامه شامل پرسش‌نامهٔ ۲۲ سؤالی فرهنگ سازمانی اقتباس از گرت‌هافستد (۱۹۸۰) و پرسش‌نامهٔ ۱۲۱ سؤالی کارآفرینی سازمانی بر گرفته از پایان‌نامهٔ ترابی (۱۳۸۹) با اندکی تغییرات می‌باشد. برای تحلیل آماری داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی شامل، آزمون ضریب همبستگی پیرسون، آزمون رگرسیون، آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه و آزمون t مستقل استفاده شده است. نتایج آزمون ضریب همبستگی نشان داد که بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطهٔ مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که فرهنگ سازمانی توانسته است به میزان ۷۰ درصد کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کند و نیز نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب سابقه و تحصیلات کارکنان تفاوت معناداری وجود دارد. ولی نتایج آزمون t مستقل بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب جنسیت کارکنان تفاوت معناداری را نشان نداد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی، توسعهٔ سازمانی.

---

۱. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، فارغ‌التحصیل دانشگاه آزاد اسلامی شیراز Email:Maryam.edalatian@yahoo.com
۲. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، فارغ‌التحصیل دانشگاه سیستان و بلوچستان،
Email:mohamadmahmodvand@yahoo.com
۳. استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز.

مقدمه

عصر کنونی دورهٔ تحولات شتابنده و غیرقابل پیش‌بینی است. سازمان‌ها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت‌های احتمالی، ناچارند ظرفیت‌ها و توانمندی‌های درونی خود را بشناسند، نقاط ضعف را ترمیم و به تقویت نقاط قوت بپردازند (مقیمی، ۱۳۷۷؛ به نقل از تبریزی و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۴۰). اما تجربهٔ دنیای پیشرفتهٔ صنعتی، نشان می‌دهد عامل عمده‌ای که باعث حرکت و سرعت بخشیدن به افزایش توان تولیدی و اقتصادی سازمان و نهایتاً جامعه می‌گردد، منابع انسانی است. نیروی انسانی ماهر متخصص و پژوهشگر نقش تعیین‌کننده‌ای در فرآیند رشد و توسعهٔ اقتصادی در یک جامعه دارد و چنانچه جامعه‌ای از این‌گونه افراد بی‌بهره باشد، به همان نسبت ضریب رشد اقتصادی جامعه نیز تقلیل خواهد یافت (قنبری و زرافشانی،۱۳۸۶: ۸۵). تجارب جهانی نشان می‌دهد فرهنگ‌سازی و آموزش یکی از مؤثرترین عوامل در تحول سطوح مهارت و تخصص نیروی انسانی بوده است (همان منبع). از طرف دیگر، در چنین محیط متغیری سازمان‌ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند، در واقع، این مسأله برای مدیران به اثبات رسیده است که شرایط پیرامونی سازمان‌های امروزی به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها نیازمند راه‌حل‌های جدید و منابع مختلف می‌باشند و بدون تردید یکی از مهم‌ترین منابع، ابتکار، خلاقیت، نوآوری و در یک کلمه کارآفرینی است که یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه شناخته شده است (عبدی و عباسی، ۱۳۹۱: ۵؛ عربیون و همکاران،۱۳۹۱). نکتهٔ قابل توجه این است برای این‌که افراد کارآفرین تربیت شوند، باید مهارت‌ها، توانایی‌ها و ویژگی‌های این افراد پرورش داده شود.

به‌طور کلی، امروزه همراه با آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی کشورها (جانسون و هلدب[1]، ۲۰۰۶: ۴۱؛ بربسا و همکاران[2]، ۲۰۰۷: ۲)، تلاش‌ها در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیهٔ کارآفرینی در بین مدیران، دانشجویان، کارآفرینان، بالفعل شکل گرفته است و با توجه به اینکه وظیفهٔ نظام‌ها و سازمان‌های آموزشی و غیر آموزشی، به ویژه مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای تربیت دانش‌آموختگانی است که علاوه بر داشتن علم در یک حوزهٔ تخصصی دارای اعتماد به‌نفس، قدرت ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری باشند- در کل تربیت نیروی انسانی خلاق و کارآفرین مورد توجه است (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۸۵: ۴۴) لازم است برای نیل به این اهداف به بسترسازی، ایجاد فرهنگ پویا و تدوین برنامه پرداخت. حال با توجه به اهمیت کلیدی کارآفرینی در توسعهٔ کشور و نیز ضرورت بسط و ایجاد بستری برای توسعهٔ آن به نظر می‌رسد فرهنگ سازمانی پویا بتواند به‌عنوان عاملی راهگشا و بسیار کاربردی زمینه و بستر مناسبی جهت بهبود و تسریع روند کارآفرینی در سازمان‌های ما فرآهم آورد. بنابراین، نظر به اهمیت و جایگاه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در پیشرفت و توسعهٔ سازمان‌ها و به طبع آن ترقی هر جامعه‌ای، ما در این پژوهش بر آن شدیم تا رابطهٔ بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی را در یک سازمان اساسی و تأثیرگذار در جامعه مورد بررسی قرار دهیم. لذا، سؤال کلی که در اینجا مطرح شده و در این پژوهش به آن پرداخته خواهد شد عبارت است از:

آیا بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان رابطه‌ای وجود دارد؟

---

1. Johnson & Hildeb
2. Barbosa et al

مبانی نظری و پیشینهٔ پژوهش

❖ فرهنگ سازمانی[1]

همان‌گونه که می‌دانیم توسعه بدون دستیابی به فرهنگ خاص آن امکان‌پذیر نیست .توسعه در تمام ابعاد آن به شدت تحت تأثیر باورهای فرهنگی است. از این‌رو، باید فرهنگ را محور همهٔ برنامه‌های توسعه قرار داد (بهرام زاده، ۱۳۸۲). فرهنگ، سازمان را قادر می‌سازد تا بهترین بهره‌برداری را از دانش و تجربیات خود، برای ایجاد و دستیابی به اهداف مطلوب انجام دهد (کازرین و همکاران[2]، ۲۰۰۳: ۱۲). لذا، می‌توان فرهنگ را به‌عنوان عاملی نیرومند در بهره‌وری و اثربخشی سازمان‌ها تلقی کرد. از فرهنگ سازمانی تعاریف زیادی از محققان مختلف و از دیدگاه‌های گوناگون ارائه شده است. از دیدگاه رابینز (۱۳۷۸: ۱۱۱۷) فرهنگ سازمانی عبارت است از مجموعه اعتقادات و ارزش‌هایی که عموماً افراد سازمان به آن پایبند هستند و بر نگرش کارکنان نسبت به شغل و سازمان تاثیر می‌گذارد. سافلد[3] (۱۹۸۸: ۵۴۹) فرهنگ سازمانی را به عنوان برآیندی از استراتژی‌های سازمانی قلمداد می‌نماید. طوسی (۱۳۸۰: ۶۷) بیان می‌دارد که فرهنگ سازمان بستر گسترده‌ای برای تحول می‌باشد. از دیدگاه بک و گریسن[4] (۲۰۱۰: ۲۱) فرهنگ سازمانی مربوط به پنداشت‌ها، ارزش‌ها، روش‌ها و اعتقادهایی است که میان گروه مشخصی در سازمان وجود دارد. در تعریفی دیگر، فرهنگ برچسب‌های اجتماعی هنجاری است که اجزای سازمان را به هم پیوند می‌دهد (مظفری، ۱۳۸۷: ۱۳۵). فرهنگ سازمانی پویا و مناسب که به‌خوبی بین مدیریت و کارکنان گسترش یافته باشد، به تحکیم تعهد سازمانی، ارتقاء خلاقیت، عملکرد کاراتر و عموماً بهره‌وری بالاتر منجر می‌شود (شریف‌زاده و کاظمی،۹۹:۱۳۷۷). در مجموع، طبق مطالعات افرادی چون (سافلد، ۱۹۸۸؛ دنسون و اسپریزر[5]، ۱۹۹۱؛ هرسی و همکاران[6]، ۱۹۹۶؛ هوز و همکاران[7]، ۲۰۰۲؛ اسکروج و همکاران[8]، ۲۰۰۷) می‌توان بیان کرد پیشرفت چشمگیر سازمان‌های موفق در فرهنگ سازمانی کارکنان، ارزش‌ها و باورهای آنها نهفته است.

❖ کارآفرینی سازمانی[9]

امروزه بر کسی پوشیده نیست که در دنیای پر تلاطم و متغیر، دوام و توسعهٔ سازمان‌ها در گرو همسو شدن با تحولات سریع، خلاقیت، نوآوری وکارآفرینی می‌باشد. به تعبیری دیگر، کارآفرینی کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در عصر مدرنیته، تلقی می‌شود. طی سال‌ها دیدگاه‌های متنوع و تعاریف مختلفی در ارتباط با کارآفرینی ارائه شده است. اما امروزه هیچ تعریف منحصر به‌فردی نیست که از طرف همگان پذیرفته شده باشد. تعاریف بر طیف وسیعی از فعالیت‌هایی مانند تحمل ابهام، کشف فرصت‌ها، خلق سازمان جدید، تولید

---

1. Organizational Culture
2. Catherine et al
3. Saffold
4. Beek & Gerritsen
5. Denison & Spreitzer
6. Hersey et al
7. House et al
8. Skerlavaj et al
9. Organizational Entrepreneurship

ترکیبات جدید و جمع‌آوری عوامل تولید تأکید می‌کنند (بیلفلد[1]، ۲۰۰۸: ۷). کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصت‌ها بیان می‌کند که چگونه افراد به‌صورت مستقل و یا در داخل سازمان‌ها، مسائل و چالش‌های ناشناخته را می‌بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آن‌ها استفاده کنند (ارو[2]، ۱۹۷۴: ۳). وسپر (۱۹۹۰) معتقد است کارآفرینی سازمانی فرایندی است که سبب می‌شود سازمان نوآورتر شده و نسبت به موقعیت‌های بازار سریع‌تر عکس‌العمل نشان دهد و از طریق ایجاد حس مالکیت، کارکنان را بر می‌انگیزاند (به نقل از صمدآقایی، ۱۳۸۲: ۶۶). از دیدگاه یدالهی فارسی (۱۳۸۴: ۱۱۹) کارآفرینی عبارتست از فرآیند شناسایی فرصت‌ها، نوآوری برای استفاده از فرصت‌ها و اقدام مخاطره‌آمیز برای ایجاد ارزش. دراکر[3] (۱۹۸۵: ۶۹) معتقد است کارآفرینی مانند هر رشتهٔ دیگر آموخته می‌شود. کربای[4] (۲۰۰۴: ۵۱۲) اظهار می‌دارد کارآفرینی فرایندی است که اشخاص و گروه‌ها از طریق آن، از فرصت‌های به‌وجود آمده در اطراف خود که برای دیگران به‌صورت آشفته و متناقض است، استفاده کرده و با گردآوری مجموعه‌ای از منابع به ایجاد بروندادهای جدید- محصول و خدمات جدید- پرداخته و سپس با ایجاد کسب و کار، این بروندادهای جدید را به بازار می‌رسانند. کارآفرینی سازمانی، فرایندی است که فعالیت‌های سازمان را به‌سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد (هادیزاده و رحیمی، ۱۳۸۴: ۹۰) .

به‌طورکلی، با توجه به تعاریف اشاره شده و نیز دیدگاه محققانی مانند (جوانویک[5]، ۱۹۸۲؛ دراکر؛ ۱۹۸۵؛ گورمن و همکاران[6]، ۱۹۹۷؛ کربای، ۲۰۰۴؛ بیلفد، ۲۰۰۸) می‌توان بیان نمود که کارآفرینی عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق‌دهنده به سوی خود شکوفایی و عاملی مهم و اساسی در ارتقاء بهره‌وری سازمان‌ها و رشد و توسعهٔ هر جامعه‌ای می‌باشد. به عبارت دیگر، کارآفرینی فرآیندی است که نقش مهمی در توسعهٔ همه‌جانبهٔ ملی ایفا می‌کند.

شیخ علیزاده هریس (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطهٔ بین فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی ضمن اشاره به اهمیت فرهنگ سازمانی در ایجاد خلاقیت و کارآفرینی، بیان می‌دارد که بین دو متغیر رابطهٔ معناداری وجود دارد. سالاریان‌زاده و همکاران (۱۳۸۰) در پژوهش خود با عنوان ابعاد سازمان‌های کارآفرین و موانع ساختاری در کارآفرینی سازمانی، به این نتیجه دست یافتند که مدیران با تجزیه و تحلیل محیط بیرونی و شرایط درونی سازمان می‌توانند قلمرو برنامه‌های سازمان خود را تبیین کنند و زمینهٔ ایجاد سازمان‌های کارآفرین را فراهم نمایند (به نقل از صادقی،۱۳۸۷). گورمن و همکاران (۱۹۹۷) در بررسی خود ضمن اشاره به چشم‌اندازهای آموزش مدیران و تجارت اظهار می‌دارد که، کارآفرینی را می‌توان آموزش داد.

1. Bielefeld
2. Arrow
3. Drunker
4. Kirby
5. Jovanovic
6. Gorman et al

مجبتی و همکاران (۱۳۸۷) در بررسی تحت عنوان رابطهٔ فرهنگ سازمانی و خلاقیت از دیدگاه مدیران و کارمندان حوزهٔ ستادی دانشگاه علوم پزشکی شیراز اظهار می‌دارند میان فرهنگ سازمانی و خلاقیت از دیدگاه مدیران و کارمندان رابطهٔ معناداری وجود دارد. جوانویک (۱۹۸۱) در پژوهشی با عنوان انتخاب و ارزشیابی صنعت اشاره دارد که کارآفرینان باید همواره اطلاعات کاملی از بازار و محیط داشته باشند. دنسون و اسپریزر (۱۹۹۱) در بررسی با عنوان فرهنگ سازمانی و توسعهٔ سازمانی بیان می‌دارند که پیشرفت هر سازمانی در گرو فرهنگ سازمانی آن است. نتایج حداد عادل (۱۳۷۹) با هدف بررسی عوامل مؤثر در رشد و پرورش کارآفرینان از دیدگاه مدیران صنایع ایران نشان می‌دهد که بین کارآفرینی مدیران برحسب جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بین کارآفرینی مدیران بر حسب سطح تحصیلات تفاوت معناداری وجود دارد. به نحوی که با افزایش سطح تحصیلات به‌ویژه در سطوح بالاتر از لیسانس، امکان کارآفرینی مدیران به‌طور معناداری افزایش پیدا می‌کند (به نقل از کارآموز، ۱۳۸۹). بیات (۱۳۷۵) در پژوهشی تحت عنوان بررسی و تجزیه و تحلیل اثرات فرهنگ سازمانی بر روی خلاقیت و نوآوری سازمانی در سطح سازمان‌های دولتی استان زنجان بیان می‌دارد که بین فرهنگ و خلاقیت سازمان رابطهٔ معنادار و مثبت وجود دارد. چندلر (۲۰۰۳) در پژوهش خود بیان می‌دارد که بین فرهنگ سازمانی و نوآفرینی و خلاقیت رابطهٔ معنادار و مثبت وجود دارد (به نقل از دانش‌پژوه، ۱۳۸۳). تبریزی و همکاران (۱۳۸۴) در پژوهشی به بررسی رابطهٔ فرهنگ سازمانی و خلاقیت پرداخته بیان می‌دارد که بین این دو متغیر رابطهٔ معنادار و مثبت وجود دارد.

سؤالات پژوهش

سؤالاتی که در این پژوهش به دنبال بررسی آنها می‌باشیم عبارتند از:

سؤال اصلی

آیا بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان رابطهٔ معناداری وجود دارد؟

سؤالات فرعی

- آیا بین فرهنگ سازمانی و ویژگی‌های دموگرافی (جنسیت، تحصیلات و سابقه) افراد در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان تفاوت معناداری وجود دارد؟
- آیا بین کارآفرینی سازمانی و ویژگی‌های دموگرافی (جنسیت، تحصیلات و سابقه) افراد در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان تفاوت معناداری وجود دارد؟
- به چه میزان فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی را در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان پیش‌بینی می‌کند؟

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به ماهیت پژوهش حاضر که بررسی رابطهٔ بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان می‌باشد، روش تحقیق مورد استفاده توصیفی و از نوع همبستگی است. توصیفی زیرا آنچه را که هست توصیف می‌کند و شامل توصیف، ثبت،

تجزیه و تحلیل و تفسیر شرایط موجود است (بست، ۱۳۶۹: ۶۰) و به این دلیل همبستگی است، چون به بررسی رابطهٔ بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی می پردازد.

جامعهٔ آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

در این پژوهش جامعهٔ آماری شامل کلیهٔ کارکنان سازمان فنی و حرفه‌ای شهر زاهدان می‌باشد که در مجموع ۱۰۰ نفر می باشند. در جدول مورگان حجم نمونه برای جامعه ۱۰۰ نفر، ۸۰ نفر قید شده که حجم نمونه نزدیک به حجم جامعه می‌شد. لذا، کل جامعهٔ آماری مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت، اما بعد از جمع‌آوری اطلاعات تعدادی از پرسش‌نامه‌های ناقص (۶ نسخه) کنار گذاشته شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات براساس ۹۴ پرسش‌نامه مربوط به ۷۴ کارمند مرد و ۲۰ کارمند زن انجام گردید. در این تحقیق از روش سرشماری استفاده شده است، یعنی تمام جامعهٔ آماری جهت تکمیل پرسش‌نامه انتخاب گردیدند.

ابزارهای اندازه‌گیری پژوهش

در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسش‌نامه استفاده شده است که پرسش‌نامهٔ فرهنگ سازمانی شامل ۲۲ سؤال ۵ گزینه‌ای طیف لیکرت از (خیلی‌زیاد تا خیلی‌کم) اقتباس شده از گرت‌هافستد (۱۹۸۰) و پرسش‌نامهٔ کارآفرینی سازمانی شامل ۱۲۱ سؤال ۵ گزینه‌ای طیف لیکرت از (خیلی زیاد تا خیلی‌کم) برگرفته از پایان‌نامهٔ ترابی (۱۳۸۹) با اندکی تغییرات می‌باشد. نمره‌گذاری سؤالات بدین صورت است که اگر آزمودنی گزینهٔ خیلی زیاد را انتخاب کند نمرهٔ ۵، گزینهٔ زیاد نمره ۴، گزینهٔ متوسط نمرهٔ ۳، گزینهٔ کم نمرهٔ ۲ و اگر گزینهٔ خیلی کم را انتخاب کند نمرهٔ ۱ می‌گیرد. جدول شمارهٔ ۱ به‌صورت بهتری گویای نمره‌گزاری پرسش‌نامه‌های پژوهش می‌باشد. لازم به ذکر است که تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار spss نسخه ۱۷ انجام گرفته است.

جدول ۱.ارزش عددی گزینه‌های پاسخ پرسش‌نامه

گزینه‌های پاسخ	ارزش عددی
خیلی زیاد	۵
زیاد	۴
متوسط	۳
کم	۲
خیلی کم	۱

روایی و پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها

جهت سنجش روایی پرسش‌نامه‌ها در پژوهش حاضر از روش روایی محتوایی استفاده گردید. جهت تعیین روایی پرسش‌نامه‌ها در اختیار اساتید دانشگاهی و متخصصان و مشاوران علمی قرار گرفت و آنها روایی پرسش‌نامه را تأیید کردند. جهت تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها از

ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که پایایی پرسش‌نامهٔ فرهنگ سازمانی برابر با ۰/۷۰ و پایایی پرسش‌نامهٔ کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۸۹ می‌باشد.

یافته‌های پژوهش نتایج آمار توصیفی بر اساس ویژگی‌های دموگرافی نمونهٔ آماری مورد بررسی در جداول (۲ تا ۴) ارائه گردید.

جدول۲. نتایج توزیع فراوانی بر حسب جنسیت کارکنان

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۲۰	۲۱/۳
مرد	۷۴	۷۸/۷
جمع کل	۹۴	۱۰۰

جدول۳. نتایج توزیع فراوانی بر حسب میزان تحصیلات کارکنان

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۸	۸/۵
فوق دیپلم	۲۶	۲۷/۷
لیسانس	۵۶	۵۹/۶
فوق لیسانس و بالاتر	۴	۴/۳
جمع کل	۹۴	۱۰۰

جدول۴. نتایج توزیع فراوانی بر حسب سابقهٔ کارکنان

سابقهٔ کارکنان	فراوانی	درصد
۱-۵ سال	۳۳	۳۵/۱
۶-۱۰ سال	۲۴	۲۵/۵
۱۱-۱۵ سال	۲۶	۲۷/۷
۱۶ سال به بالا	۱۱	۱۱/۷
جمع کل	۹۴	۱۰۰

سؤال اول پژوهش: آیا بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان رابطهٔ معناداری وجود دارد؟

به‌منظور پاسخگویی به‌این سؤال از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید که نتایج در جدول (۴) ارائه می‌شود.

جدول ۴. ماتریس همبستگی فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی

متغیرها	میانگین	انحراف‌معیار	تعداد	r	سطح معناداری
فرهنگ سازمانی	۷۱/۶۴	۱۴/۲۸	۹۴	۰/۸۳**	۰/۰۰
کارآفرینی سازمانی	۳۷۰/۶۲	۶۶/۲۷	۹۴		

جدول (۴) بیانگراین است که ضریب همبستگی فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی برابر با r=۰/۸۳ می‌باشد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار است (P۰/۰۱ >). یعنی بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطهٔ معنادار و مثبت وجود دارد.

سؤوال دوم پژوهش: آیا بین فرهنگ سازمانی و ویژگی‌های دموگرافی (جنسیت، تحصیلات و سابقه) افراد تفاوت وجود دارد؟

به‌منظور پاسخگویی به این سؤال از آزمون t مستقل و آزمون f (تحلیل واریانس یک‌طرفه) استفاده گردیدکه نتایج مربوط به آن در جداول (۵ تا ۸) بیان گردیده است.

جدول۵. نتایج آزمونt در ارتباط با فرهنگ سازمانی برحسب جنسیت

متغیر	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف‌معیار	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
فرهنگ سازمانی	زن	۲۰	۶۷/۵۰	۷/۲۶	۱/۴۷	۹۲	۰/۱۴
	مرد	۷۴	۷۲/۷۷	۱۵/۵۰			

یافته‌های جدول (۵) در ارتباط با فرهنگ سازمانی حاکی از این است که پاسخگویان زن به ترتیب دارای میانگین و انحراف‌معیار (۶۷/۵۰ و ۷/۲۶)، همچنین پاسخگویان مرد به ترتیب دارای میانگین و انحراف‌معیار (۷۲/۷۷ و ۱۵/۵۰) می‌باشند. این تفاوت با (t= ۱/۴۷) و درجهٔ آزادی ۹۲ در سطح ۹۵درصد معنادار نمی‌باشد (P>۰/۰۵). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین کارکنان زن و مرد سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان در ارتباط با فرهنگ سازمانی تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول۶. نتایج آمار توصیفی در ارتباط با فرهنگ سازمانی برحسب سابقهٔ کارکنان

سابقهٔ مدیریت	تعداد	میانگین	انحراف‌معیار
۵-۱ سال	۳۳	۶۸/۰۹	۷/۸۵
۱۰-۶ سال	۲۴	۶۶/۸۳	۶/۷۹
۱۵-۱۱ سال	۲۶	۸۳/۰۷	۲۰/۶۷
۱۶ سال به بالا	۱۱	۶۵/۸۱	۷/۱۶

جدول۷.نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه در ارتباط با فرهنگ سازمانی برحسب سابقهٔ کارکنان

متغیر		df	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	F	Sig
فرهنگ سازمانی	بین گروهی	۳	۴۷۴۳/۸۷	۱۵۸۱/۲۹	۹/۹۹	۰/۰۰
	درون گروهی	۹۰	۱۴۲۳۵/۵۴	۱۵۸/۱۷۳		

یافته‌های جدول (۶) در ارتباط با فرهنگ سازمانی حاکی از این است که کارکنان دارای سابقهٔ کاری ۵-۱ سال به ترتیب دارای میانگین و انحراف‌معیار (۶۸/۰۹ و ۷/۸۵)، کارکنان دارای سابقهٔ ۱۰-۶ سال به ترتیب دارای میانگین و انحراف‌معیار (۶۶/۸۳ و ۶/۷۹)، کارکنان دارای سابقهٔ ۱۵-۱۱ سال به ترتیب دارای میانگین و انحراف‌معیار (۸۳/۰۷ و ۲۰/۶۷)، و کارکنان دارای سابقهٔ ۱۶ سال به بالا به ترتیب دارای میانگین و انحراف‌معیار (۶۵/۸۱ و ۷/۱۶) می باشند. این تفاوت با (F=۹/۹۹) و درجهٔ آزادی ۳ و ۹۰ درسطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد (P≤۰/۰۱) بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین فرهنگ سازمانی برحسب سابقهٔ کارکنان سازمان فنی و حرفه‌ای شهر زاهدان تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول۸. نتایج آزمونf در ارتباط با فرهنگ سازمانی برحسب تحصیلات کارکنان

متغیرها	تحصیلات	تعداد	میانگین	انحراف‌معیار	f	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
فرهنگ‌سازمانی	دیپلم	۸	۶۶/۲۵	۴/۶۸	۲/۸۲	۹۳	۰/۰۴
	فوق‌دیپلم	۲۶	۶۶/۱۵	۷/۶۰			
	لیسانس	۵۶	۷۴/۹۶	۱۶/۶۷			
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۴	۷۱/۷۵	۱۲/۲۵			

یافته‌های جدول (۸) در ارتباط با فرهنگ سازمانی حاکی از این است که پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۶۶/۲۵ و ۴/۶۸)، همچنین پاسخگویان با تحصیلات فوق‌دیپلم به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۶۶/۱۵ و ۷/۶۰)، پاسخگویان با تحصیلات لیسانس به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۷۴/۹۶ و ۱۶/۶۷) و پاسخگویان با تحصیلات دارای فوق‌لیسانس و بالاتر به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۷۱/۷۵ و ۱۲/۲۵) می‌باشند. این تفاوت با (t=۲/۸۲) و درجهٔ آزادی ۹۳ در سطح ۹۵درصد معنادار می‌باشد (P≤۰/۰۵) بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین فرهنگ سازمانی برحسب تحصیلات کارکنان تفاوت معناداری وجود دارد.

سؤال سوم پژوهش: آیا بین کارآفرینی سازمانی و ویژگی‌های دموگرافی (جنسیت، تحصیلات و سابقه) افراد تفاوت وجود دارد؟

به‌منظور پاسخگویی به این سؤال ار آزمون t مستقل و آزمون f (تحلیل واریانس یک‌طرفه) استفاده گردیدکه نتایج مربوط به آن در جداول (۹ تا ۱۲) بیان گردیده است.

جدول۹. نتایج آزمونt در ارتباط با کارآفرینی سازمانی برحسب جنسیت

متغیرها	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف‌معیار	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
کارآفرینی سازمانی	زن	۲۰	۳۴۸/۷۰	۲۱/۳۹	۱/۶۸	۹۲	۰/۰۹
	مرد	۷۴	۳۷۶/۵۵	۷۲/۸۵			

یافته‌های جدول (۹) در ارتباط با کارآفرینی سازمانی حاکی از این است که پاسخگویان زن به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۴۸/۷۰ و ۲۱/۳۹)، همچنین پاسخگویان مرد به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۷۶/۵۵ و ۷۲/۸۵) می‌باشند. این تفاوت با (t= ۱/۶۸) و درجهٔ آزادی ۹۲ در سطح ۹۵ درصد معنادار نمی‌باشد (P>۰/۰۵). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین کارکنان زن و مرد سازمان فنی و حرفه‌ای شهر زاهدان در ارتباط با کارآفرینی سازمانی تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول۱۰. نتایج آمار توصیفی در ارتباط با کارآفرینی سازمانی برحسب سابقهٔ کارکنان

سابقه	تعداد	میانگین	انحراف‌معیار
۵-۱ سال	۳۳	۳۴۹/۴۵	۳۰/۳۸
۱۰-۶ سال	۲۴	۳۴۵/۷۹	۱۶/۹۷
۱۵-۱۱ سال	۲۶	۴۲۷/۵۷	۹۹/۱۲
۱۶ سال به بالا	۱۱	۳۵۳/۷۲	۳۰/۹۳

جدول۱۱. نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه در ارتباط با کارآفرینی سازمانی برحسب سابقهٔ کارکنان

متغیر		df	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	F	Sig
کارآفرینی سازمانی	بین گروهی	۳	۱۱۷۰۶۳/۳۰	۳۹۰۲۱/۱۰	۱۲/۰۵	۰/۰۰
	درون گروهی	۹۰	۲۹۱۳۶۸/۶۶	۳۲۳۷/۴۳		

یافته‌های جدول (۱۰) در ارتباط با کارآفرینی سازمانی حاکی از این است که کارکنان دارای سابقهٔ کاری ۵-۱ سال به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۴۹/۴۵ و ۳۰/۳۸)، کارکنان دارای سابقهٔ ۱۰-۶ سال به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۴۵/۷۹ و ۱۶/۹۷)، کارکنان دارای سابقهٔ ۱۵-۱۱ سال به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۴۲۷/۵۷ و ۹۹/۱۲)، و کارکنان دارای سابقهٔ ۱۶ سال به بالا به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۵۳/۷۲ و ۳۰/۹۳) می‌باشند. این تفاوت با (F=۱۲/۰۵) و درجهٔ آزادی ۹۳ در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد (P≤۰/۰۱) بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین کارآفرینی سازمانی برحسب سابقهٔ کارکنان تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول۱۲. نتایج آزمونf در ارتباط با کارآفرینی سازمانی برحسب تحصیلات کارکنان

متغیرها	تحصیلات	تعداد	میانگین	انحراف‌معیار	f	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
کارآفرینی سازمانی	دیپلم	۸	۳۴۱/۸۷	۲۷/۰۶	۵/۳۳	۹۳	۰/۰۰
	فوق‌دیپلم	۲۶	۳۳۵/۹۲	۳۰/۴۰			
	لیسانس	۵۶	۳۹۱/۱۷	۷۵/۳۱			
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۴	۳۶۶/۰۰	۴۶/۸۸			

یافته‌های جدول (۱۲) در ارتباط با کارآفرینی سازمانی حاکی از این است که پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۴۱/۸۷ و ۲۷/۰۶)، همچنین پاسخگویان با تحصیلات فوق‌دیپلم به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۳۵/۹۲ و ۳۰/۴۰)، پاسخگویان با تحصیلات لیسانس به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۹۱/۱۷ و ۷۵/۳۱) و پاسخگویان با تحصیلات دارای فوق‌لیسانس و بالاتر به ترتیب دارای میانگین و انحراف معیار (۳۶۶/۰۰ و ۴۶/۸۸) می‌باشند. این تفاوت با (t=۵/۳۳) و درجهٔ آزادی ۹۳ در سطح ۹۹درصد معنادار می‌باشد (P<۰/۰۱). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین کارآفرینی سازمانی برحسب تحصیلات کارکنان تفاوت معناداری وجود دارد.

سؤال چهارم پژوهش: به چه میزان فرهنگ سازمانی کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی می‌کند؟

به‌منظور پاسخگویی به این سؤال از تحلیل رگرسیون بهره گرفته شد که نتایج در جدول (۱۳) ارائه گردیده است.

جدول۱۳. خلاصهٔ رگرسیون فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

متغیر	R	R^2 تعدیل‌شده	F	B استاندارد	همبستگی جزئی	همبستگی نیمه‌جزئی	Durbin-Watson
فرهنگ سازمانی	۰/۸۳	۰/۷۰	۲۱۹/۳۰	۰/۸۳	۰/۸۳	۰/۸۳	۱/۹۳

نتایج جدول (۱۳) بیانگر میزان تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی است. ضریب تعیین ۰/۷۰ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بینی نشان‌دهندهٔ این است که ۷۰ درصد از کارآفرینی سازمانی (متغیر ملاک) توسط فرهنگ سازمانی تبیین می‌شود. رابطهٔ فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه‌شده ۰/۸۳ می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی به‌عنوان عاملی جهت ایجاد تغییر، نوآوری، ریسک‌پذیری، آینده‌نگری، کارگروهی و اعتماد متقابل در کارکنان محسوب می‌شود. به عبارتی، می‌توان بیان نمود که کارآفرینی عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق‌دهنده به سوی خود شکوفایی و عامل اساسی در ارتقاء بهره‌وری سازمان‌ها می‌باشد. اگر در فرهنگی مناسب و پویا قرار گیرد. هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطهٔ بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان می‌باشد. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطهٔ معنادار و مثبت وجود دارد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات شیخ علیزاده هریس (۱۳۸۷)، دنسون و اسپریزر (۱۹۹۱)، سالاریان‌زاده و همکاران (۱۳۸۰)، چندلر (۲۰۰۳)، تبریزی و همکاران (۱۳۸۴) و بیات (۱۳۷۵) همخوانی دارد. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بیانگر میزان تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی است. ضریب تعیین ۰/۷۰ بین دو

متغیر ملاک و پیش‌بینی نشان‌دهندهٔ این است که ۷۰ درصد از کارآفرینی سازمانی (متغیر ملاک) توسط فرهنگ سازمانی تبیین می‌شود. رابطهٔ فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه‌شده ۰/۸۳ می‌باشد. همچنین، نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب تحصیلات و سابقهٔ کارکنان فنی و حرفه‌ای شهر زاهدان تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج این بررسی با نتایج بررسی حداد عادل (۱۳۷۹) همخوانی دارد. ولی نتایج آزمون t مستقل بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب جنسیت کارکنان سازمان فنی و حرفه‌ای شهر زاهدان تفاوت معناداری را نشان نداد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده از این پژوهش پیشنهاد می‌گردد که به فرهنگ سازمانی در بسترسازی و ایجاد شتاب هرچه بیشتر در امر توسعهٔ کارآفرینی در سازمان‌های فنی و حرفه‌ای و دیگر سازمان‌های مربوطه توجه بیشتری نموده و نتایج این تحقیق و تحقیقات مشابه را به‌عنوان شواهد مستند دال بر اهمیت و جایگاه فرهنگ سازمانی در توسعهٔ کارآفرینی سازمانی مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرد.

منابع

بیات، ح ر . (۱۳۷۵). بررسی و تجزیه و تحلیل اثرات فرهنگ سازمانی بر روی خلاقیت و نوآوری سازمانی در سطح سازمان‌های دولتی استان زنجان، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

بهرام زاده، حسینعلی. (۱۳۸۲) توسعهٔ پایدار، مجلهٔ تدبیر، شمارهٔ ۱۳۴.

بست، ج. (۱۳۶۹). روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، ترجمهٔ حسین پاشا شریفی و نرگس طالقانی، تهران: انتشارات رشد.

پرداختچی، م ح، شفیع زاده، ح . (۱۳۸۵). درآمدی بر کار آفرینی سازمان، تهران: انتشارات ارسباران.

تبریزی، ک، تندنویس، ف، امیرتاش، ع، کدیور، پ. (۱۳۸۴). ارتباط بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت اعضای هیأت علمی گروه‌های تربیت بدنی در دانشگاه‌های دولتی کشور، نشریهٔ علوم حرکتی و ورزش، جلد اول، شمارهٔ ۶، صص ۱۵۰-۱۳۹.

دانش پژوه، ف. (۱۳۸۳). بررسی رابطهٔ بین فرهنگ سازمانی و استرس شغلی اعضای هیأت علمی دانشگاه شیراز، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.

رابینز، ا. (۱۳۷۸). رفتار سازمانی، مفاهیم، نظریه‌ها، کاربردها، ترجمهٔ علی پارساییان و محمد اعرابی، تهران: دفترپژوهش‌های فرهنگی.

شریف زاده، ف.کاظمی، م. (۱۳۷۷). مدیریت و فرهنگ سازمانی، تهران: نشر قدس.

صادقی،ز. (۱۳۸۷). بررسی رابطهٔ مدیریت کارآفرین با توانمندسازی دبیران مقطع متوسطهٔ شهر کازرون، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.

صمدآقایی، ج. (۱۳۸۲). سازمان کارآفرین، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.

طوسی،م ع .(۱۳۸۰). بالندگی سازمانی، تهران: ناشر مرکز آموزش مدیریت دولتی.

علیزاده هریس، م .(۱۳۸۵). رابطهٔ فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران ادارات تربیت‌بدنی استان آذربایجان شرقی، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، رشتهٔ تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی تبریز.

عبدی زاده، ح، عباسی، ع. (۱۳۹۱). شیوه‌های پرورش یادگیرندهٔ کارآفرین از طریق برنامهٔ درسی در مراکز آموزش عالی از دیدگاه متخصصان، مجموعه مقالات اولین همایش ملی آموزش در ایران ۱۴۰۴، تهران، دانشگاه صنعتی شریف، صص۱۴-۱.

عربیون، ا، زرنگاریان، ی، زارعی، ه.(۱۳۹۱). نقش آموزش کارآفرینی در توسعهٔ اقتصادی کشور، مجموعه مقالات اولین همایش ملی آموزش ایران در ۱۴۰۴، تهران، دانشگاه صنعتی شریف.

قنبری، ع، زرافشانی، ک. (۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی راهی به سوی اشتغال‌زایی، مجموعه مقالات ملی آموزش عالی و کارآفرینی، سمنان، جلد دوم، صص ۸۹-۷۱.

کارآموز، م .(۱۳۸۹). بررسی رابطهٔ مهارت‌های ارتباطی مدیران با خلاقیت کارکنان اداری آموزش و پرورش کرمان، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

محبتی، ف. خوارزمی، ع، برومند حقیقی، ط. (۱۳۸۷). اصول، مبانی و نظریه‌های جو سازمانی، اصفهان: انتشارات قائم گستر.

مظفری، ا. (۱۳۸۷). بررسی رابطهٔ فرهنگ سازمانی و سبک‌های رهبری در دانشگاه‌های ایران، پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شمارهٔ ۲، صص ۱۵۷-۱۳۳.

هادیزاده مقدم، ا و رحیمی‌فیل آبادی، ف .(۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی، تهران: نشر جانان.

یدالهی فارسی، ج. (۱۳۸۴) . مدیریت و ارزیابی عملکرد کار آفرینی سازمانی، فرهنگ مدیریت سال سوم، شمارهٔ دهم، صص ۱۱۶-۱۲۳.

Arrow, K.(1974), Limited knowledge and economic analysis, American Economic Review, Vol. 64,No(1), pp. 1–10.

Bielefeld, W.(2008), Social Entrepreneurship and social Entrprise,21st century Management: A reference hand book, SAGE.Publications, NO(22), pp.6-14

Beek, A. v. & Gerritsen, D.(2010). The relationship between organizational culture of nurcing staff and quality of care for residents with dementia, International Journal of nursing study, Vol.3,No(1), pp.18-27.

Barbosa, S.D. & Gerhardt, M.W & Kickul, J.R.(2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions, Journal of Leadership and Organizational Studies, Vol.13, No(4), pp. 1-3.

Catherine, L. & Wang, K. & Ahmed, P.(2003). Organisational Learning: Critical Review, The Learning Organization, Vol.19, No(1), pp.9-16.

Denison, Daneil. R & Spreitzer, Gretchen. M .(1991). Organizational Culture and Organizational Development: A Competing Values Approach; Research in Organizational Change and Development, Vol.5, NO(2),pp.23-29.

Drunker, P.(1985). The Discipline of Innovation, Harvard Business Review, Vol.1,No(3),PP. 67–72.

Gorman, G. & Hanlon, D. & King, W.(1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten year literature review, International Small Business Journal, Vol. 15, No(3), pp.56- 78.

Hersey, Paul & Blanchard, Kenneth H. & Johnson, Dewey E.(1996). Management of Organization Behavier: Utilizing Human Resources, 7th ed. Upper Saddle River, N.J. Prentice Hall.

House, R. & Javidan, M. & Hanges, P. & Dorfman, P.(2002). Undstanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project GLOBE. Journal of World Business.Vol. 37, No (1),pp. 3–10.

Johnson, d & hildeb, R.(2006). Entrepreneurship education: Towards a discipline-based framework, Journal of management Development, Vol. 25, No(1), PP. 40-45.

Jovanovic, B.(1982). Selection and the evolution of industry, Econometrica,Vol. 50, No(3) pp.649– 670.

Kirby, D.(2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge, Education + Training. Vol. 46, No(9), pp. 510-519.

Saffold, G. S.(1988). Culture traits, strength, and organizational performance: Moving beyond "strong" culture. Academy of Management Review. Vol. 13, No(1), pp. 546–558.

Skerlavaj, Miha & Stemberger, Mojca I & Skrijar, Rok & Dimovski, Vlado. (2007). Organizational Learning Culture- The Missing Link between Business Process Change and Organizational Performance ; International Journal of Production Economics, Vol.4, No(7),pp.106-111.

بررسی رضایت از میزان تحقق کارآفرینی در میان معلولان سازمان بهزیستی استان قم در سال۹۰-۹۱

دکتر حسین خنیفر[۱]
محمدرضا محمودخانی[۲]
مسعود موسوی[۳]
رضا شعبانی[۴]

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی میزان رضایت معلولین از خدمات کارآفرینی سازمان بهزیستی استان قم انجام شده است. نوع تحقیق از نوع پیمایشی و جامعهٔ آماری آن معلولین قادر به انجام کار در استان قم می‌باشند که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی از معلولینی که توانایی انجام کار را دارند به حجم ۵۲ نفر انتخاب و مطالعه شدند. ابزار تحقیق پرسش‌نامه می‌باشد که روایی محتوایی آن توسط خبرگان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید شده است. (۹۶/.) نتایج آزمون میانگین یک جامعهٔ آماری نشان داد میزان رضایت معلولین از خدمات کارآفرینی در هر سه بخش مشاوره و کاریابی، وام‌های خوداشتغالی و آموزش‌های دورهٔ خوداشتغالی در سطح متوسط ارزیابی می‌شود که هر سه بخش از لحاظ کیفت فنی خدمات، کیفیت برخورد کارکنان و تصویری که مشتریان از سازمان در ذهن دارند مورد بررسی قرار گرفته است و تنها در کیفیت برخورد کارکنان در سطح مطلوبی قرار دارد و در کیفیت فنی خدمات و تصویر سازمان در حد متوسطی است. این مبنی بر شایستگی برخورد کارکنان سازمان بهزیستی در استان قم می‌باشد. مهم‌ترین آزمون‌های مورد استفاده در این تحقیق آزمون میانگین یک جامعهٔ آماری و آزمون فریدمن است که آزمون فریدمن به اولویت‌بندی هر یک از خدمات مورد بررسی می‌پردازد.

واژگان کلیدی: رضایت از خدمات، کارافرینی، معلولین، سازمان بهزیستی.

۱. دانشیار دانشکدهٔ مدیریت، قم، بلوار دانشگاه، پردیس قم دانشگاه تهران، Email:khanifar@yahoo.com
۲. کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی، پردیس قم دانشگاه تهران، Email:reza_292@yahoo.com
۳. کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی، پژوهشگر همکار جامعه المصطفی العالیمه، Email:mousavi_masoud@yahoo.co
۴.کارشناس‌ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، Email:Rsh_13513@yahoo.com

مقدمه

مطالعات تاریخی، حاکی از تلاش مستمر افراد دارای معلولیت و ناتوانی برای دستیابی به فرصت‌های برابر با دیگران است. اعمال و رفتاری هم چون تبعیض، جداسازی، منزوی ساختن افراد دارای معلولیت جسمی، ذهنی، روانی و اجتماعی شکل‌دهندهٔ فضایی از ظلم و نابرابری برای آنان است. (کمالی، محمد، ۱۳۸۳، ص۴۲) سازمان جهانی بهداشت در سال ۱۹۸۱، ۱۰ درصد جمعیت هر جامعه را به‌عنوان افراد دارای معلولیت ذکر می‌کند. کمیسیون اجتماعی، اقتصادی سازمان ملل در آسیا و اقیانوسیه در سال ۱۹۹۵ علت تفاوت در تعریف‌ها و روش‌های جمع‌آوری داده و پژوهش‌های انجام‌شده، این میزان را کمتر از ۱۰ درصد بیان می‌کند، ۸۰ درصد معلولان جهان در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند در حالی که مخارجی که در این کشورها برای آنان صرف می‌شود، ۲۰ درصد افراد معلول در کشورهای پیشرفته است. (شریفیان ثانی، سجادی، طلوعی، کاظم‌نژاد، ۱۳۸۵، ص۴۲)

میزان اوقات فراغت حکم شمشیر دولبه را دارد، کمبود آن موجب خروج زندگی از مسیر طبیعی خود خواهد شد و بسیاری از مشکلات جسمی و روحی را باعث می‌شود. فراوانی و کثرت ساعات فراغت نیز هرچند ابتدا به ساکن مثبت ارزیابی می‌شود ولی چنانچه به شکل مطلوب مورد استفاده قرار نگیرد، بسیار خطرناک خواهد بود. (علیزاده، قره‌خانلو، ۱۳۷۹، ص۲۵) مناسب‌ترین فرضیه از روان‌شناسی کشف مسائل سازگاری است که پیدایش تنهایی به‌طور بارزی با کاهش رضایت از زندگی همبسته شده است. بنابراین، به نظر می‌رسد که مردم تنها، از زندگی‌شان کمتر راضی هستند. عموماً تنهایی زمانی به‌وجود می‌آید که ارتباطات اجتماعی از لحاظ کمّی یا کیفی دچار مشکل می‌شود. بروز مشکلات روانی در معلولین بستگی به زیربنای شخصیت فرد دارد. فرد منزوی و تنها در این حالت منزی‌تر و تنهاتر می‌شود. به همین دلیل؛ افراد دارای ناتوانی جسمی در مقایسه با افراد عادی تمایل بیشتری به انزوای اجتماعی دارند، مشارکت اجتماعی آنان کمتر است و در مقایسه با اکثر مردم دارای درآمد و تحصیلات و شغل کمتری هستند. (حیدریی، درویشی، ۱۳۸۸، ص۹)

کارآفرینی اجتماعی شامل توسعهٔ برنامه‌ریزی‌های نواورانه برای کمک به بهبود معیشت کسانی است که فاقد کسب و کار و قدرت مالی هستند و یا در فرصت‌های خدمات اجتماعی با محدودیت مواجه هستند. (مقیمی، ۱۳۸۳، ص۹۱) نگریستن به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای اجتماعی راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار می‌سازد. به‌طوری که توجه را به سمت نکات مبهم و کم‌تر پرداخته‌شده یعنی جنبهٔ اجتماعی پدیدهٔ کارآفرینی جلب می‌کند. (ربیعی و صادق‌زاده،۱۳۹۰، ص۱۹۲) در این تحقیق به‌دلیل اهمیت فعالیت‌های کارآفرینانه برای معلولین در جهت رفاه حال آنها به سنجش رضایت این قشر از فعالیت‌های کارآفرینی سازمان بهزیستی برای آنها می‌پردازیم.

انواع مختلف کارآفرینی

ادبیات معلولیت و اشتغال معلولین

معللولیت از واقعیات تلخ و دیرآشنا است که احتمالاً قدمتی به طول حیات انسان دارد (مثنوی، ۱۳۸۸، ص۵) بر اساس تعاریف سازمان جهانی بهداشت افراد معلول آن دسته از افرادی هستند که دارای نقایص طولانی‌مدت فیزیکی، ذهنی یا حسی می‌باشند و در تعامل با موانع مختلف ممکن است از نظر مشارکت کامل و مؤثر بر اساس اصول مساوی با دیگران

دچار تأخیر شوند. به بیان دیگر، معلولیت به ناتوانی در انجام تمام یا قسمتی از فعالیت‌های عادی زندگی فردی یا اجتماعی به علت وجود نقصی مادرزادی یا اکتسابی، در قوای جسمانی یا روانی اطلاق می شود (جهان بکام و دیگران، ۱۳۸۹، ص۵) واژۀ معلول از نظر سازمان بین‌المللی کار فردی است که انتظارات او از تأمین، حفظ یا پیشرفت در کار مناسب به‌طور پایدار آسیب جسمانی و یا فکری مشخصی کاهش یافته است. (مثنوی، ۱۳۸۸، ص۶)

برنامۀجهانی سازمان ملل متحد مربوط به ناتوانی سه هدف اصلی را تعیین کرده است: پیشگیری از ناتوانی، توانبخشی و مشارکت کامل افراد ناتوان در زندگی و فرآیند رشد و توسعۀ کشور همانند سایر افراد جامعه. (موللی، می‌رخانی، نعمتی، مللی، ۱۳۹۰، ص۴۰) شخصی که ناتوان در استفاده از قسمتی از بدن خود به‌طور کامل یا به‌طور آسان می‌باشد که این ناتوانی در اثر یک موقعیت فیزیکی، بیماری و یا آسیب و غیره به‌وجود آمده است. (oxford،2009، p340) از زمان‌های پیشین، کار در زندگی انسان‌ها نقش مهم و حیاتی داشته است. در زمان حاضر، آدمیان اکثر ساعات زندگی خود را به کار اختصاص می‌دهند. هم‌اکنون کار غالباً هم به‌عنوان عامل تهیۀ پول و در پی آن وسیلۀ تهیۀ پول و در پی آن وسیلۀ تهیۀ مایحتاج زندگی و تأمین رفاه و هم به‌عنوان هدفی فی نفسه خواستنی و ارضاءکننده مطرح می‌گردد. در واقع امنیت، منزلت یا حیثیت اجتماعی، احساس رضایت و موفقیت در کار و وضع اقتصادی افراد غالباً با شغل آنها در ارتباط بوده یا به وسیلۀ آن تعیین می‌گردد (نوری، ۱۳۶۶، ص۲۷) حتی در پیشرفته‌ترین کشورها معلولیت همواره به‌عنوان سدی جدی در برابر اشتغال خودنمایی می‌کند. اهمیت موضوع اشتغال تا آن حد است که از شاخص‌های کیفیت زندگی به‌شمار می‌رود. (موللی، میرخانی، نعمتی، مللی، ۱۳۹۰، ص۳۹)

توصیۀ سازمان‌های جهانی در مورد ضرورت مشارکت، برابری فرصت‌ها، رشد آگاهی و تحقق شعار "جامعه برای همه" مستلزم تغییرات محیطی و دگرگونی جدی در شرایط معلولان است. این تحولات در صورتی رخ خواهد داد که خدمت به معلولین صرفاً یک عمل نیکوکارانه و نوع‌دوستانه تلقی نشود، بلکه حقوق انسانی و اجتماعی آنان نیز مد نظر قرار گیرد و محدودیت‌های اجتماعی از سر راهشان برداشته شود (محسنی تبریزی و رضوی آل هاشم، ۱۳۸۵، ص۲۴)

ما هم‌اکنون می‌دانیم که افراد معلول از محرومیت در محیط کاری خود رنج می‌برند. (Newton & Ormerod & Thomas، 2007، p610) که به‌منظور شفاف‌سازی موضوع تحقیق به برخی از تحقیقات مرتبط در زیر اشاره شده است.

تحقیق انجام‌گرفته توسط قراخانلو و علیزاده (۱۳۷۹) حاکی از آن است که شکل فعلی گذران اوقات فراغت مطلوب نیست و موجب نارضایتی قشر مورد مطالعه شده است. همچنین، مطابق با تحقیق انجام‌شده توسط نصرآبادی و دیگران (۱۳۸۷) می‌توانیم از طریق استفاده از تکنولوژی به توانمندسازی معلولین اقدام کنیم و به نوعی آنها را به انجام فعالیت‌های دورکاری نزدیک کنیم. باتوجه به تحقیق السان طرز تلقی غلط جامعه از معلولین سبب شده است که آنها از صحنۀ کار و فعالیت دور نگه داشته شوند. (السان،۱۳۸۳، ص۵۷)

تحلیل دقیق کار بایستی امکانات شغلی کارگران معلول جسمانی را روشن سازد. کارخانه‌های متعددی، فهرستی از مشاغل خود را با توجه به نوع معلولیت‌های جسمانی، فراهم نموده‌اند تا آنجاکه در موقع استخدام، مصاحبه‌کننده، وضع کامل انواع معلولین جسمانی را در اختیار خود دارد که می‌توانند کاری را در کارخانه به‌دست آورند. جدول ۱

نمونه‌ای از این نوع فهرست‌ها است. این نمودار به‌وسیلهٔ شرکت I.B.M که از تکنیک تحلیل کار استفاده نموده تنظیم شده است. علامت X در یک ستون نشان می‌دهد که برای این شغل ممکن است یک فرد معلول جسمانی را از ردیف مربوط به آن استخدام نمود. لیست شغل‌ها این امکان را داده است که هریک از این شغل‌ها می‌تواند لااقل مخصوص «نوعی معلولیت جسمانی» باشد و همچنین بسیاری از آنها ممکن بود به درستی در ردیف کارهایی باشند که مورد توجه انواع مختلف معلولین جسمانی قرار بگیرند. (Vogel،2006، p.256) اطلاعاتی از این قبیل نتایج زیادی مانند امکان «بالارفتن درجهٔ رضایت از کار» معلولان را دربردارد. (Lavos،1999، p12) کامرون (۲۰۰۱) عقیده دارد که رضایت از زندگی متأثر از رضایت از کار، رضایت از اوقات فراغت و نیز سلامت جسمانی و روانی است (حیدریی، مشاک و درویشی، ۱۳۸۸، ص۱۰) بنابراین، به نفع مجموعهٔ کارخانه، کارفرما[1]، و کارگر است که علاقه به کشف انواع کارهای ممکن برای کارگران معلول وجود دارد. زیرا در غیر این‌صورت، اغلب به دلایل جبری و گاهی غیرمنطقی خود را محروم از شغل خود احساس می‌کنند، در حالی‌که زندگی مادی آنها کاملاً به دستمزدشان بستگی دارد. واگنر[2] مسئله را به این ترتیب ملاحظه می‌کند که اگر معلولین جسمانی که درست به‌کار گماشته نشده‌اند جزو تولیدکنندگان متوسط و کارگران بی‌ثمر می‌باشند، آنهایی که درست به‌کار گماشته شده‌اند، به اندازهٔ کارگران عادی و حتی بهتر از آنها در همان پست‌ها کار می‌کنند. «لاووس»[3] مطالعاتی را ذکر می‌کند که نشان می‌دهند پرسنل معلول به‌اندازهٔ پرسنل عادی شایسته و با استعداد می‌باشند. (Lavos،1999،p.12) فرض می‌شود پست‌هایی که به آنها اشاره شده است، با در نظرگرفتن نتایج تحلیل کار، از نوع آنچه جدول ۱ نشان می‌دهد، با دقت فراوان انجام شده‌اند. هانمان[4] نقطه‌نظر مشابهی، را در یکی از آثار خود- آنجا که به وضوح روش قابل اجرایی برای تحلیل مقتضیات جسمانی یک شغل خاطر نشان می‌سازد و نتایج این بررسی‌ها را برای مشاغل متفاوتی خلاصه می‌نماید- پذیرفته است. (hanman،1995، pp405)

جدول ۱ (خنیفر، ۱۳۹۰، روان‌شناسی کار)

نوع معلولیت جسمی / نمونه‌ای از انواع مشاغل کار افرینانه												
کور(دو چشم)									*			
کور (یک چشم)											*	
معلولیت یک دست								*				
معلولیت هر دو دست												
کر و لال												
کر												
فقدان یک یا چند انگشت			*					*				
فقدان یک پا	*	*					*	*		*		
معلولیت یک پا	*			*	*	*	*	*		*		
معلولیت هر دو پا										*		
صدمه پشت یا ستون فقرات											*	
بیمار قلبی												*

1. Boss(Bosshead)
2. Wagner
3. Lavos.G
4. Hanman.B

جذب نیرو با تصمیم‌گیری در مورد اینکه شغل به چه کسی داده خواهد شد، خاتمه نمی‌یابد. گام اطمینان از این امر است که متقاضیان مورد نظر سازمان، به پذیرش شغل پیشنهادی علاقه نشان دهند. اگر متقاضیانی که سازمان آنها را کارکنان بالقوهٔ خوبی تشخیص داده است به شغل پیشنهادی علاقه‌ای نداشته باشند، تحکیم یک نظام گزینشی حتی الامکان دقیق، ارزش زیادی ندارد. (Todd،2004، p140)

سازمان بهزیستی استان قم

سازمان بهزیستی استان قم در حال حاضر وظیفهٔ حمایت از خانواده‌های بی‌سرپرست و نیازمند، ارائهٔ خدمات مختلف به آنها، ارائهٔ خدمات مختلف به عموم کودکان و نوجوانان، ساماندهی، حمایت و نگهداری از کودکان خیابانی، تأمین جهیزیهٔ مورد نیاز ایتام، معلولان و آسیب‌دیدگان نیازمند، ارائهٔ خدمات حمایتی به از کارافتادگان، حمایت و نگهداری معلولان غیرقابل توانبخشی، ساماندهی، حمایت و نگهداری سالمندان نیازمند و بیماران روانی مزمن، درمان و بازتوانی معتادان، ارائهٔ خدمات مشاوره‌ای روان‌شناختی به جامعه، حمایت از معتادان بهبودیافته و توانمندسازی آنها، ایجاد فرصت‌های شغلی برای گروه‌های هدف سازمان، جلب مشارکت‌ها و فعالیت گروه‌های داوطلب و مؤسسات غیردولتی را برعهده دارد[1].

مروری بر ادبیات رضایت از خدمات

رضایت نتیجهٔ مقایسهٔ ذهنی بین انتظارت اولیه از محصول و یا خدمت با ادارکات بعد از مصرف آن است(Giannellon & p159)، 2010،Robinot. رضایت مشتریان، عاملی کلیدی برای تعیین روابط بلندمدت با آنها و دستیابی به تمایلات خریدشان است (کیم و همکاران، ۲۰۱۱، ۲۵۸)[2]. کیفیت و رضایت مشتری مهم‌ترین مسألهٔ رقابتی در سال‌های ۱۹۹۰ و پس ازآ شناخته شده است. (Zineldin 2004p286) طبق گفتهٔ لیندگرین و همکاران هزینهٔ جذب مشتری جدید ۱۶ برابر مشتری فعلی است که این مورد اهمیت حفظ مشتری از طریق جلب رضایت وی را بیش از پیش مشخص می‌کند (شیخ علی و اولی ندوبیسی، ۲۰۱۱، ص۱۳۶). اولین و آخرین معیار رضایت مشتری این است که آیا انتظارات او برآورده می‌شود یا خیر. (ابراهیمی، ونوس، روستا، ۱۳۸۵) رضایت یک واکنش ذهنی و عاطفی نسبت به محیط می‌باشد که طی آن فرد نیازهایش را اعلام می‌کند، وقتی نیازهای شخص ارضاء شد، احساس شادی و سعادت و رضایت در او به‌وجود می‌آید. بنابراین، رضایت‌مندی از آن جهت که احساس سعادت و خوشبختی فرد با احساس رضایت او در ارتباط با محیط حاصل می‌شود دارای اهمیت اساسی است (محسنی تبریزی و رضوی آل هاشم، ۱۳۸۵، ص۲۴)

خدمات فعالیت‌های نامحسوس و لمس‌نشدنی هستند که موجب منفعت و یا ارضاء خاطر می‌گردند اما مالکیت چیزی را نیز به‌دنبال ندارد. خدمت به مشتریان شامل کلیهٔ اموری است که سازمان‌ها به‌منظور جلب رضایت مشتریان و کمک به آنها برای حصول بیشترین ارزش از محصولات یا خدمات ارائه‌شده انجام می‌دهند. در سال‌های اخیر آگاهی مؤسسات نسبت به اهمیت و ارزش خدمات به‌عنوان ابزار بازاریابی و جلب رضایت افزایش یافته است. (رنجبران، کابلی، حق‌شناس، یاوری، ۱۳۸۱، ص۱۳۰) مفهوم رضایت نقش مهمی را در ادبیات بازاریابی به‌دست گرفته است. تقریباً اکثر محققان اتفاق نظر دارند که رضایت منشأ تکرار خرید،

1. www.behzisti-qom.ir
2. Kim et al., 2011, 258

تبلیغات شفاهی و وفاداری در نزد مشتریان می‌باشد (باری و تری، ۲۰۰۸، ص۲۲۸)[1]. رضایت مشتری حوزهٔ جدیدی از علایق می‌باشد که به‌دلیل نبود مطالعات دانشگاهی و داده‌های قابل استفاده برای فرمول‌بندی، هنوز مشکلاتی در رضایت‌سنجی مشتریان وجود دارد. (Vukmir 2006 p9)

مروری بر ادبیات کیفیت خدمات

بر اساس تعریف کریستوفر و مکارانش کیفیت خدمات عبارت است از توانایی سازمان در برآورده نمودن انتظارات مشتریان یا پیشی گرفتن از انتظارات آنها. (فروست و کومار،۲۰۰۰، ص۷۷).[2] لن بری[3] در خصوص ابعاد کیفیت خدمات ده عامل را ارائه می‌دهد:
۱. قابلیت اعتماد که به‌معنی استمرار ارائهٔ خدمات طبق تعهدات و مطابق مرتبهٔ اول می‌باشد. ۲. احساس مسئولیت، به معنی اشتیاق و آمادگی برای ارائهٔه خدمات مطابق آنچه که تعهد شده. ۳. صلاحیت به معنی دارا بودن مهارت و علم مورد نیاز برای ارائهٔ خدمات. ۴. دسترسی، که به امکان و سهولت دسترسی در ساعات متفاوت و زمان معطلی برای خدمات اشاره دارد. ۵. تواضع به معنی ادب، احترام ملاحظه کاری و درستی ارتباط کارکنان با مشتری است. ۶. ارتباط با مشتری که آگاه ساختن مشتری به زبان قابل فهم، گوش دادن به مشتری، تنظیم مراوده براساس نیازمشتری، تشریح خدمات، تعیین چگونگی حل مشکل مشتری است.۷. اعتبار که به معنی شهرت شرکت و ویژگی شخصیتی افراد به قابل اعتماد بودن و صداقت داشتن می‌باشد. ۸. امنیت به‌معنی آسودگی خاطر از نظر خطر، ایمنی فیزیکی، امنیت مالی و رازداری. ۹. درک مشتری به‌معنی تلاش برای درک نیازمندی‌های خاص مشتری و ۱۰. جنبه‌های ملموس که ظاهر فیزیکی خدات ارائه شده، تسهیلات فیزیکی، ظاهر کارکنان، ابزار و تجهیزات مورد استفاده برای ارائهٔ خدمات می‌باشد. (رنجبران و دیگران، ۱۳۸۱، ص۱۳۱)

با توجه به ابعاد معرفی‌شدهٔ بالا در سه مؤلفه با عنوان تصویر سازمان و کیفیت فنی خدمات و کیفیت برخورد کارکنان طبقه‌بندی شد.

تصویر سازمان: با توجه به نظر باربر (۱۹۹۸)، ادراک تصویر سازمانی را می‌توان به عنوان یک حس کلی در مورد یک سازمان بر اساس حقیقت، اعتقادات و احساسات معرفی کرد. (D. Lyons & Marler)،2010، p60 بنابراین، تصویر مشتریان از سازمان به‌طور قوی وابسته به چگونگی مدیریت روابط شرکت با مشتریان خود است. (Vegholm،2011،p326)

کیفیت برخورد کارکنان: اگر فردی به اطلاعات منتشره از سازمان عکس‌العمل نشان دهد و یا اگر اطلاعات را با مشتریان مبادله کند، یک تعامل در میان آنان شکل گرفته است (Oseland &Marmot2011 p51) یافته‌های محققین دلالت بر این امر دارد که فهم کلی از مدیریت، برخورد صحیح با ذی‌نفعان با اهمیت است. (Chia،2004، p279) نگرش و رفتار کارکنان می‌تواند از طریق ابعاد عملکردیشان در ارائهٔ خدمات سنجیده شود که ابعاد کیفیت خدمات مانند مساعدت، صبر، درستکاری، حمایت و محافظت می‌باشد که بطور مستقیم بر کیفیت ارتباطات با مشتریان اثر می‌گذارد. (Chahal & Kumari anoucncep6)

1. Barry & Terry,2008,228
2. Frost & kumar
3. L. Berry

کیفیت فنی خدمات: هدف کیفیت خدمات رضایت مشتریان است. کیفیت خدمات به رضایت نیازهای مشتریان و درجه‌ای از اعتماد در صورت رویارویی با خدماتی اشاره دارد که براساس آن مشتریان ادراکات خود را از خدمات دریافتی شکل می‌دهند.
(Mal Kong & Muthusamy2011 p145)

فرضیات تحقیق

❖ **فرضیهٔ ۱) میزان رضایت از خدمات کارآفرینی سازمان بهزیستی در استان قم در سطح مطلوبی می‌باشد.**

- میزان رضایت معلولین ازخدمات کاریابی و مشاورهٔ کارافرینی درسطح مطلوبی می‌باشد.
- میزان رضایت معلولین از وام‌های خوداشتغالی در سطح مطلوبی می‌باشد.
- میزان رضایت معلولین از خدمات آموزش‌های دورهٔ خوداشتغالی درسطح مطلوبی می‌باشد.

فرضیهٔ ۲) درجهٔ اهمیت هریک از خدمات ارائه‌شده توسط سازمان در رضایت مشتری یکسان است.

روش‌شناسی

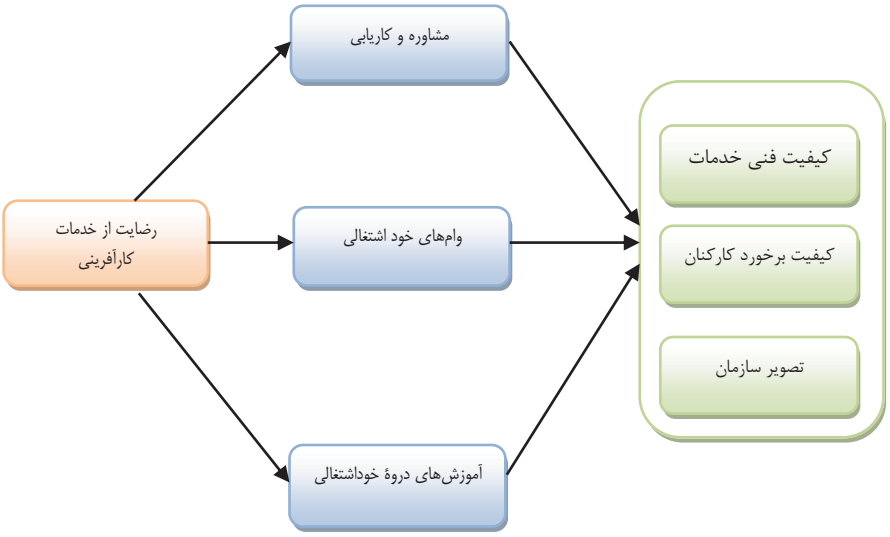
این تحقیق از نظر جمع‌آوری داده‌ها، تحقیق پیمایشی از گروه تحقیقات توصیفی (غیر آزمایشی) و از نظر هدف، تحقیق کاربردی می‌باشد. جامعهٔ آماری تحقیق کلیهٔ معلولینی می‌باشد که از سازمان بهزیستی استان قم خدمات کارآفرینی دریافت کرده‌اند. بدین منظور پرسش‌نامه‌ای متشکل از ۳۰ گویه علاوه بر گویه‌های جمعیت‌شناختی طراحی گردید. این پرسش‌نامه دارای سه بخش است. بخش اول سؤالات مربوط به خدمات مشاوره و کاریابی مرتبط با کارافرینی است و بخش دوم سؤالات مربوط به وام‌های خوداشتغالی و بخش سوم مربوط به آموزش‌های دورهٔ خوداشتغالی می‌باشد. پرسش‌نامهٔ این تحقیق از نوع محقق‌ساخته می‌باشد.

همچنین روایی ظاهری و محتوایی آن مورد بررسی و بازنگری و تأیید برخی از اساتید و صاحب‌نظران این حوزه قرار گرفت. برای تأیید پایایی آزمون کرونباخ گرفته شد که ضریب آلفای کرونباخ ۹۶/. و در سطح قابل قبولی به‌دست آمد. مهم‌ترین آزمون آماری به‌کار برده‌شده در این پژوهش آزمون میانگین یک جامعهٔ آماری (T-Test) و آزمون فریدمن می‌باشد.

طیف امتیازدهی ۵ طبقه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق (۱ کاملاً مخالف-۵ کاملاً موافق) برای پاسخگویی معلولین مورد استفاده قرار گرفت. نتایج حاصل از داده‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان در جدول شمارهٔ ۲ آورده شده است.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

متغیر	طبقه	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۳۳	۶۳,۵
	زن	۱۳	۲۵
	بدون ذکر	۶	۱۱,۵
سن	۱۲-۲۵ سال	۱۱	۱۹,۲
	۲۶-۴۰ سال	۳۲	۶۱,۵
	۴۱ به بالا	۲	۳,۸
	بدون ذکر	۶	۱۱,۵
می‌زان تحصیلات	زیر دیپلم	۲۳	۴۴,۲
	دیپلم	۱۴	۲۶,۹
	کاردانی	۴	۷,۷
	کارشناسی	۳	۵,۸
	بدون ذکر	۸	۱۵,۴
میانگین مدت ارتباط با سازمان	۹,۳۴ سال		



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

یافته‌ها

بررسی وضعیت خدمات کارافرینی سازمان بهزیستی

به‌منظور بررسی وضعیت خدمات کارافرینی سازمان بهزیستی ارائه‌شده در سه بخش مشاوره و کاریابی، وام‌های خوداشتغالی و آموزش دوره‌های خوداشتغالی از آزمون میانگین یک جامعهٔ

آماری (T-Test) استفاده شده است. (صفری، حبیب‌پور، ۱۳۸۸، ص ۵۳۸) نتایج به‌دست آمده از این آزمون در جداول ۳و ۴ و ۵ آمده است.

جدول۳. وضعیت میانگین و انحراف معیارخدمات کارافرینی ارائه‌شده

One –Sample Statistics

خدمات کارآفرینی	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مشاوره و کاریابی	52	3.1006	.79863
وام‌های خوداشتغالی	52	3.0923	.64387
آموزش‌های دورهٔ خوداشتغالی	52	3.4341	1.48498

جدول۴. نتایج آزمون میانگین یک جامعهٔ آماری (خدمات کارآفرینی سازمان بهزیستی)

One – Sample Test

خدمات کارآفرینی	مقدار میانگین برابر با ۳ (μ=۳)					
	T	درجهٔ آزادی	sig	تفاوت میانگین	٪۹۵ فاصله اطمینان برای تفاوت	
					حد پایین	حد بالا
مشاوره و کاریابی	.666	27	.511	.10055	-.2091	.4102
وام‌های خوداشتغالی	.860	35	.396	.09228	-.1256	.3101
آموزش‌های دورهٔ خوداشتغالی	1.240	17	.232	.43413	-.3043	1.1726

جدول ۵: بررسی وضعیت خدمات کارآفرینی ارائه‌شده

خدمات کارآفرینی	وضعیت
مشاوره و کاریابی	متوسط
وام‌های خوداشتغالی	متوسط
آموزش دوره‌های خوداشتغالی	متوسط

با توجه به اینکه sig های به‌دست‌آمده از جدول ۳ بزرگتر از ۰۵/. است، مشخص می‌شود که فعالیت مشاوره و کاریابی، وام‌های خوداشتغالی و آموزش دوره‌های خوداشتغالی سازمان، اختلاف معناداری از μ=۳ ندارد. به عبارت دیگر، رضایت از بخش مشاوره و کاریابی، وام‌های خوداشتغالی و آموزش دوره‌های خوداشتغالی سازمان در حد متوسطی می‌باشد.

همان‌طور که نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، وضعیت خدمات ارائه‌شده در بخش کارآفرینی معلولین متوسط می‌باشد و معلولین از خدمات ارائه‌شده رضایت مطلوبی ندارند.

بررسی وضعیت کلی میزان رضایت از خدمات کارآفرینی سازمان بهزیستی

به‌منظور بررسی وضعیت میزان رضایت از خدمات کارآفرینی از آزمون میانگین یک جامعهٔ آماری (T-Test) استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده از این آزمون در جداول ۶ و ۷ و ۸ آمده است.

جدول۶: وضعیت میانگین و انحراف معیار رضایت از خدمات کارافرینی

One – Sample Statistics

متغیر	تعداد	می‌انگین	انحراف معیار
رضایت از خدمات کارافرینی	52	3.1956	1.01097

جدول ۷: آزمون میانگین یک جامعهٔ آماری میزان رضایت از خدمات کارآفرینی

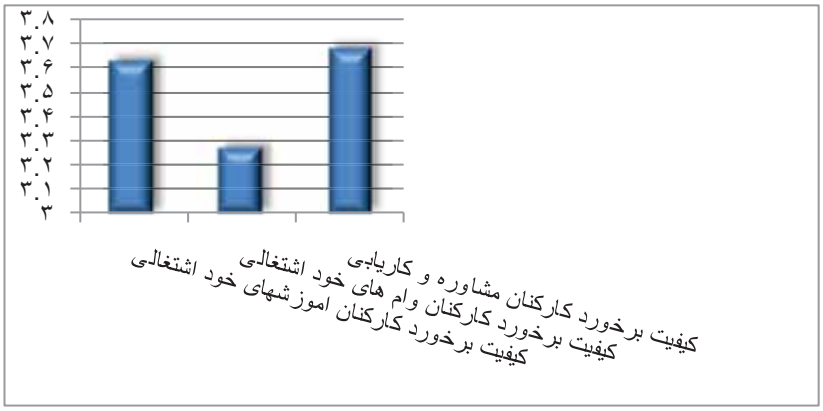
One-Sample Test

متغیر	مقدار میانگین برابر با ۳ (μ=۳)					
	T	درجهٔ آزادی	sig	تفاوت میانگین	٪۹۵ فاصلهٔ اطمینان برای تفاوت	
					حد پایین	حد بالا
رضایت از خدمات	1.395	51	.169	.19557	-.0393	.4304

جدول ۸. بررسی وضعیت رضایت از خدمات کارآفرینی

متغیر	وضعیت
رضایت از خدمات کارافرینی	متوسط

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده میزان رضایت کلی معلولین از خدمات کارآفرینی در سطح متوسط قرار دارد. در زیر نمودار کیفیت برخورد کارکنان به‌دلیل معنی‌دار بودن آورده شده است که به نوعی نشان‌دهندهٔ مطلوب بودن (معنی‌دار بودن) برخورد کارکنان در دو بخش مشاوره و کاریابی و آموزش‌های خوداشتغالی می‌باشد.



شکل ۲. میانگین کیفیت برخورد کارکنان در سه نوع فعالیت کارآفرینی

اولویت‌بندی خدمات کارآفرینی ارائه‌شده از سوی سازمان بهزیستی

به‌منظور رتبه‌بندی خدمات کارافرینی ارائه‌شده از آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده از این آزمون در جداول ۹و ۱۰ نشان داده شده است.

جدول ۹. اولویت‌بندی خدمات کارآفرینی ارائه‌شده از سوی سازمان بهزیستی

اولویت	خدمات کارافرینی	میانگین رتبه
۱	آموزش دوره‌های خوداشتغالی	2.28
۲	وام‌های خوداشتغالی	2.11
۳	مشاوره و کاریابی	1.61

جدول ۱۰. معنی‌داری آزمون فریدمن از خدمات کارآفرینی

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه‌شده
کای دو	2.229
درجه ازادی	2
sig	.328

همانطور که مشاهده می‌شود با توجه به سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده، می‌توان گفت که از دید معلولین خدمات کارآفرینی ارائه‌شده دارای اولویت‌بندی یکسانی هستند یا به عبارتی اولویت‌بندی معنی‌داری در میان این خدمات وجود ندارد. بنابراین، فرضیهٔ ۲ تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق فعالیت‌های کارآفرینی سازمان به سه بخش مشاوره و کاریابی، وام‌های خوداشتغالی و آموزش دوره‌های خوداشتغالی تفکیک شده است که با بررسی‌های انجام‌گرفته، رضایت معلولین از هر یک از بخش‌های مذکور در حد متوسط ارزیابی شده است. همچنین، تحقیق انجام‌گرفته توسط قراخانلو و علیزاده (۱۳۷۹) حاکی از آن است که شکل فعلی گذران اوقات فراغت مطلوب نیست و موجب نارضایتی قشر مورد مطالعه شده است و ما در این تحقیق نتایج حاصله از تحقیق نام‌برده را تأیید می‌کنیم.

در این تحقیق همچنین میزان رضایت معلولین در سه حوزهٔ کیفیت فنی خدمات، کیفیت برخورد کارکنان و تصویری که از سازمان در ذهن آنها ساخته شده است مورد بررسی قرار گرفت که به‌جز رضایت از کیفیت خدمات کارکنان که در سطح مطلوبی قرار دارد، رضایت از کیفیت فنی خدمات کارآفرینی سازمان در حد متوسطی بود که بیانگر تحسین برانگیز بودن کارکنان این بخش‌ها در جهت ارائهٔ خدمت به معلولین است و همچنین تصویر ذهنی معلولین از سازمان در حد متوسط می‌باشد. به عبارت دیگر، معلولین در ادراکات خود فعالیت کارآفرینی سازمان را متوسط ارزیابی می‌کنند.

با توجه به مسیر تحقیقات آینده، یافته‌های این تحقیق می‌تواند برای دانشگاهیان و سازمان‌های ذی‌ربط که در جهت ارتقاء رضایت و کیفیت زندگی معلولین جامعه و دیگر قشرهای جامعه تلاش می‌کنند، ارزشمند باشد. همچنین، این تحقیق می‌تواند زمینه‌ای برای حرکت در جهت توجه به معلولین، برای جلب رضایت و استفاده از نیروی آنها و نیز جهت شناخت نقاط قوت و ضعف به‌منظور تلاش برای بهبود مورد استفاده قرار گیرد. امید است با توجه بیشتر و رسیدگی به حال این قشر ضعیف سعی در بهبود زندگی آنها کنیم.

پیشنهادات

- ✓ نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق نشان می‌دهد که سطح رضایت معلولین از خدمات ارائه‌شده در حوزهٔ فعالیت‌های کارآفرینی که به سه بخش مشاوره و کاریابی، وام‌های خوداشتغالی و آموزش دوره‌های خوداشتغالی سازمان بهزیستی تقسیم می‌شود در حد متوسط است و این نیز گویای تلاش بیشتر و مضاعف به‌منظور خدمت‌رسانی بیشتر به معلولین می‌باشد.
- ✓ همچنین، آزمون فریدمن تفاوت معناداری در اولویت‌بندی رضایت از انواع خدمات کارآفرینی سازمان بهزیستی نشان نداد. این بیانگر این مطلب است که بهتر است ما بر روی بهبود هر سه نوع خدمت تمرکز کنیم و با ارائهٔ فعالیت‌های کارآفرینی جدیدی که سبب رضایت بیشتر معلولین از خدمات کارآفرینی می‌گردد، گام‌هایی در جهت خدمت‌رسانی بیشتر به معلولین برداریم.
- ✓ ارائهٔ خدمات کارآفرینی در سازمان بهزیستی را می‌توان از طریق معرفی مشاغل جدید مانند دورکاری توسعه داد که لازمهٔ این مشاغل آشناسازی با خدمات اینترنتی و کامپیوتری می‌باشد. مطابق با تحقیق انجام‌شده توسط نصرآبادی و دیگران (۱۳۸۷) می‌توانیم از طریق استفاده از تکنولوژی به توانمندسازی معلولین اقدام و به نوعی آنها را به انجام فعالیت‌های دروکاری نزدیک کنیم. لذا، می‌توان با همکاری سازمان فنی و حرفه‌ای چنین خدماتی را برای معلولین فراهم کرد.
- ✓ از طرف دیگر، درحد امکان باید موانع پیش روی معلولین را به حد اقل ممکن رساند که این موانع در بخش وام‌های خوداشتغالی نمود بیشتری دارد. بنابراین، باید با مراکز ارائهٔ خدمات اعتباری مذاکراتی در جهت تعدیل موانع برای معلولین صورت گیرد.
- ✓ با توجه به تحقیق السان (بی تا) طرز تلقی غلط جامعه از معلولین سبب شده است که آنها از صحنهٔ کار و فعالیت دور نگه داشته شوند. از طرفی باید اعتماد به توانایی‌های معلولین افزایش یابد ولی این بدین معنا نمی‌باشد که از یک فرد معلول در حد فردی سالم انتظار انجام فعالیت‌های سنگین جسمی را داشته باشیم. لذا، برای تحقق این امر باید به معلولین با توجه به در نظر گرفتن نوع معلولیت آنان شغل پیشنهاد شود.
- ✓ اطلاع‌رسانی به معلولین نیز باید با تمام توان توسط سازمان انجام پذیرد، زیرا برخی از معلولین از وجود چنین خدماتی اظهار بی‌اطلاعی می‌کردند.
- ✓ نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که رضایت از برخور کارکنان سازمان با معلولین در حد مطلوبی می‌باشد. لذا، با قدردانی از تلاش‌های آنان می‌توانیم انگیزهٔ مضاعفی در کارکنان جهت ارائهٔ خدمات بیشتر معطوف کنیم.
- ✓ با توجه به تعاریف ذکرشده از رضایت مشتریان توجه به نیازها و خواسته‌های مشتریان امری ضروری تلقی می‌گردد. بنابراین، شناسایی دقیق نیازها و خواسته‌های آنان از شغل باید به‌صورت کاملی برآورد شود.

منابع

السان، مصطفی، (۱۳۸۳). حقوق بشر و حقوق کارگران معلول در مقررات داخلی و بین‌المللی، رفاه اجتماعی، سال سوم، شمارهٔ۱۳، صص۵۷-۷۸.

الوانی، سید مهدی؛ عبدالله پور، مونا (۱۳۸۷)، نقش سرمایهٔ اجتماعی در کارآفرینی سازمانی، نشریهٔ پیام مدیریت، شمارهٔ ۲۷، ص۲۶ – ۵.

جهان بکام، ریحانه، خزدوزی نژاد جمالی، لیلا، نعمت الهی، فاطمه، نیک، نازنین، ۱۳۸۹، نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی معلولین، اولین کنفرانس سالانهٔ مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، ص ۱۱-۱.

حیدریی، علیرضا؛ مشاک، رویا؛ درویشی، حشمت اله، ۱۳۸۸، مقایسه خود اثربخشی احساس تنهایی، ترس از موفقیت و رضایت‌مندی از زندگی دانشجویان معلول جسمی و عادی دانشگاه آزاد اسلامی شهر اهواز، فصل‌نامهٔ یافته‌های نو در روان‌شناسی بهار، ص ۲۶ – ۷.
خنیفر، حسین، (۱۳۹۰). مبانی روان‌شناسی کار، انتشارات دانشگاه تهران، تحت چاپ.
ربیعی، علی؛ صادق زاده، حکیمه، ۱۳۹۰، بررسی رابطهٔ سرمایهٔ اجتماعی بر کارآفرینی، فصل‌نامهٔ علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال یازدهم، شمارهٔ ۴۱، ص ۲۲۱ – ۱۹۱.
رنجبران، بهرام و رشید کابلی، مجید و حق‌شناس، اصغر و یاوری، زهرا، (۱۳۸۱). بررسی رضایت مشتری از کیفیت خدمات پس از فروش مورد مطالعه: شرکت زیراکس در استان اصفهان، فصل‌نامهٔ پژوهش‌نامهٔ بازرگانی، شمارهٔ ۲۵، صص ۱۲۷-۱۴۵.
روستا، احمد و ونوس، داور و ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۸۵). مدیریت بازاریابی: سمت.
شریفیان ثانی، مریم سجادی، همیرا طلوعی، فرشته کاظم نژاد، انوشیروان، (۱۳۸۵). دختران و زنان دچار معلولیت جسمی- حرکتی: نیازها و مشکلات، دورهٔ هشتم، شمارهٔ دوم، ص ۴۸-۴۱.
صفری، رضا؛ حبیب پور، کرم (۱۳۸۸). راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی: مؤسسهٔ انتشارات پیمایش، چاپ اول، ص۵۳۸.
صمدی، عباس، اسکندری، سهیلا، ۱۳۹۰، بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان بانک ملی شهرستان تویسرکان (بر اساس مدل سروکوال)، فصل‌نامهٔ مدیریت، سال هشتم، شمارهٔ ۲۱، بهار ۱۳۹۰، ص ۴۰-۳۰.
علیزاده، محمدحسین و قراخانلو، رضا، (۱۳۷۹). بررسی چگونگی گذران اوقات فراغت جانبازان و معلولین (با تأکید بر نقش تربیت بدنی و ورزش)، حرکت، شمارهٔ ۶، صص ۲۳-۳۹.
کمالی، محمد، ۱۳۸۳، حقوق بشر و ناتوانی، فصل‌نامهٔ رفاه اجتماعی، سال سوم، شمارهٔ ۱۳، ص ۵۵- ۴۱.
مثنوی، عطاالله، ۱۳۷۹، بررسی اشتغال معلولین، مجلهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۳۷، بهمن و اسفند، ص ۱۲ – ۵.
حسنی تبریزی، علیرضا؛ رضوی آل هاشم، بهزاد، ۱۳۸۵، بررسی عوامل مرتبط با میزان رضایت‌مندی مددجویان از خدمات توانبخشی، فصل‌نامهٔ پژوهشی علوم اجتماعی، سال دوم، شمارهٔ هشتم بهار، ص ۴۳ – ۲۲.
مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۳، کار آفرینی در نهادهای جامعهٔ مدنی، مؤسسهٔ انتشارات و چاپ دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، ص ۹۱.
مقیمی، سید محمد، احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۷، آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها، توسعهٔ کارآفرینی، ص ۲۴۵- ۲۰۷ .
نصرآبادی، علی مطیع و بغدادی، گلناز، (۱۳۸۷). توانبخشی به معلولین برای ارتباط با رایانه از طریق تایپ حروف با حرکات چشم، توانبخشی، دورهٔ نهم، شمارهٔ سوم و چهارم، صص ۳۷-۲۸.
هادی زاده مقدم، اکرم، شاهدی، کامران، ۱۳۸۷، بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی، پژوهش‌نامهٔ علوم انسانی و اجتماعی مدیریت، سال هشتم، شمارهٔ ۴، زمستان ۱۳۸۷، ص ۱۴۶-۱۲۶.

Barry،J.، and Terry،T.، (2008)، "Empirical study of relationship value in Industrial services" ، Journal of Business & Industrial Marketing، Vol. 23، No. 4، pp.228–241.

Chahal، Hardeep & Kumari، Neetu، (ano)، Evaluating Customer Relationship Dynamics in the Healthcare Sector through Indoor Patients' Judgement، emerald group، p6
Chia، Joy، (2004). Is trust a necessary component of relationship management?، Journal of Communicate ion Management، Vol. 9، 3 277–285
D. Lyons، Brian & H. Marler، Janet، (2010)، Got image? Examining organizational image in web recruitment، Journal of Managerial Psychology، Vol. 26 No. 1، pp. 58-76
Frost، F. A.، & Kumar، M. (2000). INTSERVQUAL: an internal adaptation of the GAP model in a large service organization. Journal of Services Marketing، 14(5)، 77-358.
Hanman، Bert (1995). matching the physical caractersitcs of workers and jobs. Industrial medicine، p405
Kim، Myung-Ja، Chung Namho، Lee ،Choong-Ki.، (2011)، " The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourismproducts and services in South Korea "، Tourism Management، 32، 256-265
Kuratko، D.F.، Hornsby، J.S.، Bishop، J. W.،(2005). "Managers Corporate Entrepreneurial Actions and Job Satisfaction"، International Entrepreneurship and Management ، Journal 1، 271291.
Lavos. G. (1999) The work efficency of disabled، and analysis of the available Report on the job efficiency physic cally disabled workers in industry journal of rehabilitation، pp 12-13
Mal Kong، Sia & Muthusamy، Kanesan،(2011)، Using service gaps to classify quality attributes ،The TQM Journal، Vol. 23 No. 2، pp. 145-163
Newton، Rita & Ormerod، Ormerod & Thomas، Pam،(2007)، Disabled people's experiences in the workplace environment in England، Equal Opportunities International، Vol. 26 No. 6pp610-623
Oseland،Nigel&Marmot، Alexi،(2011). Environments for successful interaction، Facilities ،Vol. 29 No. 1/2، pp. 50-62
oxford، (2009).Oxford advanced learners dictionary،7th edition، p430
Robinot، E. & Giannelloni، J.-L، (2010). Do hotels' "green" attributes contribute to customer satisfaction?، Journal of Services Marketing، vlo.24، no.2، pp 157-169
Shaikh Ali، Siti Haryati& Oly Ndubisi،Nelson، 2011،" The effects of respect and rapport on relationship quality perception of customers of small healthcare firms"، Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics ،Vol. 23 No. 2، 2011، pp. 135-151.
Todd، Sheri. (2004). Improving Work – Life Balance- what Are other Countries Doing? Human Resources and Skills Development Canada، p140
Vegholm، Fatima، (2011)، Relationship marketing and the management of corporate image in the bank-SME relationship، Management Research Review، Vol. 34 No. 3، pp325-336
Vogel، C. (2006). A filed guide to narcissism، Psychology Today. 39(1)، p256
Vukmir، Rade B،(2006). Customer satisfaction، International Journal of Health Care Quality Assurance، Vol. 19 No. 1، p8-31
Zineldin، Mosad، (2004). Total relationship and logistics management، International Journal of Physical Distribution & Logistics Management، Vol. 34 No. 3/4، pp296-301

بررسی روند توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی و نقش آن در تشدید گرایش به آغاز کسب و کارهای نوآورانه

عبدالباسط مرادزاده[1]

چکیده

کارآفرینی نماد تلاش و موفقیت و کارآفرینان، نقش‌آفرینان اصلی در فرآیند توسعهٔ اقتصادی در جوامع کنونی هستند. امروزه فرهنگ کارآفرینی به‌عنوان یکی از اجزاء و خرده‌فرهنگ‌های اصلی جوامع توسعه‌یافته محسوب می‌شود. کشورها از طریق تأکید بر توسعه و نهادینه کردن این شکل از فرهنگ، در پی ایجاد و گسترش بستر مناسب به‌منظور فعالیت اثربخش کارآفرینان و شرکت‌های کارآفرین مبتنی بر دانش و فناوری هستند تا قادر گردند در مسیر توسعهٔ ملی گام‌های مؤثری بردارند. فرهنگ کارآفرینی در راستای تکمیل زنجیرهٔ ایده تا ثروت یا فرایند تبدیل دانش به فناوری و سپس محصول یا خدمت در جامعه است تا از طریق آن، فرایند توسعهٔ ملی تسهیل و تسریع شود. در کشور ما به‌خصوص در شرایط کنونی، فراهم کردن شرایط خلق و ایجاد کسب و کارهای نوآورانه توسط افراد، اصلی اساسی در جهت تحقق توسعهٔ اقتصادی و رونق تولید ملی است. در این مقاله ابتدا عوامل تأثیرگذار در توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی و کارکردهای هرکدام به ترتیب اثرگذاری معرفی شده، با توجه به مقتضیات جامعهٔ ما روند نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی ارائه و تأثیر آن در تشدید تمایل به آغاز کسب و کارهای نوآورانه تشریح می‌گردد. در واقع، خروجی مقالهٔ حاضر، شناسایی و معرفی حلقه‌های زنجیرهٔ فرهنگ کارآفرینی در جامعهٔ ایرانی، و ارائهٔ راه‌کارهای اجرائی جهت تثبیت آن به‌عنوان یک سبک زندگی است.

واژگان کلیدی: توسعه، فرهنگ، کارآفرینی، تولید ملی.

---

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه ولایت ایرانشهر، سیستان و بلوچستان، Email:bm61moradzadeh@gmail.com

مقدمه

تأثیر فرهنگ[1] بر کارآفرینی[2] و راهبردهای آن چشم‌گیر است. کارآفرینان باید مطمئن باشند که هر عنصری در طرح فعالیت اقتصادی تا حد زیادی با فرهنگ هماهنگ است. بعضی از فرهنگ‌ها فرصت خاصی را برای فعالیت‌های کارآفرینان نوپا در نظر گرفته‌اند. درک فرهنگ بومی برای کارآفرینی که می‌خواهد راهبردها و طرح‌های جهانی خود را گسترش دهد، بسیار ضروری است (شاه حسینی، علی:۱۳۸۸).

موریسون[3] معتقد است آغاز کارآفرینی به فرد، بصیرت او و فرهنگ جامعه برمی‌گردد. این رابطه بسیار کلی نگرتر از یک تابع اقتصادی ساده بوده و نشان‌دهندهٔ ترکیبی از عوامل مادی و غیرمادی و عمل‌گرایی و آرمان‌گرایی است. اساساً کاربرد فرایندهای نوآوری[4] و پذیرش تحمل ریسک، منجر به ایجاد تغییر در هویت اقتصادی و اجتماعی می‌شود (Morrison, Alison: 2000). کلید آغاز فرایند کارآفرینی، به اعضای جامعه و درجهٔ روحیه تهور موجود یا قابل ایجاد در آنها برمی‌گردد (Kirzner, I:1979). سؤال اساسی این است که چه محرک‌هایی این روحیهٔ تهور ارزشمند را ایجاد و منجر به آغاز کارآفرینی می‌شوند؟

کارآفرینی کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی می‌شود. بدون توجه کافی به مقولهٔ توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی، نمی‌توانیم به شاخص‌های رشد و توسعه دست یابیم که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و پیشرفت فنی و صنعتی در عرصهٔ اقتصاد حاصل می‌شود. در گذار از مرحلهٔ سنتی به صنعتی، باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و به‌کارگیری تکنولوژی مدرن توجه ویژه‌ای داشته باشیم، زیرا آنها با به‌کارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفادهٔ بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌کنند (احمدپور داریانی، احمد، ۱۳۸۰).

در مجموع، شناسایی ویژگی‌های منحصربه‌فرد کارآفرینان و عوامل مؤثر بر رشد فرهنگ کارآفرینی در جامعه و نیز سازمان شغلی یک فرد می‌تواند در دنیای معاصر به‌عنوان عنصر رشد و توسعه، در ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی محسوب شود. با توجه به نقش کارآفرینی در توسعهٔ همه‌جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز به دنبال ایجاد مجموعه‌ای گسترده از سازمان‌های کارآفرین هستند. از این رو، باید نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه یا موانع آن به درستی معرفی گردند (جدی، سون: ۱۳۸۰).

تعریف فرهنگ

از تعاریف مختلف فرهنگ چنین برداشت می‌شود که فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهد (شاه‌حسینی، علی:۱۳۸۸). تایب[5] تعریف زیر را از فرهنگ ارائه می‌کند: مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و مفاهیم مشترک اعضای جامعه که روش مادی و غیرمادی زندگی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

1. Culture
2. Entrepreneurship
3. Morrison
4. Innovation
5. tayeb

اعضای این جامعه، این ویژگی‌ها را در مراحل مختلف فرایند اجتماعی‌شدن از نهادهایی که در آن زندگی می‌کنند، همچون خانواده، مذهب، آموزش رسمی و در کل، جامعه یاد می‌گیرند (Tayeb, M:1980) . ادگار شاین[1] فرهنگ را مجموعه‌ای از مبانی و اندیشه‌های بنیادین، اصول و ارزش‌های حاکم و نمادها و سمبل‌های بیرونی می‌داند که جامعه نسبت به آن اعتقاد و باور پیدا کرده، از عمل به آن احساس رضایت، لذت و شادی و از عمل نکردن به آن احساس نارضایتی، شرم و گناه می‌نماید. وی معتقد است که به‌منظور نهادینه کردن فرهنگ در جامعه باید نگاه و توجهی متوازن و هماهنگ به تمامی سطوح فرهنگ در تعریف فوق داشت (شاین، ادگار: ۱۳۸۳). اگر از دیدگاه شیوهٔ زندگی به فرهنگ بنگریم، نمی‌توانیم آن‌را از مقولهٔ کار و نحوهٔ کسب درآمد جدا بدانیم. کار و فرهنگ همواره و در تمام جوامع بر یکدیگر تأثیر متقابل داشته‌اند. روش‌های رایج کسب درآمد تا حدود زیادی بر نحوهٔ رفتار افراد و تعامل آنها بر یکدیگر مؤثر است. گسترش کارآفرینی نیز به‌عنوان عامل ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جامعه، نتایج فرهنگی ویژه‌ای را پدید می‌آورد که قابل تأمل و بررسی است (Huge, MH & Pardy, M:1999).

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی، فرایند پذیرش مخاطرات و پیامدهای تأسیس کسب وکار بر مبنای اندیشه‌ها و ایده‌هایی است که نتیجهٔ آن ایجاد فرصت‌های شغلی و بهبود شرایط اقتصادی و ارتقای توانمندی جوامع خواهد بود. به عبارت دیگر، کارآفرینی فرایند ایجاد ثروت و هدایت خلاقانهٔ منابع، خلق سازمان یا سازمان‌های جدید و نیز توسعهٔ موقعیت‌های اقتصادی و روش اداره و مدیریتی است که فرصت‌ها را کنترل و تعقیب کرده و به‌عنوان شیوه‌ای عالمانه از زندگی با درک ظرفیت‌های بلااستفاده، زمینه را برای بهره‌گیری از آن فراهم می‌سازد و برای رسیدن به آرمان رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی به وسیلهٔ افزایش سرانهٔ تولید و کاهش نرخ بیکاری به جریان‌ها و شریان‌های اقتصادی و اجتماعی کمک‌های شایان توجه و مؤثری می‌کند (احمدپور داریانی، احمد: ۱۳۸۰).

فرهنگ کارآفرینی

ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ از دو جنبه قابل بحث است. از یک سو نتایج جامعه بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن، علاوه بر اینکه متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است، می‌تواند تحولات اساسی نیز در آن ایجاد کند. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است. با رفع نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی‌تر انسان فراهم می‌شود و اگر این کار در مسیر درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان‌ها می‌انجامد. علاوه بر این، نوآوری که از مشخصه‌های کارآفرینی است، موجب تولید محصولات و خدمات جدیدتر و متنوع‌تر می‌گردد و بدین ترتیب قدرت انتخاب مردم افزایش می‌یابد. با افزایش میزان رفاه، آسایش و اوقات فراغت افراد، فرصت‌های بیشتری برای فعالیت‌های فرهنگی ایجاد می‌شود. در ضمن نحوهٔ شکل‌گیری و ثمربخشی کارآفرینی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایهٔ باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار است.

---

1. Edgar schein

مجموعهٔ این روش‌ها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی کرد (Thampson, John & Geoff, Alvy & less, Ann:2000). امروزه فرهنگ کارآفرینی به‌عنوان یکی از اجزاء و خرده فرهنگ‌های اصلی جوامع توسعه‌یافته محسوب می‌شود. کشورها از طریق تأکید بر توسعه و نهادینه کردن این شکل از فرهنگ، در پی ایجاد و گسترش بستر مناسب به‌منظور فعالیت اثربخش کارآفرینان و شرکت‌های کارآفرین مبتنی بر دانش و فناوری هستند تا قادر گردند در مسیر توسعهٔ ملی گام‌های مؤثری بردارند (شفیعی، مسعود و نعمتی، محمد علی:۱۳۸۹).

نظریات فرهنگ کارآفرینی

جامعه‌شناسان و روان‌شناسان، ابعاد فرهنگی و اجتماعی آثار محیط بر فرد و ویژگی‌های شخصیتی آنان را در قالب کارآفرینی بررسی کرده‌اند که در ذیل شرح داده خواهد شد (ویسی، رضا و کریم‌زاده، پریسا:۱۳۸۹).

نظریهٔ فرهنگ کارآفرینی تالکوت پارسونز

توسعهٔ فرهنگ خلاقیت و ابتکار، محصول نظام اجتماعی و تحت تأثیر نهاد خانواده و مدرسه می‌باشد که در پرتو آن، انگیزهٔ کنش‌گران برای بر عهده گرفتن نقش‌های تولید افزایش می‌یابد. در این‌باره باید از شیوهٔ جامعه‌پذیری، میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از کار در جامعه، سخت‌کوشی، پشتکار و وقت‌شناسی صحبت کرد (Thampson, John & Geoff, Alvy & less, Ann:2000).

نظریهٔ فرهنگ کارآفرینی ماکس وبر

ماکس وبر جامعه‌شناس آلمانی در تبیین چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌داری در مغرب زمین، از مفهومی سخن می‌گوید که به زبان امروزی همان فرهنگ کارآفرینی است. ماکس وبر در پژوهش معروف خود پروتستانیسم و روحیهٔ سرمایه‌داری می‌گوید: آنچه موجب شکل‌گیری سرمایه‌داری در غرب گردید، تحت‌تأثیر برداشتی خاص از آیین مسیحیت، یعنی پروتستانیسم کالونی بوده است. کالونیسم با بیان بینش‌هایی دربارهٔ زندگی در این دنیا، رستگاری و رحمت خداوند، موجب تقویت و توسعهٔ روحیهٔ فرهنگ کارآفرینی برای ایجاد رفاه در این دنیا و به تبع آن موجب تراکم ثروت شد (Huge, MH & Pardy, M:1999).

نظریهٔ فرهنگ کارآفرینی مک‌کله‌لند

مک‌کله‌لند معتقد بود جوامعی که انگیزهٔ پیشرفت کمی دارند، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز در آن‌ها کم است و به تبع آن توسعه‌نیافته هستند و در جوامعی که میزان انگیزهٔ پیشرفت بالاست، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز زیاد است. در این جوامع، برخی افراد کسب و کارهای جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت یا واحد اقتصادی را سازمان‌دهی می‌نمایند و ظرفیت تولید و بهره‌وری آن را افزایش می‌دهند. مک‌کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوهٔ جامعه‌پذیری، روش‌های تربیتی والدین، طبقهٔ اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی می‌داند (Brockhaus, R. & Horwitz, P:2000).

تبیین وضعیت موجود فرهنگ کارآفرینی در ایران

در جامعهٔ ما با وجود عناصر مثبت بسیار در فرهنگ آرمانی، دینی که در آن به کار ارزش بسیار داده می‌شود و نیز با وجود سنت امامان در ارج نهادن به کار و تأکید بیشتر بر ارزش اکتسابی تا انتسابی، هنوز ارزش‌هایی در جامعه غلبه دارد که اخلاق کار و به تبع آن کارآفرینی را تضعیف می‌کند. دیدگاه ما نسبت به کار مبتذل است. ما کار را فقط برای درآمد می‌خواهیم و بنابراین اگر بتوان از راه بیکاری درآمد به‌دست آورد از کار استقبال نمی‌کنیم (ملکیان، مصطفی:۱۳۸۷). هدف ما اشتغالی است که متضمن پول درآوردن باشد، خودآرمانی ما خود ثروتمند است. چون این اعتقاد وجود دارد که ثروت می‌تواند قدرت را بخرد. خود آرمانی ما خود کارورز، خلاق و مولد نیست. در محیط‌های کار ایران، عموماً حاشیه‌های کار بر خود کار غلبه دارند، وقتی حاشیه بر متن بچربد دیگر کار و فعالیت خلاق و مولد مهم نیست. فرهنگ کسب و کار انفعالی است. کارجویان منتظر کار از سوی دولت هستند. کارکنان نیز تنها وقتی که کاری به آنها واگذار شود، انجام می‌دهند. کمتر کسی در محیط‌های کاری خودکار است، یعنی با رفتار کارآفرینانه سعی در ایجاد کار مفید و مولد می‌کند. اکثراً کار را برای خود کار نمی‌خواهند. به عبارتی، انگیزهٔ کار کردن بیشتر بیرونی است تا درونی. کمتر کسی از خود کار لذت می‌برد. بیشتر افراد به دنبال نتایج بیرونی مثل درآمد و تشخص ناشی از کار هستند. بیشتر جوانان بعد از فارغ‌التحصیلی و کسب شرایط لازم برای ورود به بازار کار به دنبال استخدام هستند. آنها کمتر به فکر راه‌اندازی کسب و کار برای خود می‌افتند. بیشتر آنها به فرهنگ آب‌باریکه که از ویژگی‌های فرهنگ کسب و کار در ایران است، پایبند هستند. ریسک‌پذیری و روحیهٔ کارآفرینی در کارجویان بسیار پایین است. بیشتر انرژی نیروی فعال کار برای کسب مدرک هدر می‌رود، چون معیار ارتقای سازمانی بیشتر مدرک است تا خروجی کارکنان. کار غیر مولد (دلالی) بیشتر از کار مولد تشویق می‌شود. از منظر کارکنان تظاهر به کار (دورویی) و چاپلوسی از ویژگی‌های افراد موفق در محیط کار به حساب می‌آید (قاضی مرادی، حسن:۱۳۸۵).

مدل جامع توسعهٔ کارآفرینی

در جدول زیر کارکرد نهادهای مؤثر در فرایند توسعهٔ کارآفرینی ارائه شده است:

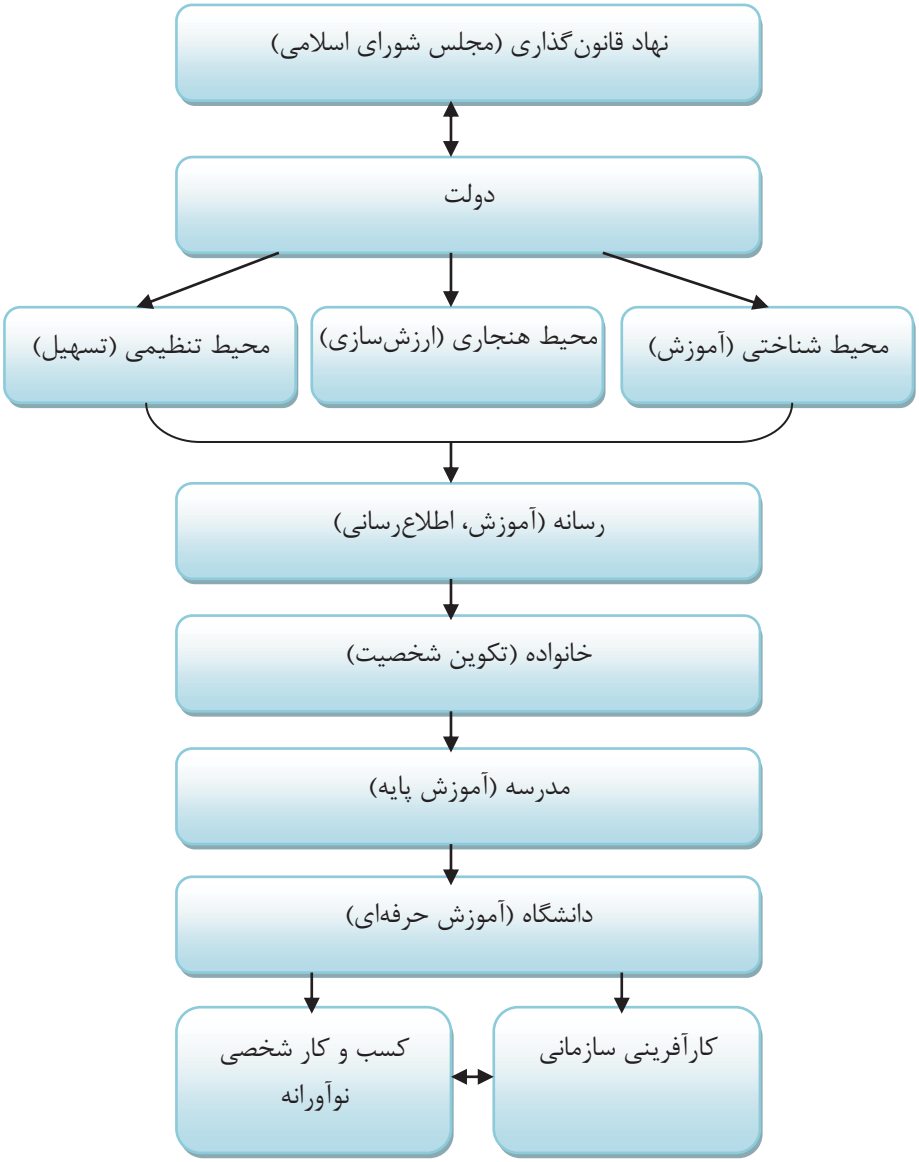
جدول ۱. مدل جامع توسعهٔ کارآفرینی با توجه به کارکردهای نهادهای تأثیرگذار

خانواده	مدرسه/ دانشگاه	بنگاه کسب و کار	نهادهای پشتیبان	نهادهای قانون‌گذاری و اجرایی
آموزش فرهنگ کسب و کار از طریق: الگوی نقش تجربه والدین قصه کودکانه	آموزش فرهنگ کارآفرینانه و مهارت‌های کسب و کار نظیر: اعتماد به نفس ریسک پذیری کنترل درونی خلاقیت و نوآوری درک ارزش کار احترام به کسب و کار تسلط به زبان انگلیسی توانائی‌های مدیریتی	ایجاد محیطی مناسب برای کارآفرینی سازمانی و ایجاد سازمان کارآفرین	مانند رسانه ها ترویج فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی و حتی در در صورت لزوم، آموزش مهارت‌های عمومی کسب	تسهیل قوانین و مقررات سیاست گذاری مناسب بسترسازی صحیح

منبع: (پوردارابانی، محمود و عرفانیان، امیر:۱۳۸۶)

عوامل مؤثر بر توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی

با مطالعهٔ نتایج تحقیقات گذشته، و مدل‌های بومی و غیربومی ارائه‌شده در زمینهٔ توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی، الگوی زیر به‌عنوان عوامل مؤثر در شکل‌گیری و توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی در ادامه تشریح خواهد شد:



نمودار۱. عوامل موثر بر شکل‌گیری و توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی(منبع: دیدگاه مولف)

در ادامه در خصوص کارکرد و ارتباط هرکدام از عوامل الگوی فوق در فرایند توسعه و تثبیت فرهنگ کارآفرینی در جامعه توضیحاتی ارائه می‌گردد:

نهاد قانون‌گذاری (مجلس شورای اسلامی)

یکی از اصلی‌ترین راهکارهای بهبود فضای کسب و کار، تنظیم و تصویب قوانین مناسب در حوزهٔ بازار کار است. به همین دلیل است که نقش مجلس شورای اسلامی به عنوان قوهٔ مقننه در توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی و به تبع آن کاهش نرخ بیکاری، بسیار قابل توجه و تعیین‌کننده است.

نهاد اجرائی(دولت)

حجم موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در یک جامعه به تصمیمات اقتصادی مستقل هر کدام از افراد آن جامعه بستگی دارد. احتمال اینکه مردمان یک کشور در کسب‌وکارهای کارآفرینانه شرکت کنند، به انگیزهٔ فردی آنان برای تبدیل شدن به کارآفرین، توانایی آنها برای تقبل فعالیت‌های کارآفرینانه و برداشت‌هایشان از فرصت‌های در دسترس بستگی دارد. محیط‌های حاکم بر هر کشور می‌توانند هرکدام از این عوامل را تحت‌تأثیر قرار دهند. سیاست‌های دولت در قبال کارآفرینان برای ارائهٔ کمک‌های مالی از طریق یارانه‌ها و وام‌های ترجیحی یا سیاست‌های مالی مساعد که آن‌را محیط تنظیمی برای کارآفرینی می‌نامند، فرصت‌های قابل دسترس را برای کسب‌وکارهای موجود و کسب‌وکارهای جدید افزایش می‌دهد. کشورهایی که برنامه‌های آموزشی عمومی و کاربردی کارآفرینی در آنها متداول است و افراد می‌دانند چگونه یک کسب‌وکار جدید را تأمین مالی و مدیریت کنند، احتمالاً از توانایی لازم برای موفقیت کسب‌وکار خود برخوردار خواهند بود. وجود چنین شرایطی اشاره به محیط شناختی برای کارآفرینی دارد. در نهایت، در کشورهایی که فعالیت‌های کارآفرینانه ارزشمند و قابل تحسین است، تعداد بیشتری از افراد به یافتن کسب‌وکار جدید یا مدیریت کسب‌وکار جدید برانگیخته خواهند شد. وجود چنین شرایطی اشاره به محیط هنجاری دارد. محیط‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری، ارکان یا پایه‌های سه‌گانهٔ حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه یک کشور را شکل می‌دهند. به اعتقاد کارشناسان اقتصادی، دولت‌هایی که رویکرد ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه داخلی را انتخاب می‌کنند، در صورتی‌که سیاست‌هایی برای تقویت هر سه پایهٔ فوق‌الذکر (تنظیمی، شناختی، و هنجاری) اجرا کنند، موفق خواهند بود (ماه‌نامهٔ توسعهٔ مدیریت: ۱۳۹۰).

رسانه‌ها

از آنجایی‌که کارآفرینی موتور تحول و توسعهٔ اقتصاد، فرهنگ و جامعه است، رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود و از آنجایی‌که رسانه‌های جمعی به‌سرعت به مخاطبان وسیع دست پیدا می‌کنند، اطلاعات را گسترش می‌دهند و نگرش‌های ضعیف‌تر را تغییر می‌دهند، بدین ترتیب رسانه‌ها در ترویج فرهنگ نوآوری، کارآفرینی و به دنبال آن در فرایند توسعهٔ پایدار و اقتصاد در یک جامعه نقشی کلیدی دارند. در این میان اصلی‌ترین و مهم‌ترین راه برای گسترش و ترویج فرهنگ کارآفرینی، رسانه‌ها می‌باشند. امروزه رسانه‌ها فکر، فرهنگ و هویت فرهنگی انسان‌ها را در

دست دارند و بیش از همه بر افکار عمومی و تغییر نگرش‌ها اثر می‌گذارند تا حدی که با استفاده از رسانه‌های جمعی می‌توان ایده و نگرش‌های غلط در جامعه را از میان برد و نگرش‌های جدید مثل نوآوری، کارآفرینی و تقدیس ثروت را به جامعه القاء کرد. در واقع، رسانه‌ها ابزار اصلی انتقال اطلاعات و ایده‌ها در سطوح جوامع هستند که می‌توانند هر روزه با خلق ایده و تفکری جدید به روند توسعهٔ جوامع و به‌ویژه توسعهٔ اقتصادی آن کمک کنند. به‌طورکلی، اطلاع‌رسانی، خبردهی، آموزش و فرهنگ‌سازی و اشاعهٔ دیدگاه‌های مختلف، مجموع کارکردهای رسانه‌های جمعی را شامل می‌شود و اساساً رسانه‌ها با توجه به همین وظایف اصلی که بر عهده دارند، باید با تأکید بر ارزش‌های خبری، تمامی اخبار، اطلاعات و رویدادهایی را که در زمینهٔ کارآفرینی اتفاق می‌افتد به خوبی انعکاس دهند (مشیری، محمد جواد: ۱۳۹۱).

خانواده

در ادبیات کارآفرینی، کارآفرینی را به عنوان سبک زندگی در نظر می‌گیرند. مورد توجه قرار گرفتن کارآفرینی به‌عنوان سبک زندگی بیش از پیش اهمیت خانواده در فرایند توسعه و نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در جامعه را آشکار می‌کند. اگر خانواده را از دیدگاه نهادی مورد بررسی قرار دهیم، به این نتیجه می‌رسیم که خانواده از نظر کمّی و کیفی می‌تواند کانون اصلی اندیشهٔ کار و تلاش و پرورش روحیهٔ خلق ایده و کار در افراد باشد. تحقق این امر مستلزم توجه ویژهٔ والدین به ابعاد و ساخت‌های حیات فردی فرزند از هنگام تولد تا زمان تکوین شخصیت اوست. انسان‌های متفاوت توانمندی‌های متفاوتی دارند که اگر از همان دوران کودکی و نوجوانی در مسیر مشخص هدایت شوند، می‌توانند با خلق ایده‌های جدید خود، تغییر در روند تولید و بالطبع تغییر در فرایند تکنولوژی را آسان کنند. خانواده به‌عنوان انتقال‌دهندهٔ جبهه‌ای از اصطلاحات، آیین‌ها و رفتارهای اجتماعی می‌تواند نقش ثمربخش خود را جهت آشنایی با مفاهیمی مثل توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و خطرپذیری در عرصهٔ فعالیت اقتصادی و همسازی با واقعیت‌های کاری در جامعه به اعضای خود ارزانی دارد (باقری، بهرام:۱۳۸۳).

مدرسه

مدارس بعد از خانواده مهم‌ترین مکانی است که شخصیت افراد در آنجا شکل می‌گیرد. در خانواده نوع رفتارهای اعضاء خانواده و در مدرسه نوع آموزش‌ها، شیوه‌های تدریس و رویکردهای ارزیابی می‌تواند در جهت تقویت یا تضعیف فرهنگ کارآفرینی در جامعه نقشی اساسی ایفاء کند. محتوای آموزشی باید به‌گونه‌ای باشد که کارآفرینی در ذهن دانش‌آموزان به‌عنوان یک ارزش جلوه کند و بتواند چشم‌انداز مناسبی از وضعیت آیندهٔ جامعه را در ذهن دانش‌آموزان شکل دهد. شیوه‌های تدریس اگر منجر به تقویت روحیهٔ اعتماد به نفس، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و مشارکت در دانش‌آموزان گردد، می‌تواند در کارآفرین شدن آنها در آینده نقش اساسی داشته باشد. شیوه‌های ارزیابی عملکرد به‌خصوص در شکوفایی استعدادهای بالقوهٔ دانش‌آموزان می‌تواند نقش بسیار مؤثری داشته باشد.

دانشگاه

دانشگاه‌ها در توسعهٔ قابلیت‌های کارآفرینی می‌توانند نقش محوری ایفاء کنند. دانشگاه‌ها می‌توانند قابلیت‌های کارآفرینی شامل دانش، مهارت و نگرش کارآفرینی را در دانش‌آموختگان ایجاد کنند و دانش‌آموختگان به عنوان عاملان تغییر اجتماعی، این قابلیت‌ها را در جامعه ترویج دهند. امروزه کارآفرینی دانشگاهی یک آرمان پیشرفته و جذاب برای آموزش عالی است. در دنیای رقابتی آینده، دانشگاه‌ها برای حفظ بقای خود راهی جز حرکت به سمت کارآفرینی دانشگاهی ندارند. برای رسیدن به این منظور باید تغییراتی در فرایندهای آموزشی و پژوهشی، ساختار، فرهنگ و شیوه و محتوای تعامل دانشگاه‌ها با بنگاه‌ها و دولت ایجاد شود. انتظارات جدید از دانشگاه ایجاب می‌کند که دانشگاه‌ها در توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی کشور نقش محوری ایفاء نمایند. تحقق این خواسته از طریق تحول دانشگاه سنتی که وظیفهٔ خود را تحقیق و تدریس می‌دانست به دانشگاه کارآفرین امکان‌پذیر است. دانشگاه‌ها و سایر نهادهای تولیدکنندهٔ دانش به عنوان نیروی محرکهٔ رشد اقتصادی در آینده، نقش‌های بیشتر و مستقیم‌تری بر عهده می‌گیرند (مکی آل آقا، بدیع الزمان:۱۳۸۶).

سازمان (بنگاه کسب و کار)

سازمان به‌عنوان یک خرده‌سیستم اجتماعی، نزدیک‌ترین رابطه را با کارآفرینی دارد. بر این اساس، فرهنگ سازمانی اثر زیادی روی پدیدهٔ کارآفرینی خواهد گذاشت. امروزه سازمان‌ها نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک، سریع، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم‌هزینه فائق آیند. آنها باید شرایطی را فراهم کنند تا همهٔ همکاران، روحیهٔ کارآفرینی پیدا کرده و بتوانند به راحتی، مستمر و به‌طور فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینانهٔ خود را به اجرا درآورند. ایجاد چنین سازمانی در گرو این عوامل است:

- شناخت شرایط محیطی و رقابت فعلی و آتی،
- درک خطرها و عواقب و موانع موجود و احساس نیاز به تغییر اساسی و بنیادی،
- شناخت ویژگی‌ها و جایگاه و اهمیت کارآفرینان،
- شناخت ویژگی‌های سازمان کارآفرین و بسترهای سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان (ایمانی حسنلویی، مهدی و پاشایی، محمد تقی:۱۳۸۶).

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به چشم‌اندازی که از ایران در سال ۱۴۰۴ ترسیم گردیده است، مهم‌ترین ویژگی آن را می‌توان توسعه‌یافتگی اقتصادی، علمی و فناوری برشمرد. برای رسیدن به این جایگاه به‌نظر می‌رسد نیاز به افراد خلاق، نوآور و دارای توانمندی‌های ذهنی مناسب، یکی از الزامات اساسی باشد. برای رشد چنین افرادی، نهادینه‌کردن فرهنگ کارآفرینی در کشور یک اصل اساسی است. فرهنگ کارآفرینانه فرهنگی است که در آن افراد (چه فارغ‌التحصیلان و چه افراد جویای کار) به‌جای کارجویی و توقع از دولت جهت استخدام، خود اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوآورانه کرده و نقش فعالی در اشتغال‌زایی ایفاء می‌کنند. تا زمانی‌که کارآفرینی به‌عنوان یک سبک زندگی مورد توجه قرار نگیرد و فرهنگ آن در جامعه نهادینه نگردد، نمی‌توان انتظار داشت افراد با تمایل به این سمت حرکت کنند. برای اینکه فرهنگ

کارآفرینی در جامعه توسعه پیدا کرده و تثبیت شود باید حلقه‌هایی از عناصر دخیل در توسعهٔ این امر در کنار یکدیگر مورد توجه قرار گیرد. عدم توجه به هر کدام از این حلقه‌ها روند توسعهٔ کارآفرینی را با اخلال مواجه کرده و اثر کلی آن را تضعیف می‌نماید.

اولین حلقهٔ نهادهای قانون‌گذاری و در رأس آنها مجلس شورای اسلامی می‌باشد. یکی از دغدغه‌های کارآفرینان و در واقع یکی از موانعی که اغلب باعث کاهش انرژی، انگیزه و روحیه در پیگیری و راه‌اندازی کسب‌وکار می‌گردد، قوانین دست و پاگیر و بعضاً نامتعارف و غیرضروری می‌باشد. رویکرد قانونگذاری در این زمینه باید مبتنی بر تسهیل و حمایت و در واقع هموار کردن مسیر باشد نه ایجاد محدودیت و پر پیچ‌وخم‌تر کردن غیر ضروری مسیر کارآفرینی. یکی از مشکلات جدی که در این زمینه وجود دارد، قوانین ناهماهنگی است که بعضاً سازمان‌های مختلف که یک فرد کارآفرین با آنها سروکار دارد، برای خود تدوین کرده‌اند و هر سازمانی به قول معروف ساز خود را می‌نوازد و این باعث سردرگمی و در موارد متعددی عدم طی مسیر توسط افراد کارآفرین می‌گردد. به نظر می‌رسد یکی از نیازهای جدی در این زمینه تدوین و طراحی یک قانون جامع که در برگیرندهٔ الزامات همهٔ سازمان‌هایی که به‌طور گسترده‌ای با مقولهٔ کارآفرینی سر و کار دارند می‌باشد.

حلقهٔ دوم، دولت و نهادهای دولتی هستند. دولت می‌تواند با تدوین اهداف بلندمدت کارآفرینی کشور، چشم‌انداز مناسبی در این زمینه ترسیم کرده و فعالیت‌های خود را بر مبنای این چشم‌انداز طراحی کند. سایر اقدامات دولتی جهت حمایت از فرهنگ کارآفرینی می تواند توسعه و ایجاد صندوق‌های حمایت از کارآفرینان، ایجاد مراکز مشاوره‌ای تخصصی کارآفرینی، تأسیس بانک‌های کارآفرینی، اعطای تسهیلات مناسب به متقاضیان راه‌اندازی کسب‌وکار، اعطای کمک‌های بلاعوض، کاهش بروکراسی اداری و کاغذبازی، فراهم کردن زمینهٔ گسترش آموزش‌های کارآفرینی در سطح جامعه متناسب نیاز و شرایط قشرهای مختلف جامعه، اعطای پاداش‌های مناسب به کارآفرینان برتر و غیره ... می‌باشد.

حلقهٔ سوم که می‌تواند باعث شناخت بیشتر این بخش‌ها و حلقه‌های مختلف از یکدیگر گردد، رسانه‌ها می‌باشند. رسانه‌ها در دنیای کنونی نقش بسیار قوی و پررنگی در تکوین و نهادینه‌سازی رفتارها و فرهنگ‌های مختلف در جامعه دارند. رسانه‌ها با اطلاع‌رسانی، معرفی الگوهای موفق، آموزش به بخش‌های مختلف جامعه، تبیین واقعیت‌های موجود و آیندهٔ جامعه، برگزاری و نمایش میزگردهای تخصصی و سایر برنامه‌های رسانه‌ای می‌توانند نقش تأثیرگذاری در تثبیت فرهنگ کارآفرینی در جامعه داشته باشند.

حلقهٔ چهارم خانواده می‌باشد. خانواده اولین و در عین حال مهم‌ترین نهادی است که نقش اساسی در تکوین شخصیت افراد جامعه دارد. در واقع، افراد در دوران کودکی به‌مثابهٔ خمیری هستند که نوع رفتار والدین و چگونگی تربیت آنها به این خمیر قالب و شکل می‌بخشد. بنابراین، اگر تربیت فرزندان و نوع رفتار والدین با آنها به‌گونه‌ای باشد که افراد مسئولیت‌پذیر، ریسک‌پذیر، مستقل، دارای روحیهٔ کار گروهی، رقابت‌جویی و با انگیزهٔ توفیق‌طلبی بار بیایند، چون این ویژگی‌ها در دوران کودکی در شخصیت آنها شکل گرفته و نهادینه شده است، در مراحل بعدی زندگی، خود به خود رفتارهای‌شان تحت‌تأثیر جنبه‌های شخصیتی آنها خواهد بود و در فضای کسب‌وکار با انتخاب خود و با آگاهی و تمایل به سمت ایجاد، تأسیس و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید و نوآورانه قدم خواهند گذاشت.

حلقهٔ پنجم این فرایند مدرسه و نظام آموزشی (در سطح پایه) می‌باشد. در یک نظام آموزشی سه عامل اصلی می‌تواند در اثرگذاری بر شخصیت و به تبع آن بر رفتار افراد اثرگذار باشد. محتوی مطالب آموزشی باید به‌گونه‌ای باشد که علاوه بر اینکه آنها را با واقعیت‌های موجود آشنا می‌کند، چشم‌اندازی از الزامات آینده در ذهن آنها ترسیم کند. ارزش کار و کارآفرینی را برای آنها شرح دهد، الگوهای موفق کسب‌وکار و کارآفرینی را به آنها معرفی کند و زمینه‌های ذهنی ورود به چالش‌های کسب‌وکار را به‌طور عملی برای آنها فراهم کند. روش‌های تدریس معلمان عامل دومی است که در نظام آموزشی باید مورد توجه قرار گرفته و اثرات مثبت و منفی آن در فرایند کارآفرینی، برای معلمان تشریح گردد. روش‌های سنتی و معلم‌محور که هدف آن فقط ارائهٔ یک‌سری اطلاعات به دانش‌آموزان و مبتنی بر نقش غیرفعال دانش‌آموزان در فرایند یادگیری بود، در شرایط کنونی به هیچ‌وجه با مقتضیات زمانه هم‌خوانی ندارد. چراکه افرادی منفعل، فاقد اعتماد به نفس و صرفاً تأثیرپذیر را به جامعه ارائه می‌کند. برای تقویت روحیهٔ کارآفرینی در افراد، معلمان باید روش‌های تدریس نوین که دو جانبه، مشارکتی، دانش‌آموزمحور و مبتنی بر مشارکت و درگیری فعال دانش‌آموزان در فرایند یادگیری می‌باشد را به‌کار گیرند. عامل سوم، ارزشیابی پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان می‌باشد. یکی از ویژگی‌های افراد کارآفرین داشتن روحیهٔ خلاقیت و نوآوری و تلاش آنها برای شکوفایی استعدادهای بالقوه‌شان است. در نظام سنتی ارزیابی، تأکید بر نمره‌گرایی جایگاه بسیار مهمی دارد و این یعنی تأکید بر اینکه دانش‌آموزان صرفاً یک‌سری مطالب را به‌صورت سطحی و طوطی‌وار فرا گرفته و بر مبنای نمره‌ای که به آنها تعلق می‌گیرد به عنوان دانش‌آموز خوب یا بد معرفی می‌گردند.

حلقهٔ ششم دانشگاه‌ها می‌باشند. نقش دانشگاه‌ها از این منظر که مرحلهٔ قبل از ورود افراد به صحنهٔ کسب‌وکار هستند، بسیار مهم است. به‌نظر می‌رسد ضرورت یک مرکز و یا دفتر کارآفرینی که به‌صورت جدی و تخصصی و مداوم در زمینهٔ امور کارآفرینی، بازاریابی و اشتغال فعالیت داشته باشد، بیش از پیش احساس می‌گردد. در شرایط کنونی استخدام در سازمان‌های دولتی با نظم جدیدی مواجه گردیده است. از طرفی، دولت‌ها در حال کوچک‌تر شدن هستند و از طرفی آمار فارغ‌التحصیلان به شدت در حال رشد و گسترش است. بر خلاف گذشته، اکثریت فارغ‌التحصیلان نه اینکه انتخاب کنند، بلکه مجبور هستند قدم در وادی کارآفرینی بگذارند. بنابراین، دانشگاه باید زمینه‌های فکری و آموزشی ورود افراد به صحنه کسب‌وکار را فراهم کند. یعنی در حین تحصیل در هر رشته‌ای که باشند باید در طول دوران تحصیل با مطالعه، بررسی و شناخت خود و بازار کار در جامعه، طرح کسب و کاری برای خود تدوین کرده تا بعد از فارغ‌التحصیلی به‌جای پیگیری آگهی‌های استخدامی، با اعتماد به نفس کامل طرحی را که آماده کرده‌اند، عملیاتی و اجرایی کنند.

حلقهٔ آخر سازمان‌ها می‌باشند. آنچه در حال حاضر در سازمان‌ها مشاهده می‌گردد، مؤید این مطلب است که فرایندهای سازمانی با رویکرد کارآفرینانه صورت نمی‌پذیرد. ساختار سازمان‌ها به‌گونه‌ای است که افراد به آب‌باریکه‌ای عادت کرده و هیچ کوششی جهت توسعهٔ آب‌باریکه انجام نمی‌دهند. تقسیم کار شدید منجر به عدم شکوفایی تمامی استعدادهای افراد، یکنواختی کار برای آنها و در نتیجه دل‌زدگی از کار گردیده است. سلسله مراتب شدید و تمرکزگرایی زیاد منجر به کاهش روحیه در افراد و در نتیجه فقدان تعهد و مسئولیت جمعی در آنها گشته است. مشارکت افراد در فرایندهای سازمانی چندان جدی گرفته نمی‌شود و گردش و غنی‌سازی شغلی به‌صورت علمی مورد توجه قرار نگرفته است. راهکار برون رفت از

این بحران تبدیل سازمان‌ها به سازمان‌های یادگیرنده و دانشی است. در سازمان یادگیرنده، افراد تمایل زیادی به یادگیری، ایده‌یابی، خلاقیت و نوآوری داشته و روحیهٔ اعتماد به نفس، حس مسئولیت و تعهد آنها افزایش پیدا می‌کند. مطابق نظریهٔ سلسله مراتب نیازهای مزلو، سازمان یادگیرنده، سازمانی است که زمینه‌های ارضاء نیاز خود شکوفایی را در افراد و اعضای سازمان فراهم می‌کند.

بنابراین، اگر حلقه‌های یادشده بتوانند به‌صورت تکاملی نقش واقعی خود را در گسترش و توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی در کشور ایفاء نمایند، گرایش و تمایل خودخواسته افراد به سمت آغاز کسب و کارهای نوآورانه و جدید بسیار بیشتر خواهد گردید و تحول عظیمی در گرایش افراد به این سمت و سو ایجاد خواهد شد.

منابع

احمدپور داریانی، احمد (۱۳۸۰)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات پردیس.

ایمانی‌حسنلویی، مهدی و پاشایی، محمدتقی (۱۳۸۶)، مدیریت تحول در سازمان‌های هزارهٔ سوم با تمرکز بر کارآفرینی، ماهنامهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۸۹ و ۹۰ ، آبان و آذر ۱۳۸۶.

باقری، بهرام (۱۳۸۳)، نشریهٔ گزارش، شمارهٔ ۱۵۷، ص ۶۵.

پورداریانی، محمود و عرفانیان، امیر(۱۳۸۶)، مجلهٔ اقتصادی، سال هفتم، شماره‌های ۶۹ و ۷۰.

جدی، سون(۱۳۸۰)، موانع توسعهٔ کارآفرینی، ماهنامهٔ تدبیر شمارهٔ ۱۲۰.

شاین، ادگار (۱۳۸۳)، مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری، ترجمهٔ برزو فرهی بوزنجانی و شمس‌الدین نوری نجفی، انتشارات سیمای جوان.

شاه‌حسینی، علی(۱۳۸۸)، کارآفرینی، انتشارات آییژ.

شفیعی، مسعود و نعمتی، محمدعلی (۱۳۸۹)، نظام ملی نوآوری با رویکرد توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی، صنعت و دانشگاه، سال دوم، شمارهٔ ۹ و ۱۰.

قاضی‌مرادی، حسن (۱۳۸۵)، ایرانیان و فرهنگ کار.

ملکیان، مصطفی (۱۳۸۷)، بیست عامل عقب‌ماندگی ایرانیان، www.parsine.com.

مکی آل آقا، بدیع‌الزمان (۱۳۸۶)، فصل‌نامهٔ اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال دوم، شمارهٔ چهارم.

ماهنامهٔ توسعهٔ مدیریت (۱۳۹۰)، شمارهٔ ۹۰، ص۶۷.

مشیری، محمدجواد (۱۳۹۱)، www.mashhadnews.org.

ویسی، رضا و کریم‌زاده، پریسا (۱۳۸۹)، دو فصل‌نامهٔ برنامه و بودجه، شمارهٔ ۱۱۱، انتشارات مؤسسهٔ عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.

Brockhaus; R. & Horwitz, P. (2000).The psychology of the entrepreneur art and science of entrepreneurship cambridge, mass: ballinger.

Haug; H.M. & Pardy w. (October 1999).Community entrepreneurship in north east land , international journal of entrepreneurial behavior & research, vol. 5, no. 4.

Kirzner; I. (1979).Perception opportunity and profit studies in the theory of entrepreneurship, London university of Chicago press.

Morrison; alison. (2000). Entrepreneurship: what triggers it?, international journal of entrepreneurship behavior & research, vol. 6.

Thampson; john & Geoff, alvy & less, Ann. (2000).The world of entrepreneur, vol. 38, no.5.

Tayeb; m. (1998).Organizations and national culture, sage London.

بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی کارآفرینی دانشجویان

غلامحسین کریمیان[1]
محسن لطفی[2]

چکیده

ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور به‌ویژه دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی بیکار از مهم‌ترین دغدغهٔ سیاست‌گزاران است. از سوی دیگر، تنها با تکیه بر حمایت دولت نمی‌توان از پس بحران بیکاری برآمد، بلکه با گذر از کارجویی و کاریابی به کارآفرینی و اشاعهٔ آن از طریق آموزش می‌توان شاهد تحولات ساختاری در زمینهٔ اشتغال بود. بنابراین، به دلیل اهمیت موضوع سعی گردیده تا با بررسی و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پیشنهادات کاربردی و سازنده ارائه گردد. فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی هرکدام در چهار مقولهٔ دانش، توانایی، نگرش و خلاقیت کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است. این تحقیق از نوع پیمایشی کیفی و ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه از نوع فردی و حضوری به صورت نیمه‌سازمان یافته و پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته و جامعهٔ آماری شامل دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان است. نتایج نشان داد اغلب دروس دانشگاهی به‌ویژه در رشته‌های علوم انسانی به شیوهٔ نظری ارائه می‌شود؛ از این رو، مهارت‌های اغلب دانش‌آموختگان با نیاز بازار کار هماهنگی ندارد، پیشنهاد می‌گردد تحقیقات دانشگاهی سمت و سوی کارآفرینی داشته و پژوهش‌های بین رشته‌ای مورد توجه قرار گیرد. مصاحبه‌شوندگان معتقدند استادان باید قابلیت‌های لازم در زمینهٔ کارآفرینی را دارا باشند تا بتوانند با ایده‌های خود فرصت‌هایی در زمینهٔ دانش کارآفرینی برای دانشجویان مهیا سازند. دانشجویان بر این باور بودند اغلب آنان با شرکت‌های کارآفرین ناآشنا هستند، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها دانشجویان را با شرکت‌ها و مدیران موفق کارآفرین آشنا سازند تا باعث تحریک انگیزه و روحیهٔ کارآفرینی در آنان شود. نتیجهٔ دیگر اینکه از ایده‌های دانشجویان استقبال کمتری می‌شود، پیشنهاد می‌شود از ایده‌های ناب دانشجویان حمایت کنند و آنها را در جهت تبدیل به طرح‌های عملیاتی کسب و کار یاری رسانند، این کار می‌تواند از طریق سازمان‌هایی به نام انکوباتورها صورت گیرد که باید در دانشگاه‌ها تأسیس شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، فرصت‌ها، تهدیدها، آموزشی، پژوهشی.

---

۱ . کارشناس‌ارشد توسعه و برنامه‌ریزی اقتصادی دانشگاه اصفهان، Email:Ghkarimian63@gmail.com
۲ . کارشناس‌ارشد توسعه و برنامه‌ریزی اقتصادی واحد علوم و تحقیقات اهواز، Email:Lotfi.mohsen1@gmail.com

مقدمه

با شروع هزارهٔ سوم، تغییرات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و تکنولوژیکی سریع و پرشتابی در سطح جهان ایجاد و در حال گسترش است. این تغییرات تأثیر بسیار جدی در سطوح مختلف کشورها و نهادهای اجتماعی، به‌خصوص نهادهای آموزشی داشته است. توجه به این نوع تغییرات لازمهٔ هر نوع برنامه‌ریزی به ویژه برنامه‌ریزی‌های علمی آموزشی و پژوهشی می‌باشد (راعی فرد، ۱۳۸۱). چالش اصلی فراروی توسعهٔ علم و فناوری در کشور عبارت است از ایجاد ساختار آموزشی و پژوهشی خلاق، نوآور و خوداتکا به نحوی که بتواند بر اساس نیازهای مبرم و اولویت‌های جامعهٔ خود به شکلی پویا و مستمر، زمینهٔ گسترش علم و دانش را در میان گروه‌های مختلف جامعه پدید آورد (آهوان منش و همکاران، ۱۳۸۱). در این زمینه نظام آموزش عالی به‌عنوان متولی تربیت أمین نیروی انسانی ماهر و متخصص رسالت خطیری را بر عهده دارد. رسالت عمدهٔ دانشگاه‌ها آموزش مداوم، پژوهش وگسترش فعالیت‌ها به‌منظورتربیت افراد با دانش حرفه‌ای و مهارت‌هایی که بتوانند در توسعهٔ اجتماعی شرکت کنند و همچنین دستیابی به توسعهٔ پایدار و خلق دانش علمی از طریق توسعهٔ پژوهش می‌باشد (لویس[1] و همکاران، ۲۰۰۰).

با توجه به مطالبی که ذکرگردید می‌توان گفت که جامعهٔ امروزین بشری به مراتب بیش از گذشته بر آموزش به‌ویژه آموزش عالی متکی است و به تعبیری وابسته به دانش پایه است، به نحوی که آموزش عالی اجزای اساسی توسعهٔ سیاسی، فرهنگی، زیست‌محیطی، اجتماعی، و اقتصادی آن شده است. این دانش پایگی ایجاب می‌کند برای رویارویی با بحران‌های عمیقی که جامعهٔ بشری در شرایط کنونی با آنها مواجه است (در رأس همهٔ آنها بحران ارزش‌ها)، آموزش عالی، به‌طور ریشه‌ای متحول و تجدید بنا گردد و در خدمت نوع انسان قرار گیرد (خورشیدی، ۱۳۸۳). به عبارتی دیگر، با توجه به سرعت و پیشرفت علوم فناوری روز در محیط پر تلاطم، پیچیده و متغیر امروزی لزوم توجه هرچه بیشتر به وضعیت مراکز آموزشی به‌خصوص دانشگاه‌ها بیش از پیش مبرهن و مورد تأکید می‌باشد (ضیایی، ۱۳۸۲). همچنین، تحقیق و پژوهش در جهان امروز برای به ثمر رساندن اهداف کشورها دارای نقش ارزنده‌ای بوده و با اهمیت تلقی می‌گردد. برای تعیین شرایط رشد و توسعهٔ پژوهش در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، نخست باید وضع کنونی پژوهش را در این نهادهای علمی مطالعه کرد. سپس امکانات بالقوه و بالفعل جامعه به‌ویژه دانشگاه‌ها را برای افزایش کمیت و ارتقای کیفیت پژوهش تا حد ممکن شناخت (کاردان، ۱۳۷۶).

امروزه یکی از شاخص‌ترین مقولات مورد بحث درآموزش عالی موضوع آموزش مبتنی بر پژوهش و برداشت‌های مختلف از نحوهٔ اجرای آن است. فائق آمدن بر فاصلهٔ موجود میان حوزه‌های آموزش و پژوهش با رخنه کردن پژوهش در بدنهٔ آموزش عالی و به‌ویژه درحوزهٔ آموزشی امکان‌پذیر است. بدون مأنوس کردن دانشجویان با پژوهش در زندگی و فعالیت‌های روزمرهٔ فراگیری، پرورش استعدادهای خلاق آنها در تولید علم و مشارکت در توسعهٔ کشور ناممکن خواهد بود (انت ویسل[2]، ۲۰۰۲).

1. Luis
2. Entwistle

اگرچه طی سال‌های گذشته تحقیقاتی در رابطه با فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی صورت گرفته است، که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود (دری و طالب نژاد ،۱۳۸۷). بررسی وضعیت عوامل راهبردی دانش‌آفرینی در دانشگاه‌های وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، (حسینی لرگانی و همکاران، ۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در هزارهٔ جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی و (پالیزبان، ۱۳۸۶). در تحقیقی با عنوان بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی فعالیت‌های پژوهشی در دانشگاه‌های غرب کشور، اما در این زمینهٔ خاص که به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در زمینهٔ کارآفرینی (دانش،توانش، نگرش و خلاقیت) در سطح دانشگاه‌ها آن هم به‌صورت مقایسه‌ای و از نظر دانشجویان تحصیلات تکمیلی بپردازد، کمتر پژوهشی صورت گرفته است. لذا، در این پژوهش محقق به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان در حوزهٔ کارآفرینی (دانش، توانش، نگرش و خلاقیت) پرداخته است.

روش‌شناسی

پژوهش از نوع کاربردی بوده و برای اجرای آن از روش توصیفی- پیمایشی استفاده شده است. توصیفی به این دلیل که هدف محقق از انجام این پژوهش، توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا یک موضوع است. پیمایشی از این جهت که به‌منظور مطالعه و تحلیل شرایط موجود در رابطه با نیازها و واقعیت‌های آموزشی، بر دیدگاه‌ها و نظرات افراد گوناگون مبتنی می‌باشد. در این پژوهش، برای اطمینان از این امر که روش جمع‌آوری داده‌ها دارای نقاط ضعف و سوگیری نباشد، از روش‌های کمّی (پرسش‌نامه) و کیفی (مصاحبه) استفاده شده است. حسن این کار این است که یکی را مکمل دیگری می‌سازد، تا سوگیری را خنثی کند و داده‌های دقیق‌تر را فراهم سازد.

جامعهٔ آماری

جامعهٔ آماری این پژوهش شامل دانشجویان کارشناس‌ارشد دانشکده‌های علوم انسانی (رشته‌های: ادبیات فارسی، جغرافی، فلسفه و الهیات)، علوم پایه (رشته‌های: فیزیک، شیمی، ریاضی و زیست) و دانشکدهٔ فنی و مهندسی (رشته‌های برق و عمران) دانشگاه اصفهان می‌باشد.

روش نمونه‌گیری

برای نمونه‌گیری مصاحبه از روش نمونه‌گیری هدفمند یا از روی قصد استفاده شده است. در این روش افرادی را که از لحاظ هدف‌های پژوهش اطلاعات غنی دارند، به‌عنوان نمونهٔ پژوهش، انتخاب می‌شوند (گال، بورگ، گال[1]، ۱۳۸۶). برای نمونه‌گیری پرسش‌نامه از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده شده است، هدف از انتخاب این شیوهٔ

1. Gall, Borg & Gall

نمونه‌گیری، آن است که زیرگروه‌ها به همان نسبتی که در جامعه حضور دارند، در نمونهٔ تحقیق نیز وارد شوند (همان: ۳۸۰).

تعیین حجم نمونه

برای تعیین حجم نمونه در روش پرسش‌نامه، از دو روش استفاده شده است. روش اول با استفاده از جدول مورگان با توجه به اینکه حجم جامعه برابر با ۲۶۳۴ نفر بود، تعداد ۳۳۵ نفر نمونه برآورد گردید. در روش دوم پس از اجرای مقدماتی و محاسبهٔ واریانس جامعه، با استفاده از فرمول حجم نمونهٔ کوکران تعداد ۳۲۴ نفر به‌عنوان نمونهٔ آماری پژوهش برآورد گردید که محققان در کل ۳۳۵ نفر را به‌عنوان نمونه انتخاب نمودند.

$$n = \frac{۱/۹۶ \times ۰/۰۷۶}{۰/۰۳^{۲}} = ۳۲۴$$

n=حجم نمونه: ۳۳۵

$$n = \frac{t\frac{\alpha}{2} \cdot S^2}{d^2}$$

$t\frac{\alpha}{2}$ = سطح اطمینان: ۱/۹۶ ۳۲۴

S^2 = واریانس نمونه: ۰/۰۷۶

d^2= دقت احتمالی مطلوب ۰/۰۳

جدول۱. جامعه و حجم نمونهٔ آماری پژوهش بر اساس دانشکده و جنسیت

دانشکده	جنسیت	جامعه	نمونه
علوم انسانی	مرد	۴۳۵	۵۶
	زن	۵۰۰	۶۳
علوم پایه	مرد	۳۴۳	۴۴
	زن	۶۴۰	۸۰
فنی - مهندسی	مرد	۷۱	۹
	زن	۱۳	۳

روش و ابزار گردآوری داده‌ها

روش‌های گردآوری اطلاعات را به‌طور کلی می‌توان به دو طبقهٔ روش‌های کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی تقسیم نمود. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به پاسخ‌گویی به سؤال‌ها، به‌طور عمده از روش میدانی استفاده شده است و همچنین در تدوین سؤال‌ها، جمع‌آوری پیشینهٔ پژوهش موضوع، از اسناد و مدارک موجود شامل مقالات معتبر فارسی و لاتین، کتاب، مجموعه مقالات و همایش‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها استفاده شده است. در این تحقیق از دو ابزار مصاحبه و پرسش‌نامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است.

- **پایائی[1] پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته**

منظور از پایایی آزمون، خطای اندازه‌گیری در نمره‌های حاصل از آزمون است. این خطای اندازه‌گیری، مستلزم محاسبهٔ ضریب پایایی است که دامنهٔ آن از صفر تا ۱ تغییر می‌کند. عدد ۱ دلالت بر پایایی و عدد صفر ناظر بر فقدان پایایی نمره‌های آزمون می‌باشد (گال و همکاران، ۱۳۸۶). برای تعیین پایایی، روش‌های مختلفی وجود دارد. در این پژوهش برای مشخص نمودن پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ[2] استفاده گردیده است. در این پژوهش، پرسش‌نامهٔ تدوین شده بین ۳۰ نفر از اعضای جامعه توزیع و جمع‌آوری گردید و سپس ضریب آلفای‌کرونباخ پرسش‌نامه، از طریق نرم‌افزار SPSS 16 محاسبه شد و ۰/۹۵ برآورد گردید.

- **روایی[3] مصاحبه و پرسش‌نامه**

برای برآورد روایی پرسش‌نامه و مصاحبهٔ این پژوهش، از روایی محتوایی استفاده شد. روایی محتوایی یک آزمون عمدتاً توسط متخصصان در موضوع مورد بررسی، تعیین می‌شود. لذا، روایی محتوا به قضاوت داوران وابسته است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۴). جهت سنجش روایی سؤال‌های مصاحبه، سؤال‌ها توسط اساتید و دانشجویان دکتری مورد بازنگری و بررسی قرار گرفت و فرم نهایی مصاحبه با ۵ سؤال تهیه شد. جهت سنجش روایی پرسش‌نامه، ابتدا پرسش‌نامهٔ مقدماتی تهیه و تدوین شد و سپس در اختیار اساتید قرار گرفت و در نهایت پس از اصلاح پرسش‌نامه با توجه به نظرات استادان، فرم نهایی پرسش‌نامه در ۸۰ سؤال تدوین و مورد استفاده قرار گرفت.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف) مصاحبه: برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از مصاحبه از روش مقوله‌بندی استفاده شد. مقوله‌بندی عبارت است: از عمل طبقه‌بندی عناصر تشکیل‌دهندهٔ یک مجموعه (محتوای متن مصاحبه) به‌وسیلهٔ تمایز و گروه‌بندی بر اساس شباهت و ملاک‌های از قبل تعیین شده. تک‌تک متن مصاحبه‌های ضبط شده، بر روی کاغذ پیاده و تغییرات جزئی در جمله‌بندی آنها اعمال شد. به این‌صورت که پاسخ هر یک از سؤال‌ها به دقت مطالعه و برای هر موردی که از سوی مصاحبه‌شوندگان مطرح شده، یک مقولهٔ جدید ایجاد گردیده است.

ب)پرسش‌نامه: برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسش‌نامه، از نرم‌افزار آماری spss16 در دو سطح توصیفی و استنباطی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی از آمارهایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد و در سطح آمار استنباطی نظر به‌اینکه استفاده از آزمون پارامتریک مستلزم اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها بوده، ابتدا آزمون کالموگرف- اسمیرنف اجرا و پس از آن برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های t تک متغیره یا تک نمونه‌ای استفاده شد.

---

1. Reliability
2. Cronboach Alpha Cocefficient
3. Validity

یافته‌ها

سؤال اول پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی دانشجویان کارشناسی‌ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ دانش کارآفرینی در چه سطحی است؟ نتایج نشان می‌دهد بیشترین میانگین مربوط به پرسش جهت‌دهی اهداف به سمت حوزه‌های مختلف یادگیری (شناختی، نگرشی و مهارتی) و کم‌ترین میانگین مربوط به پرسش داشتن درس‌های اختیاری جهت تطابق با زمینه‌های کارآفرینانه در دانشجویان می‌باشد. میانگین وزنی ۲/۱۲ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد. باتوجه به داده‌های جدول(۴) مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های آموزشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ دانش کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی‌ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ دانش کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال دوم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ توانش کارآفرینی در چه سطحی است؟ نتایج نشان می‌دهد بیشترین میانگین در دانشگاه اصفهان مربوط به پرسش ایجاد تمایل در استادان برای به‌روز کردن دانش خود و کم‌ترین میانگین مربوط به پرسش توانمندسازی دانشجویان به مهارت‌های کارآفرینانه جهت ورود به بازار کار است. میانگین وزنی ۲/۱۱ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد. با توجه به داده‌های جدول (۴) مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های آموزشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ توانش کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ توانش کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال سوم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ نگرش کارآفرینی در چه سطحی است؟ نتایج نشان می‌دهد بیشترین میانگین در مربوط به پرسش دادن دیدگاه به دانشجویان جهت انتخاب کارآفرینی به‌عنوان یک فلسفهٔ زندگی و کمترین میانگین مربوط به پرسش ایجاد تمایل و انگیزه در دانشجویان برای تبدیل ایده‌های ناب به طرح‌های عملیاتی کسب و کار است. میانگین وزنی ۲/۰۴ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر از حد متوسط است. باتوجه به داده‌های جدول (۴) مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های

پیش‌روی فعالیت‌های آموزشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ نگرش کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ نگرش کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال چهارم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی دانشجویان کارشناسی‌ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی در چه سطحی است؟ نتایج نشان می‌دهد بیشترین میانگین در دانشگاه اصفهان مربوط به پرسش به‌کارگیری راهبردهای آموزشی مناسب جهت تقویت خلاقیت در دانشجویان و کمترین میانگین مربوط به پرسش جلوگیری از پدیدهٔ فرار مغزها، بهره گرفتن از ایده‌های دانشجویان نخبه در داخل کشور است. میانگین وزنی ۱/۹۹ از ۵ در دانشگاه اصفهان نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر ازحد متوسط می‌باشد. باتوجه به داده‌های جدول(۴) مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های آموزشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال پنجم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای پژوهشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ دانش کارآفرینی در چه سطحی است؟ نتایج نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در دانشگاه اصفهان مربوط به پرسش فراهم‌سازی امکانات اینترنتی کافی برای بهره‌گیری از دانش روز دنیا و کم‌ترین میانگین مربوط به پرسش آشناسازی دانشجویان با انتقال دانش و دستاوردهای تحقیقاتی مرتبط با کارآفرینی از خارج به داخل کشور است. میانگین وزنی۲/۲۴ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر ازحد متوسط می‌باشد. باتوجه به داده‌های جدول(۴) مقدار t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های پژوهشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی ومهندسی در حوزهٔ دانش کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ دانش کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال ششم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای پژوهشی دانشجویان کارشناسی‌ارشد دانشکده‌های انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ توانش کارآفرینی در چه سطحی می‌باشد؟

داده‌های جدول (۴) نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به پرسش توانمندسازی دانشجویان برای استفاده از منابع اطلاع‌رسانی، ابزارها و امکانات مورد نیاز پژوهش و کم‌ترین میانگین مربوط به پرسش ایجاد ارتباط و پیوند توانمند با شبکهٔ ملی و جهانی کارآفرینی جهت بهره‌برداری از ظرفیت‌های ملی- جهانی است. میانگین وزنی ۲/۱۵ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر ازحد متوسط می‌باشد.

باتوجه به داده‌های جدول (۴) مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های پژوهشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ توانش کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ توانش کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال هفتم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای پژوهشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ نگرش کارآفرینی در چه سطحی می‌باشد؟ داده‌های جدول (۴) نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در مربوط به پرسش ایجاد تمایل و تحرک در دانشجویان جهت حرکت به سمت تحقیق و پژوهش و کم‌ترین میانگین مربوط به پرسش ایجاد تمایل در دانشجویان برای انجام پروژه‌های مربوط به کسب وکار است. میانگین وزنی ۲/۰۷ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد. مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های پژوهشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ نگرش کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر، دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ نگرش کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

سؤال هشتم پژوهش

فرصت‌ها و تهدیدهای پژوهشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی در چه سطحی است؟ داده‌های جدول (۴) نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به پرسش ایجاد جو چالش‌برانگیز در فرآیند یاددهی و یادگیری و مشارکت فعال دانشجویان و کم‌ترین میانگین مربوط به پرسش طراحی طرح‌های بلندمدت برای پرورش تفکر خلاق در دانشجویان است. میانگین وزنی۲/۰۹ از ۵ نشان می‌دهد پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های کارآفرینی پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد. با توجه به داده‌های جدول (۴) مقدار t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر می باشد، یعنی پاسخگویان معتقدند، فرصت‌های پیش‌روی فعالیت‌های پژوهشی دانشجویان ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی پایین‌تر از میانگین فرضی ۳ می‌باشد. به عبارت دیگر،

دانشجویان کارشناسی ارشد این دانشکده‌ها در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی با نوعی تهدید مواجه هستند.

جدول۴. نتایج آزمون‌های t تک متغیره، مقایسهٔ میانگین با میانگین فرضی(u=۳)

سؤال	میانگین	انحراف معیار	t	df
سؤال اول	۲/۱۲	.۷۴۰	-۱۸/۹۸۶	۲۵۴
سؤال دوم	۲/۱۱	۰/۷۱۳	-۱۹/۹۶۴	
سؤال سوم	۲/۰۴	۰/۷۵۵	-۲۰/۳۲۱	
سؤال چهارم	۱/۹۹	۰/۷۹۴	-۲۰/۲۷۰	
سؤال پنجم	۲/۲۴	۰/۷۶۰	-۱۵/۹۱۱	
سؤال ششم	۲/۰۱	۰/۷۵۷	-۲۰/۸۲۴	
سؤال هفتم	۲/۱۵	۰/۷۹۷	-۱۶/۹۵۴	
سؤال هشتم	۲/۰۷	۰/۷۸۱	-۱۹/۰۳۲	

تجزیه وتحلیل یافته‌های حاصل از مصاحبه

در این بخش پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان در رابطه با مؤلفه‌های اساسی پژوهش یعنی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی- مهندسی دانشگاه اصفهان در حوزه‌های دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

- **سؤال اول مصاحبه:** تعیین فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه، علوم انسانی و فنی- مهندسی اصفهان در حوزهٔ دانش کارآفرینی.

جدول۵. فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ دانش کارآفرینی از نظر مصاحبه‌شوندگان

مؤلفه	پاسخ ها	فراوانی	درصد فراوانی
فرصت‌های و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ دانش کارآفرینی	مهم‌ترین تهدید ساختار نظام آموزشی کشور است که بیشترآموزش محور بوده تا پژوهش‌محور	۲۰	٪۶۶
	تهدید، کمبود واحدهای عملی رشته‌ها و امکانات مربوط به انجام کارهای عملی در دانشگاه‌ها	۱۸	٪۶۰
	تهدید، کمبود استادهای متخصص و با دانش کافی در زمینهٔ کارآفرینی	۱۶	٪۵۳
	فرصت امکانات اینترنتی و خریداری سایت‌های معتبر جهت استفادهٔ دانشجویان توسط دانشگاه	۱۵	٪۵۰

براساس یافته‌های جدول (۵)، مهم‌ترین تهدید از نظر مصاحبه‌شوندگان مربوط به ساختار نظام آموزشی است که تاکنون بیشتر آموزش‌محور بوده و به پژوهش کمتر توجه شده است

(فراوانی۶۶،۲۰٪) و همچنین مهم‌ترین فرصت، امکانات اینترنتی و خریداری سایت‌های معتبر جهت استفادهٔ دانشجویان توسط دانشگاه (فراوانی ۱۵، ۵۰٪) می‌باشد.

سؤال دوم

تعیین فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه، علوم انسانی و فنی- مهندسی در حوزهٔ توانش کارآفرینی.

جدول ۶. فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ توانش کارآفرینی از نظر مصاحبه‌شوندگان

مؤلفه	پاسخ‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ توانش کارآفرینی	تهدید ناتوانی دانشگاه‌ها در توانمند کردن دانشجویان جهت ورود به بازار کار و عدم وابستگی دانشگاه و صنعت	۲۲	٪۷۳
	تهدید عدم برگزاری اردو به صورت بازدید از مراکزکارآفرینی و شرکت‌های کوچکی که توسط افراد کارآفرین ایجادشده	۱۴	٪۴۶
	فرصت برگزاری کارگاه‌های آموزشی و ایجاد مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها و خارج از آن جهت توانمند کردن دانشجویان.	۲۰	٪۶۶

براساس یافته‌های جدول (۶) مهم‌ترین تهدید ناتوانی دانشگاه‌ها در توانمندکردن دانشجویان جهت ورود به بازار کار و عدم وابستگی دانشگاه و صنعت (فراوانی۲۲،۷۷٪) و همچنین مهم‌ترین فرصت برگزاری کارگاه‌های آموزشی و ایجاد مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها و خارج از آن جهت توانمند کردن دانشجویان (فراوانی ۲۰، ۶۶٪) می‌باشد.

سؤال سوم

تعیین فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه، علوم انسانی و فنی- مهندسی در حوزهٔ نگرش کارآفرینی.

جدول۷. فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ نگرش کارآفرینی از نظر مصاحبه‌شوندگان

مؤلفه	پاسخ‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
فرصت‌های وتهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ نگرش کارآفرینی	تهدید توجه ناکافی به نقش کارآفرینی در کاهش بیکاری و توسعهٔ کشور	۱۸	٪۶۰
	تهدید اعتقاد برخی دانشجویان و جامعه به اینکه دولت باید برای جوانان ایجاد اشتغال نماید	۱۵	٪۵۰
	فرصت ایجاد تمایل در دانشجویان برای خوداشتغالی و ایجادکسب و کار و شرکت‌های کوچک	۱۲	٪۴۰

براساس یافته‌های جدول (۷)، مهم‌ترین تهدید توجه ناکافی به نقش کارآفرینی در کاهش بیکاری و توسعهٔ کشور (فراوانی۱۸،۶۰٪) و همچنین مهم‌ترین فرصت، ایجاد تمایل در دانشجویان برای خوداشتغالی و ایجادکسب و کار و شرکت‌های کوچک (فراوانی ۱۲، ۴۰٪) می‌باشد.

سؤال چهارم

تعیین فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه، علوم انسانی و فنی- مهندسی در حوهٔ خلاقیت کارآفرینی.

جدول۸. فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی از نظر مصاحبه‌شوندگان

مؤلفه	پاسخ‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی	تهدید عدم توجه به ایده‌های جدید و ناب دانشجویان و همچنین شیوه‌های تدریس نامطلوب که خلاقیت را از دانشجویان سلب می‌کند.	۲۰	٪۶۶
	تهدید استفاده از شیوه‌های نامناسب تدریس و ارزشیابی که مانعی است برای باروری خلاقیت دانشجویان	۱۷	٪۵۶
	فرصت حمایت از دانشجویان نخبه و خلاق کشور	۸	٪۲۶

براساس یافته‌های جدول (۸)، مهم‌ترین تهدید عدم توجه به ایده‌های جدید و ناب دانشجویان و همچنین شیوه‌های تدریس نامطلوب که خلاقیت را از دانشجویان سلب می‌کند. (فراوانی۲۰،۶۶٪) و همچنین مهم‌ترین فرصت، حمایت از دانشجویان نخبه و خلاق کشور (فراوانی ۸، ۲۶٪) می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی ارشد در حوزهٔ کارآفرینی بود. به لحاظ ماهیت و اهداف این پژوهش در زمرهٔ پژوهش‌های توصیفی پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعهٔ آماری پژوهش شامل دانشجویان کارشناسی ارشد سه دانشکدهٔ علوم انسانی، علوم پایه و فنی مهندسی دانشگاه اصفهان می‌باشد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده شده است. ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات، پرسش‌نامهٔ محقق‌ساختهٔ۸۰ گویه‌ای بستهٔ پاسخ می‌باشد؛ اعتبار پرسش‌نامه براساس آلفای کرونباخ در سطح ۹۸ درصد برآورد گردید که نشان از اعتبار ابزار اندازه‌گیری دارد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در سطح آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. در سطح توصیفی برای مشخص کردن توزیع فراوانی و درصد نمرات پاسخ‌گویان از میانگین، انحراف معیار و درصد استفاده شده است. در سطح آمار استنباطی از آزمون t تک‌متغیره، برای بررسی سؤال اصلی پژوهش و همچنین پرسش‌های

هشت سؤال ویژه، جهت مقایسهٔ میانگین نمونه با میانگین فرضی و از آزمون t مستقل استفاده شد.

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ دانش کارآفرینی

براساس یافته‌های تحقیق دانشجویان بر این باور بودند که امروزه بیشتر درس‌های دانشگاهی به‌ویژه در رشته‌های علوم انسانی به‌شیوهٔ نظری ارائه می‌شود؛ از این‌رو، اغلب دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها با نیازهای بازار کار هماهنگی و همخوانی ندارند و تخصص‌ها و مهارت‌ها هم سو با نیازهای بازار کار شکل نمی‌گیرد. پیشنهاد کاربردی اول این پژوهش تدوین و طراحی برنامهٔ درسی کاربردی متناسب با نیازهای جامعه و دانشجویان می‌باشد. این کار را می‌توان از راه بازبینی مستمر برنامه‌های درسی در سطح گروه و دانشکده و دانشگاه انجام داد. بر اساس یافته‌های تحقیق دانشجویان بر این باور بودند که باید تحقیقات و پژوهش‌های دانشگاهی سمت و سوی کاآفرینی داشته و پژوهش‌های بین رشته‌ای مورد توجه قرار گیرد، زیرا این نوع پژوهش‌ها عامل مهمی در تولید دانش می‌باشد. پیشنهاد کاربردی دوم این پژوهش تشویق و حمایت از دانشجویان جهت انجام فعالیت‌های پژوهشی در حیطهٔ کارآفرینی می‌باشد. این کار را می‌توان از طریق سمت و سو دادن دانشجویان برای انتخاب و انجام پایان‌نامه‌هایی با موضوع کارآفرینی انجام داد. بر اساس یافته‌های تحقیق، دانشجویان بر این باور بودند که استادان باید قابلیت‌های لازم در زمینهٔ کارآفرینی دارا باشند تا بتوانند با ایده‌های خود فرصت‌هایی را در زمینهٔ دانش کارآفرینی برای دانشجویان مهیا سازند، پیشنهاد کاربردی سوم پژوهش بازآموزی و یا آموزش ضمن خدمت استادان در جهت موضوعات کارآفرینی می‌باشد. براساس یافته‌های تحقیق، دانشجویان بر این باور بودند که باید درس‌ها و یا دوره‌های آموزش کارآفرینی در مقطع‌های تحصیلی مختلف ایجاد گردد، پیشنهاد کاربردی چهارم این پژوهش ایجاد رشته‌هایی مانند کارآفرینی سازمانی، اقتصاد کارآفرینی، توسعه و آزمایش مفهوم کارآفرینی، بازاریابی، مدیریت تولید و توسعه و تأسیس شرکت‌های جدید می‌باشد.

فرصت‌ها و تهدیدها آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ توانش کارآفرینی

براساس یافته‌های تحقیق، دانشجویان بر این باور بودند که در زمینهٔ کارآفرینی آموزش مناسب ارائه نمی‌شود. پیشنهاد می‌شود که دانشگاه‌ها اقدام به برگزای کارگاه‌های آموزشی، همایش‌ها و سمینارهای تخصصی کارآفرینی کنند، این امر به دانشجویان کمک می‌نماید تا مهارت‌ها و توانایی‌های کارآفرینانهٔ خود را افزایش دهند. بازار کار هماهنگ با تحولات علوم و تکنولوژی در حال دگرگونی است، از این‌رو، بازار کار به برخی تخصص‌های تازه نیازمند است که لزوماً دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در دوران تحصیل فرا نمی‌گیرند، پیشنهاد می‌شود مهارت‌ها و تخصص‌هایی متناسب با نیازهای بازار کار به دانشجویان عرضه شود. این کار را می‌توان از راه انتخاب محتوای برنامهٔ درسی جدید و به‌روز انجام داد. براساس یافته‌های تحقیق، آموزش در دانشگاه‌ها کاربردی نیست. پیشنهاد می‌شود شرایطی فراهم شود که دانشجویان در آن بتوانند به فعالیت‌ها و کارهای عملی بپردازند. زیرا از این طریق بهتر

می‌توانند مهارت‌های کارآفرینی را کسب کرده و آن را تقویت نمایند. این کار را می‌توان از راه تقویت واحدهای عملی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها انجام داد.

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ نگرش کارآفرینی

بر اساس یافته‌های تحقیق دانشجویان بر این باور بودند اغلب افراد از کارآفرینی و مزایای آن بی‌خبرند و بیشتر کارآفرینی را اشتغال‌یابی فرض می‌کنند. در حالی که اشتغال‌یابی یک جزئی از کارآفرینی است، کارآفرینی باعث افزایش کیفیت زندگی شده و منجر به توزیع عادلانهٔ درآمد و... نیز می‌گردد. پیشنهاد می‌شود فرهنگ کارآفرینی در جامعه، به‌ویژه در بین دانشجویان ترویج داده شود. این کار را می‌توان از طریق دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزش عالی و رسانه‌های جمعی انجام داد. اغلب دانشجویان با شرکت‌های کارآفرین ناآشنا هستند. پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها دانشجویان را با شرکت‌های کارآفرین و همچنین مدیران موفق در زمینهٔ کارآفرینی آشنا سازند تا باعث تحریک انگیزه و روحیهٔ کارآفرینی در آنان شود. بر اساس یافته‌های تحقیق نظام آموزش عالی ایران به جای اینکه کارآفرین باشد، عملاً کارجو پرور است و از آنجا که نظام آموزشی ایران مبتنی بر یادگیری نیست، افراد کارآفرین در آن کمتر پرورش پیدا می‌کنند. پیشنهاد می‌شود دانشگاه انتظارات دانشجویان را به سمتی هدایت کند که خود به دنبال کارآفرینی باشند.

فرصت‌ها و تهدیدهای آموزشی و پژوهشی در حوزهٔ خلاقیت کارآفرینی

بر اساس یافته‌های تحقیق دانشجویان بر این باور بودند که آموزش‌های دانشگاهی متناسب با علائق آنها نمی‌باشد. پیشنهاد می‌شود نیازسنجی آموزشی با توجه به نیاز مقطع‌های تحصیلی و رشته‌های تحصیلی، تدوین اهداف آموزشی، تعیین استانداردها و معیارها، انتخاب محتوا و سازماندهی، تعیین روش‌های آموزشی مناسب با علائق دانشجویان انجام گیرد، زیرا این موارد از جمله عوامل باروری خلاقیت آنها می‌باشد. دانشجویان بر این باور بودند که در زمینهٔ خلاقیت، آموزشی صورت نمی‌گیرد. پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها دانشجویان را در فعالیت‌های گروهی و پروژه‌ها درگیر کرده و آنها را در شرایط حل مسأله قرار دهند. زیرا، این امر از یکی مهم‌ترین راه‌های پرورش خلاقیت است. بر اساس یافته‌های تحقیق از ایده‌ها و نظرات آنها استقبال کمتری می‌شود. پیشنهاد می‌شود از ایده‌های ناب دانشجویان حمایت کرده و به آنها در جهت تبدیل ایده‌های ناب به طرح‌های عملیاتی کسب و کار یاری رساند. این کار می‌تواند از طریق سازمان‌هایی به نام انکوباتورها صورت گیرد که باید در داخل دانشگاه‌ها تأسیس شوند.

منابع

راعی فرد، م.(۱۳۸۵). توسعهٔ پایدار محصول تفکرخلاق قرن بیست و یکم.
آهوان منش، ع؛ خاتون آبادی، ا و فتاحیان، ا.(۱۳۸۱). چالش‌های آموزش عالی در ایران هزارهٔ سوم میلادی، مجموعه مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی. تهران؛ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، جلد دوم، چاپ اول.

خورشیدی، غ.(۱۳۸۳). درآمدی بر اقتصاد آموزش عالی، تهران، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
ضیایی، م.(۱۳۸۲). ضرورت بازنگری و طراحی مجدد ساختارسازمانی مؤسسات پژوهشی، مجلهٔ فرهنگ مدیریت. سال اول شمارهٔ چهارم.
کاردان، ع.(۱۳۷۶). شرایط رشد و توسعهٔ پژوهش دردانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی. مجموعه مقالات نخستین سمینارآموزش عالی درایران، تهران؛ انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
دری، ب و طالب‌نژاد، ا.(۱۳۸۷). بررسی وضعیت عوامل راهبردی دانش آفرینی در دانشگاه‌های وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، فصل‌نامهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی درآموزش عالی، شمارهٔ ۴۹.
پالیزبان، ف. (۱۳۸۶). بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی فعالیت‌های پژوهشی در دانشگاه‌های غرب ایران. پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه اصفهان؛ دانشکدهٔ روان‌شناسی و علوم تربیتی.
حسینی، لرگانی، م و رضایی، س. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در هزارهٔ جدید، زیر ساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی. فصل‌نامهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شمارهٔ ۵۰.
گال، مردیت؛ بورگ، والتر، و گال، جویس. (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق کمّی و کیفی در علوم‌تربیتی و روان‌شناسی، ترجمهٔ احمد رضا نصر و همکاران، تهران: انتشارات سمت.

Luis, M. Martines, . R, peter, R. w. Gerrtsen, ramon cuevas, & jesusrosccles, A.(2000). In corpro rating principles of sustainable development in research and education in western mxico. The Jurnal of cleaner production.
Galloway, L. & Brawon, W.(2003). Entrepreneurship education at university: A Driver in the creation of growth firms? Education g traning, 44. 398-406.
Entwistle, N.(2002). Research-based University Teaching Psychology of education review, 26, 2.
http:/www. Qudsdily.com/ archive/ 1385/ htm1/ b85-02-09/ peage5. Htm1.

بررسی مقایسه‌ای روحیهٔ کارآفرینی دختران و پسران مطالعهٔ موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران

فرزانه محمدی[1]
فرخنده رستمی[2]

چکیده

هدف: عصر جدید، عرصهٔ رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست، نقش کارآفرینی در این رشد اقتصادی – اجتماعی و اشتغال‌زایی انکارناپذیر است. کسب و کارهای جدید و در حال ظهور بسیاری از فعالیت‌های نوآورانه را تولید می‌کنند که شیوه‌های زندگی ما را تغییر می‌دهند. هدف از این مقاله مقایسهٔ روحیهٔ کارآفرینی دختران و پسران بوده است. روش: پژوهش حاضر یک مطالعهٔ مقطعی – تحلیلی می‌باشد. تعداد ۳۵۵(۱۸۰ دختر و ۱۵۵ پسر) دانشجوی دانشگاه مازندران که به روش نمونه‌گیری تصادفی – طبقه‌ای انتخاب شدند، مورد بررسی قرار گرفت. داده‌ها با استفاده از روش تی تست و همبستگی پیرسون تحلیل شدند. یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد بین روحیهٔ کارآفرینان دختران و پسران تفاوت معنی‌داری به‌دست نیامده است. در شاخص‌های استقلال‌طلبی، کنترل درونی و خوش‌بینی تفاوت معنی‌داری بین دختران و پسران به‌دست آمده است. میزان استقلال‌طلبی پسران بیشتر از دختران بوده و میزان کنترل درونی و خوش‌بینی دختران بیشتر از پسران بوده است. میزان خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزهٔ پیشرفت دختران و پسران متوسط بوده است. بین سن مردان و روحیهٔ کارآفرینی آنها رابطهٔ معنی‌دار و مثبتی در سطح ($P<0/05$) به‌دست آمده است. اما بین سن دختران و روحیهٔ کارآفرینی آنها رابطهٔ معنی‌داری به‌دست نیامده است. نتیجه‌گیری: تقویت مرکز کنترل درونی پسران از طریق پرورش روحیهٔ نسبت‌دادن شکست‌ها و موفقیت‌ها به خودشان و تقویت نیروی خوش‌بینی و آینده‌نگری آنها و افزایش نیاز به استقلال در بین دانشجویان دختر با اعطای آزادی عمل به آنها ضروری به نظر می‌رسد.

واژگان کلیدی: روحیهٔ کارآفرینی، دختران، پسران.

۱.کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، مدرس دانشگاه پیام نور مرکز نورآباد ممسنی،
Email:fmohammadi86@yahoo.com
۲.کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، مدرس دانشگاه پیام‌نور مرکز نورآباد ممسنی،
Email:bbakhteyari@googlemail.com

مقدمه

عصر جدید، عرصهٔ رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست، کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه‌اند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را سرلوحهٔ کار خود قرار داده‌اند و در پرتو وجود افراد تحصیل‌کرده و متخصص، چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت درآورده‌اند و به ابداعات و نوآوری‌هایی دست یافته‌اند.

کارآفرینی پدیدهٔ فنی- اقتصادی جدیدی است که در دو دههٔ اخیر جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگفت خود متحول ساخته است. در حال حاضر اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها، و سوءمدیریت‌هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیر نفتی و بیماری‌هایی از این قبیل شده است (دهقانپور، ۱۳۸۱).

کارآفرینی فرایند پیچیده‌ای است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در آن تأثیرگذار است (غلامی و محمدی، ۱۳۸۴). گرچه ویژگی‌هایی مثل خلاقیت، قدرت تحمل ابهام، مخاطره‌پذیری، کنترل‌درونی و استقلال‌طلبی سهم مهمی در عملکرد افراد داشته ولی آن‌گونه نیست که هرکس دارای این ویژگی‌ها باشد حتماً یک کارآفرین است، بلکه ممکن است او دارای روحیهٔ کارآفرینی باشد یعنی یک کارآفرین بالقوه باشد (عزیزی، ۱۳۸۲). در هر جامعه‌ای کارآفرینان بالقوه وجود دارند ولی باید تلاش کرد که توانایی‌های آنها بیشتر شود و بتوانند ابراز وجود کنند. کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال موجب بالارفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود (به نقل از سالازار،۱۳۸۳).

از نظر اقتصادانان، کارآفرین کسی است که منابع، نیروی کار، مواد و سایر دارایی‌ها را با هم ترکیب می‌کند تا ارزش آنها را نسبت به قبل بیشتر نماید (هیستریچ[1]،۱۹۹۸). برای مثال پیروان مکتب سودگران، بازرگانان را کارآفرین می‌دانستند و ارزش و ثروت را در اندوختن طلا و نقره تلقی می‌کردند، طبیعیون منشأ ایجاد ثروت را زمین و کشاورزان را کارآفرین می‌دانستند.

نظریه‌های اجتماعی در مورد کارآفرینی به ابعاد مختلفی از ویژگی‌های کارآفرینان توجه داشته‌اند و عمدتاً به شناسایی الگوهای رفتاری پرداخته‌اند. آنان با استفاده از رویکردهای رفتاری، کارآفرینی را همچون فرایندی معرفی نمودند که سرانجام به ایجاد شرکت‌های جدید می‌انجامد، از جمله مهم‌ترین عوامل مورد بررسی در رویکرد رفتاری می‌توان به سوابق و تجربیات فردی و همچنین تأثیر محیط و فرهنگ در اقدام افراد به کارآفرینی اشاره کرد (آمیت، ۱۹۹۳ به نقل از گلرد، ۱۳۸۴). رابرت لمب معتقد است که نقش کارآفرین به‌عنوان یک تصمیم‌گیرنده است و کارآفرینی در واقع یک نوع تصمیم اجتماعی است که توسط نوآوران انجام می‌شود و نقش عمدهٔ کارآفرین را اجرای فرایند گستردهٔ ایجاد جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و یا دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی می‌دانست، از دیدگاه بسیاری از محققان، کارآفرینی موتور تغییرات اجتماعی است که باعث ایجاد شغل، استفادهٔ

1. Hisrich

اثر بخش از منابع و تجدید حیات ملی می‌شود، در این دیدگاه کارآفرینی به عنوان فرایندی مطرح می‌شود که در آن فرد کلیهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه را برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل می‌کند (کلانتری و دیگران،۱۳۸۳).

مکتب کارآفرینی سازمانی عموماً فرض می‌کند که نوآوری در سازمان موجود می‌تواند به‌وسیلهٔ تشویق افراد به کارآفرینی در واحدهای نیمه‌مستقل حاصل شود. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائهٔ نوآوری در محصول و فرایندها می‌انجامد. با وجود این، کارآفرین سازمانی نمی‌تواند خودمختاری و مخاطره‌جویی که جزو خصوصیات ذاتی کارآفرین مستقل است را داشته باشد، زیرا کارآفرین سازمانی در درون یک سازمان بزرگ قرار دارد و همهٔ مخاطرات مالی به عهدهٔ سازمانی است که وی برای آن کار می‌کند (عابدی، ۱۳۸۱).

از دیدگاه پیتردراکر[1] کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایهٔ خود شروع می‌کند دراکر کارآفرینی را منظری برای تغییر می‌داند و تمایل به تغییر را یک فرصت می‌داند، نه یک تهدید و برای ایجاد فضای کارآفرینانه، سیاست‌ها و روش‌های خاصی را پیشنهاد می‌کند (کردنائیج و دیگران، ۱۳۸۴).

مقایسهٔ ویژگی‌های کارآفرینان زن با کارآفرینان مرد

کارآفرینان زن در انگیزهٔ شروع فعالیت، نوع مهارت‌ها و توانایی‌هایی که دارند و زمینه‌های شغلی با کارآفرینان مرد متفاوت هستند، همچنین عامل‌هایی که در فرایند شکل‌گیری و ایجاد کسب و کار مؤثر هستند، برای کارآفرینان زن به‌خصوص در زمینهٔ سیستم حمایتی، منابع اعتبارات، سرمایه و سایر مسائل متفاوت از کارآفرینان مرد است. تفاوت‌های عمده بین مشخصات و ویژگی‌های زنان و مردان کارآفرین در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول۱. مقایسهٔ ویژگی‌های کارآفرینان مرد و زن

ویژگی‌ها	کارآفرینان مرد	کارآفرینان زن
انگیزش	-احساس موفقیت: از طریق تلاش برای کنترل سرنوشت خویش به‌دست می‌آید. - نیاز به مستقل بودن: تصوری که از توانایی خودشان دارند باعث می‌شود موقعیتی که در شغل کنونی دارند غیر مهم تلقی کنند. - رضایت شغلی: از طریق تمایل به کنترل امور و وقایع به‌دست می‌آید.	- احساس موفقیت: از طریق رسیدن به اهداف به‌دست می‌آید. - نیاز به مستقل بودن: سعی می‌کنند از عهدهٔ امور مربوط به خودشان به تنهایی برآیند.
نقطهٔ آغاز فعالیت کسب و کار	نارضایتی از شغل کنونی- - اتمام تحصیلات یا اخراج از دانشگاه - پایان فعالیت در شغل کنونی -	ناکامی از شغل کنونی- - شناسایی فرصت به‌دست آمده و علاقه به استفاده از آن در زمینهٔ مورد نظر -

1. Peter drucker

ویژگی‌ها	کارآفرینان مرد	کارآفرینان زن
	احساس داشتن توانایی بیشتر از انجام کارهای مرتبط به شغل کنونی - اخراج یا برکناری موقت از کار - شناسایی یک فرصت جدید	تغییرات به‌وجود آمده در موقعیت‌ها و شرایط موجود به خود
منابع تعیین سرمایه	پس‌انداز و دارایی‌های شخصی- أخذ وام از بانک- اشخاص سرمایه‌گذار- قرض از دوستان و خانواده	- پس‌انداز و دارایی‌های شخصی - استقراض از افراد دیگر
توانایی‌های شغلی	داشتن تجربهٔ کافی در شغل مورد نظر- شایستگی و کفایت در انجام انواع کارکردها و وظایف- به‌دست آوردن موفقیت در سطوح بالای شغلی	- داشتن تجربه در زمینهٔ کسب و کار - داشتن سابقهٔ مدیریت میانی در کسب کار مورد نظر - داشتن تجربه در زمینه‌های مرتبط با فعالیت‌های خدماتی
ویژگی‌های شخصیتی	خودرأی و مؤثر- هدف‌مدار و با اعتماد به‌نفس بالا- نوآور و آرمان‌گرا- - علاقمند و با انرژی در انجام کار - رئیس و آقای خود بودن	انعطاف‌پذیر و با تحمل-هدف‌مدار و با اعتماد به نفس متوسط -علاقمند و با انرژی -دارای توانایی‌های لازم برای سر و کله زدن در محیط اجتماعی و اقتصادی-
سن شروع	معمولاً بین سنین ۲۵ تا ۳۵ فعالیت جدید را آغاز می‌کنند.	معمولاً ۳۵تا ۴۰ فعالیت جدید را آغاز می‌کنند.
گروه‌هایی که از حمایت آنها بهرمند می‌شوند	دوستان- افراد خبره و آگاه (وکلا و حسابداران) -مؤسسات تجاری - همسر-	دوستان نزدیک –همسر -سایر اعضای خانواده گروه‌های حرفه‌ای زنان - مؤسسات بازرگانی
نوع فعالیت و کسب وکار	تولیداتی یا سازندگی	خدماتی مانند خدمات آموزشی، مشاوره‌ای و روابط عمومی

منبع: (هیسریچ و پیترس[1]،۱۹۸۴)

روش‌شناسی

روش پژوهش

الف) جامعهٔ آماری و نمونهٔ پژوهش و روش نمونه‌گیری

جامعهٔ آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه آزاد مرودشت بوده (۱۴۰۰۰دانشجو) که از میان آنها ۳۰۰ دانشجو به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. پاسخ‌گویان شامل ۱۴۴ دانشجوی پسر و ۱۵۶ دانشجوی دختر می‌باشد. داده‌ها با استفاده از آزمون T.Testو همبستگی پیرسون تحلیل شدند.

1. Hisrich& peters

ب) ابزار اندازه‌گیری

برای سنجش روحیهٔ کارآفرینی از پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته استفاده شده است که پایایی آن ۰/۷۸ بوده است.

یافته‌ها

یافته‌ها نشان داد که میانگین سنی دانشجویان دختر۲۱,۸۳ و میانگین سنی دانشجویان پسر ۲۲,۵۸ بوده، ۸۷,۸ درصد دختران مجرد و ۱۱,۷درصد متأهل، ۹۳,۵درصد پسران مجرد و ۵,۸ متأهل بوده است.

نتایج حاصل از آزمون تی تست نشان داد بین روحیهٔ کارآفرینان دختران و پسران تفاوت معنی‌داری به‌دست نیامده است. در شاخص‌های استقلال‌طلبی، کنترل‌درونی و خوش‌بینی تفاوت معنی‌داری بین دختران و پسران به‌دست آمده است. میزان استقلال‌طلبی پسران بیشتر از دختران بوده و میزان کنترل درونی و خوش‌بینی دختران بیشتر از پسران بوده است. میزان خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزهٔ پیشرفت دختران و پسران متوسط بوده است.

جدول ۲. میانگین و انحراف‌معیار نمرهٔ دختران و پسران در روحیهٔ کارآفرینه و حیطه‌های آن و تفاوت آنها براساس آزمون t

جنسیت	دختران		پسران		T.TEST	
حیطهٔ رفتارهای پرخطر	M	SD	M	SD	t	sig
استقلال‌طلبی	6.61	1.48	7.01	1.51	-2.476	.014
کنترل درونی	12.53	1.77	11.85	2.14	3.102	0/002
خوش‌بینی	6.66	1.62	6.11	1.97	2.729	0/007
خلاقیت	11.26	1.88	11.38	2.21	-.506	0/613
ریسک‌پذیری	10.66	1.55	10.66	2.30	-.018	0/985
انگیزهٔ پیشرفت	7.61	1.43	7.81	1.51	-1.272	0/204
روحیهٔ کارآفرینی	3.86	.692	3.82	.85	0/434	0/665

نتایج همبستگی پیرسون نشان داد بین سن مردان و روحیهٔ کارآفرینی آنها رابطهٔ معنی‌دار و مثبتی در سطح ($P<0/05$) به‌دست آمده است. اما بین سن دختران و روحیهٔ کارآفرینی آنها رابطهٔ معنی‌داری به‌دست نیامده است.

جدول ۳. نتایج ضریب همبستگی برای رابطهٔ بین سن و روحیهٔ کارآفرینی برحسب جنسیت

مقادیر	شاخص	متغیر
سن و روحیهٔ کارآفرینی پسران	همبستگی	-.212
	سطح معناداری	.013
سن و روحیهٔ کارآفرینی دختران	همبستگی	.047
	سطح معناداری	0/565

نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه، بررسی مقایسه‌ای روحیهٔ کارآفرینی دختران و پسران دانشجویان دانشگاه مازندران بوده است. ۳۰۰ (۱۴۴ دانشجوی پسر و ۱۵۶ دانشجوی دختر) دانشجو به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند.

بین روحیهٔ کارآفرینان دختران و پسران تفاوت معنی‌داری به‌دست نیامده است. در شاخص‌های استقلال‌طلبی، کنترل درونی و خوش‌بینی تفاوت معنی‌داری بین دختران و پسران به‌دست آمده است. میزان استقلال‌طلبی پسران بیشتر از دختران بوده و میزان کنترل درونی و خوش‌بینی دختران بیشتر از پسران بوده است. میزان خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزهٔ پیشرفت دختران و پسران متوسط بوده است. از لحاظ انگیزش، کارآفرینان مرد گرایش دارند که بر سرنوشت خویش و مسائلی که برایشان رخ می‌دهد کنترل داشته باشند، این مسئله معمولاً از عدم توافق با ما فوق یا احساس اینکه می‌توانند بسیاری از امور را بهتر از مدیرشان انجام دهند ناشی می‌شود، در مقابل کارآفرینان زن از لحاظ انگیزشی نیاز به موفقیت بیشتری دارند که این امر از ناکامی که در شغل قبلی داشته‌اند ناشی می‌شود چون در آن شغل فرصت انجام کار و پیشرفت در آن برایشان فراهم نبود. نقطهٔ آغاز فعالیت برای کارآفرینان مرد و زن تقریباً مشابه است. به‌طورکلی، هر دو گروه تجربهٔ کاری مرتبط با فعالیت و کسب و کاری که شروع می‌کنند، دارند. تأمین مالی و سرمایهٔ شروع کسب و کار زمینهٔ دیگری است که کارآفرینان زن و مرد را از هم جدا می‌کند، مردان اغلب با جذب افراد سرمایه‌گذار، أخذ وام بانکی، استقراض از افراد دیگر و همچنین پس‌انداز شخصی، منابع لازم را تأمین می‌کنند. در مقابل، کارآفرینان زن معمولاً تنها به پس‌انداز شخصی و یا وام‌های بانکی برای شروع کسب کار متکی هستند. از نظر تجربیات شغلی نیز تفاوت قابل ملاحظه‌ای دیده می‌شود، اغلب تجربهٔ شغلی مردان در زمینهٔ تولید فعالیت‌های مالی یا فنی است در مقابل، کارآفرینان زن تجربهٔ شغلی مدیریتی مربوط به سطوح میانی در واحدهای خدماتی دارند. از لحاظ ویژگی‌های شخصیتی سه شباهت عمده دارند، اما تفاوتشان در اینجاست که مردان اعتماد به‌نفس بیشتر و انعطاف‌پذیری و تحمل کمتری نسبت به زنان کار آفرین دارند. که در نتیجهٔ آن سبک‌های مدیریتی هر دو گروه می‌تواند متفاوت باشد.

زنان از هنگامی که مبادرت به شروع یک کسب وکار جدید می‌نماید، از لحاظ سنی بالاتر از مردانی هستند که شروع به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید می‌نماید. همچنین، از نظر تحصیلات کارآفرینان مرد اغلب رشته‌های فنی یا تجاری مرتبط با زمینهٔ کسب وکار درس خوانده‌اند، اما زنان در رشته‌های علوم انسانی دانش کسب کرده‌اند. حمایت‌های مالی مردان در وهلهٔ اول از ماهرترین و مجرب‌ترین مشاوران بیرونی (وکلا و حسابداران) کمک می‌گیرند و سپس از همسرانشان، اما کارآفرینان زن ابتدا از همسرانشان کمک می‌گیرند، همچنین کارآفرینان زن می‌توانند حمایت‌ها و پشتیبانی‌های اطلاعاتی مورد نیاز خود را از مؤسسات تجاری و انجمن‌های حمایت از زنان به‌دست آورند، درحالی‌که مردان به جلب حمایت تشکل‌ها علاقمند نیستند. سرانجام اینکه، زنان کارآفرین بیشتر علاقمند هستند زمینهٔ فعالیت مرتبط با خدمات، خرده‌فروشی، روابط عمومی و خدمات آموزشی کسب و کار ایجاد کنند، اما کارآفرینان مرد بیشتر گرایش دارند در زمینه‌های تولیدی، سازندگی یا کارخانه‌ای

که فعالیت‌هایشان نیاز به تکنولوژی در سطح بالایی دارد، کسب و کار ایجاد کنند. فعالیت کارآفرینان زن به خاطر گسترده نبودن دامنهٔ فعالیت‌شان محصولات و تولیداتشان سریع وارد بازار می‌شود و زودتر نتیجه و بازدهٔ فعالیت خودشان را می‌بینند. در حالی‌که کارآفرینان مرد محصولاتشان دیرتر به بازار می‌آید اما در بلندمدت از لحاظ افزایش سرمایهٔ و پیشرفت اقتصادی موقعیت قابل‌توجهی کسب می‌کنند.

منابع

دهقانپور فراشاه، علی (۱۳۸۱). «کارآفرینی و کارآفرینان، تعاریف و ویژگی‌ها»، فصل‌نامهٔ صنایع شمارهٔ ۳۳ : ۲۴-۱۲.

غلامی، فاطمه و اکبر محمدی (۱۳۸۴). « نقش سطوح مختلف آموزشی در توسعهٔ کارآفرینی» مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد رودهن: ۴۲۶-۴۱۱.

عزیزی، محمد (۱۳۸۲). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی.

سالازار، میلتو (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر کارآفرینی. ترجمهٔ سیامک نطاق. سازمان ملی بهره‌وری ایران. چاپ اول.

گلرد، پروانه (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی زنان ایرانی» پژوهش، زنان، شمارهٔ ۱: ۱۲۳-۱۰۱.

کلانتری، صمد، رسول ربانی و جعفر هزار جریبی (۱۳۸۳).« بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان در عرصهٔ نشریات و مطبوعات»، فصل‌نامهٔ علوم اجتماعی، شمارهٔ ۲۳ : ۱۸۹-۱۷۱.

عابدی، رحیم (۱۳۸۱) «مروری بر مکاتب فکری کارآفرینی»، مجلهٔ علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه سیستان و بلوچستان ویژه‌نامهٔ اقتصاد و مدیریت :۱۷۲-۱۵۵.

کرد نائیج، اسدالله. (۱۳۸۴). «دانشگاه کارآفرین، آموزش عالی و نقش آن در ایجاد اشتغال»، فصل‌نامهٔ مدریت و توسعه، شمارهٔ ۲۶: ۳۳-۱۷.

Hisrich .R.D.Peters .M.P .(1998), "The individual Entrepreneur in Entrepreneurship" Mc Grow – ltill.

بررسی موانع ورود مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال پایدار

کوروش جاویدنیا[1]

چکیده

یکی از کارکردهای اصلی آموزش در سطوح مختلف کشور، به‌ویژه مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای، تربیت مهارت‌آموختگان ماهر و ایجاد روحیه و اندیشهٔ کارآفرینی در آنان می‌باشد. ایجاد اندیشهٔ کارآفرینی در مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای سبب می‌شود تا فرصت‌های اشتغال در جامعه افزایش یابد و به تبع آن شاهد افزایش اشتغال در کشور، شکوفایی اقتصادی و پیشرفت و توسعهٔ پایدار در کشور باشیم. در این پژوهش با توجه به نقش مؤثر کارآفرینی و اشتغال مهارت‌آموختگان در توسعهٔ اقتصادی جامعه و ضرورت توجه به این مقولهٔ مهم و شناسایی موانع و تلاش در جهت رفع این موانع به‌منظور بهره‌برداری مؤثرتر از قابلیت‌های مهارت‌آموختگان، به بررسی موانع موجود در زمینهٔ ورود مهارت‌آموختگان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال پرداخته و برای دستیابی به نتایج مطلوب‌تر و دقیق‌تر در تعیین اثرگذارترین و اثرپذیرترین موانع، از تلفیق تکنیک دیماتل با منطق فازی بهره برده‌ایم. نتایج این پژوهش که به‌صورت تفکیکی برای مهارت‌آموختگان مرد و زن مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شهرستان گرمسار صورت گرفت، نشان داد که موانع ضعف مالی مهارت‌آموختگان و عدم حمایت مالی از آنان جهت ایجاد کسب و کار و احساس ناتوانی زنان در رقابت با مردان در عرصهٔ تجارت و اقتصاد، به‌ترتیب اثرگذارترین موانع اشتغال و کارآفرینی مهارت‌آموختگان مرد و زن بودند و این موانع دارای بیشترین تأثیر بر سایر عوامل بودند. همچنین موانع ناکارآمدی نظام ارزشیابی در اعطای گواهینامه‌های فنی و حرفه‌ای" و " تبعیض جنسیتی در بازار کار به‌ترتیب به‌عنوان اثرپذیرترین موانع اشتغال و کارآفرینی مهارت‌آموختگان مرد و زن شناسایی شدند و این موانع بیشترین اثر را از سیستم عوامل پذیرا هستند.

واژگان کلیدی: مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای، موانع کارآفرینی و اشتغال، تکنیک دیماتل فازی.

---

۱. کارشناس عمران، ریاست مرکز آموزش فنی و حرفه ای شهرستان گرمسار، Email:k_ javidnia_civil@yahoo.com

مقدمه

امروزه موضوع بیکاری و لزوم ایجاد زمینه‌های اشتغال، یکی از مهم‌ترین مسائل و مشکلات پیش‌روی دولت‌مردان در سراسر جهان می‌باشد و در کشورهای در حال توسعه با توجه به عدم توازن ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، این مسأله سهم بیشتری را بر روی توسعه دارد و با توجه به اینکه یکی از دلایل بیکاری در این کشورها فقدان مهارت‌های مورد نیاز بازار کار از سوی جویندگان کار می‌باشد، انتظار می‌رود سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای با ارائهٔ آموزش‌های مهارتی بتواند نقش به‌سزایی در کاهش میزان بیکاری و به تبع آن افزایش اشتغال ایفا نماید، زیرا آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به سبب انعطاف‌پذیری نشأت گرفته از خصیصه‌های بازار کار و اوضاع اقتصادی کشور و نیز به‌دلیل آموزش و ایجاد مهارت‌های لازم در افراد برای توانایی در احراز مشاغل، نقش به‌سزایی در افزایش اشتغال دارد. این آموزش‌ها هم مهارت‌های خاص مورد نیاز صنعت و هم مهارت‌های عمومی بازار کار را فراهم می‌سازند و همچنین برای شاغلینی که به دلیل تغییرات تکنولوژی دچار کاهش کارایی می‌شوند، امکان به‌روز شدن و تکمیل مهارت را فراهم می‌کند (آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، ۱۳۷۹). لذا به این نوع آموزش‌ها به‌عنوان ابزاری برای مقابله با بیکاری بالاخص بیکاری ساختاری که ناشی از تغییرات در اقتصاد جهانی می‌باشد، نگریسته می‌شود. در واقع، خصیصهٔ این آموزش‌ها، نوعی پرورش "کارآفرین" است، به این معنی که افراد پس از کسب مهارت و تخصص دانش فنی، قادر خواهند بود که فرصت‌های شغلی مناسبی را به‌دست آورند و یا در نهایت فرصت شغلی ایجاد نمایند. این‌گونه آموزش‌ها از نقش و تأثیرگذاری اقتصادی-اجتماعی مهمی برخوردار هستند. چرا که معرف نوع مهمی از سرمایه‌گذاری در منابع انسانی هستند و با فراهم کردن زمینه‌های ارتقاء دانش، نگرش‌ها و مهارت‌های مورد نیاز بازار کار و اشتغال در زمینه‌های مختلف به توسعهٔ اقتصادی کمک می‌کنند. از این‌رو، کارمحور بودن آموزش‌های فنی و حرفه‌ای که فرایند یادگیری فراگیران را از طریق محیط‌های کار، برای آن مراکز و در درون آنها طراحی و اجرا می‌نماید و محتوای آموزش‌ها را با تغییرات و پیشرفت‌های حوزهٔ تکنولوژی و به تبع آن در کارکرد نهادهای اقتصادی جامعه هماهنگ می‌سازد، سبب شده است که این آموزش‌ها به‌عنوان یکی از عناصر کلیدی جهت تحقق پیشرفت‌های اقتصادی محسوب گردد و از جمله عوامل مؤثر در موفقیت کشورهای توسعه‌یافته تلقی گردد، چرا که آموزش نظری همگام با کار عملی موجب تربیت نیروی انسانی خلاق و فعال می‌شود و این نیروها با نفوذ در جامعه سبب به‌کارگیری بخش عظیمی از نیروهای غیرخلاق می‌گردد. توان بالقوهٔ موجود در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای از یکسو و وجود استعدادهای کارآفرینانهٔ فراوان در میان مهارت‌آموختگان از سوی دیگر، فرصتی است که باید آن را مغتنم شمرد و با برنامه‌ریزی صحیح و دقیق به کشف و پرورش استعدادهای کارآفرینانه همت گماشت. افزایش تعداد کارآفرینان در جامعه از طریق آموزش‌های فنی و حرفه‌ای علاوه بر اینکه سازمان فنی و حرفه‌ای و وزارت کار و امور اجتماعی را به هدف توسعهٔ اشتغال و کاهش نرخ بیکاری نزدیک می‌کند، باعث ارتقاء توان رقابتی کشور در بازارهای بین المللی نیز می‌شود (فیض، ۱۳۸۴).

کارآفرینی و اشتغال

امروزه میزان مشارکت و اشتغال، یکی از عوامل اصلی نوسازی اقتصاد ملی و توسعهٔ اقتصادی محسوب می‌شود و میزان و نحوهٔ مشارکت اقشار مختلف در فعالیت‌های اقتصادی به‌عنوان یکی از شاخص‌های اصلی در جهت توسعهٔ اقتصادی و افزایش رفاه اجتماعی همواره مد نظر سیاست‌گذاران بوده است و آنان را ناگزیر به ارائهٔ برنامه‌های منطقی وکاربردی نموده است تا ضمن آموزش مهارت‌های لازم، زمینه را برای ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد اقتصادی برای افراد فراهم نموده تا از این طریق از بروز بسیاری از معضلات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و حتی سیاسی جلوگیری نمایند (امین بیدختی، ۱۳۸۳). در این راستا، یکی از مهم‌ترین راهکارهای اجرایی در کشور به‌منظور اشتغال‌زایی و غلبه بر معضل بیکاری، ارائهٔ آموزش‌ها و مهارت‌های کاربردی مؤثر توسط سازمان فنی و حرفه‌ای می‌باشد. یکی از کارکردهای اصلی آموزش در مراکز فنی و حرفه‌ای، تربیت مهارت‌آموختگان ماهر و ایجاد روحیه و اندیشهٔ کارآفرینی در آنان می‌باشد. ایجاد اندیشهٔ کارآفرینی در مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای سبب می‌شود تا فرصت‌های اشتغال در جامعه افزایش یابد و به تبع آن شاهد افزایش اشتغال در کشور، شکوفایی اقتصادی و پیشرفت و توسعهٔ پایدار در کشور باشیم (فیض، ۱۳۸۴). از سویی دیگر، تمامی تلاش‌های صورت‌گرفته در مراکز فنی و حرفه‌ای جهت ارائهٔ مهارت‌آموختگانی توانا و کارآفرین به عرصهٔ اقتصاد کشور، زمانی نتیجه‌بخش خواهد بود که این آموزش‌ها منجر به اشتغال مهارت‌آموختگان گردد. در شرایط کنونی، ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور، به‌ویژه مهارت‌آموختگان و تحصیلکرده‌های بیکار، اصلی‌ترین و مهم‌ترین دغدغهٔ سیاست‌گذاران کشور است. در این راستا، ترویج و ارائهٔ راهکارهای عملی کارآفرینی در عرصهٔ جامعه و ایجاد بسترهای مناسب برای کارآفرینی و اشتغال مهارت‌آموختگان می‌تواند مکمل تلاش‌های صورت‌گرفته توسط مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای کشور باشد. بی‌تردید مهیا نمودن زمینه‌های لازم برای کارآفرینی مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای می‌تواند گره‌گشای بسیاری از مشکلات موجود در بخش اشتغال کشور بوده و راه توسعهٔ همه‌جانبه را هموار نماید. در این شرایط می‌توان انتظار داشت که سایر اقشار جامعه نیز بتوانند توان و مهارت‌های خود را در این جهت معطوف نمایند و بدین ترتیب طیف وسیعی از بیکاران دارای شغل مناسب و پایدار شوند. در این میان، تخصیص سرمایه و بودجهٔ لازم برای فراهم نمودن مقدمات و لوازم خوداشتغالی افراد و مهارت‌آموختگان نظیر تسهیلات مالی، اطلاع‌رسانی آموزش و فراهم آوردن بسترهای قانونی، از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زمینه‌ها برخوردار است. تجربیات کشورهای موفق در مقولهٔ کارآفرینی و اشتغال بیانگر این واقعیت است که برای اجرای موفق برنامه‌های کارآفرینی در هر کشور ابتدا باید موانع موجود در آن کشور را تعیین نمود و سپس با ارائهٔ راه‌حل‌های مناسب و تصمیم‌گیری درست، آن موانع را تا حد امکان رفع نمود. در این پژوهش، ابتدا با بهره‌گیری از نظرات خبرگان و کارشناسان سازمان فنی و حرفه‌ای، موانع اصلی ورود مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کار آفرینی را تعیین نموده و سپس با بهره‌گیری از تکنیک دیماتل فازی، به رتبه‌بندی موانع تعیین‌شده از لحاظ اثرگذارترین و اثرپذیرترین موانع و بررسی روابط حاکم میان موانع خواهیم پرداخت.

روش‌شناسی

در این تحقیق، با کمک تکنیک دیماتل فازی، موانع کارآفرینی و اشتغال مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای را به ترتیب اثرگذاری آنها رتبه‌بندی کرده و به بررسی روابط حاکم میان عوامل مذکور خواهیم پرداخت.

تکنیک دیماتل اولین‌بار در مرکز تحقیقاتی ژنو معرفی شد (Fontela & Gabu 1976) . در آن زمان این روش در ارتباط با مسائل پیچیدهٔ جهان مانند قحطی، انرژی، حفاظت محیطی و...به‌کار گرفته شد (Gabus & Fontela, 1973) دیماتل یکی از ابزارهای تصمیم‌گیری چندمعیاره است که توانایی تبدیل تحلیل‌های کیفی به داده‌های کمّی را داراست (Lee et al, 2011) . اساس این روش بر مبنای تئوری گراف است(Zhou et al, 2011) و هدف از به‌کارگیری آن تعیین روابط میان عوامل و ابعاد علی- معلولی سیستم‌های پیچیده و تبدیل آن به مدل ساختاری قابل فهم است.(Dalalah et al, 2011) بسیاری از سازمان‌ها تصمیم گروهی را به‌منظور یافتن راه حلی رضایت‌بخش در مسائل واقعی تصمیم‌گیری پذیرفته‌اند. تصمیم گروهی به‌معنای دستیابی به یک توافق از طریق تعامل بسیاری از کارشناسان می‌باشد و در این‌صورت تصمیمی قابل قبول را می‌توان اتخاذ کرد. البته در مسئلهٔ تصمیم‌گیری مربوط به سیستم‌های پیچیده، ارزیابی که توسط کارشناسان یا تصمیم‌گیرندگان دربارهٔ معیارهای کیفی یک موضوع خاص ارائه می‌گردد، همواره در قالب عبارات زبانی (و نه در قالب مقادیر معلوم) و بر اساس تجربه و مهارت آنها بیان می‌گردد. از آنجایی که عبارات زبانی مبهم می‌باشند، انجام تجزیه و تحلیل را دشوار می‌سازند. بنابراین، تئوری مجموعهٔ فازی را می‌توان برای اندازه‌گیری مفاهیم مبهم ناشی از داوری‌ها و قضاوت‌های غیرعینی (و شخصی) انسان‌ها به‌کار برد. در این پژوهش، برای از بین بردن ابهامات موجود و تبدیل نظریات کیفی کارشناسان به داده‌های کمّی از تلفیق تکنیک دیماتل با منطق فازی بهره خواهیم گرفت. برای دستیابی به این منظور، ابتدا با استفاده از نظرات مربیان و مدیران فعال مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شهرستان گرمسار، ۱۱ مانع اصلی برای کارآفرینی و اشتغال مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای در دو بخش پسران و دختران تعیین گردیدند. این موانع به تفکیک دختران و پسران در جداول (۱) و (۲) نشان داده شده‌اند.

جدول ۱. موانع ورود مهارت‌آموختگان پسر به عرصهٔ کارآفرینی

B_1	نداشتن روحیهٔ خطرپذیری و ترس آنان از شکست
B_2	عدم وجود یک متولی مشخص برای سامان دادن به امر اشتغال و کارآفرینی مهارت‌آموختگان
B_3	فضای نامناسب کسب و کار در کشور و بی‌ثباتی بازار
B_4	عدم اعتبار برخی از مدارک فنی و حرفه‌ای نزد صاحبان صنایع
B_5	ناکارآمدی نظام ارزشیابی در اعطای گواهینامه‌های فنی و حرفه‌ای
B_6	ضعف مالی مهارت‌آموختگان و عدم حمایت مالی از آنان جهت ایجاد کسب و کار

جدول۲. موانع ورود مهارت‌آموختگان دختر به عرصهٔ کارآفرینی

D_1	تبعیض جنسیتی در بازار کار
D_2	کثرت وظایف زنان در خانواده و اجتماع
D_3	احساس ناامنی اجتماعی و محدودیت‌های حضور زنان در بازارکار
D_4	عدم اعتماد به نفس زنان در انجام فعالیت‌های اقتصادی
D_5	احساس ناتوانی زنان در رقابت با مردان در عرصهٔ تجارت و اقتصاد

پس از تعیین عوامل اصلی، پرسش‌نامه‌ای به‌منظور تعیین میزان اثرات هریک از عوامل بر روی یکدیگر در قالب یک طیف پنج‌گزینه‌ای (از بی‌تأثیر تا تأثیر خیلی‌زیاد) تدوین و در اختیار ۳ تن از مدیران اصلی که به نوعی با فرم‌های نظرسنجی و مسائل و مشکلات مرتبط با کارآفرینی مهارت‌آموختگان آشنا بودند، قرار گرفت. سپس داده‌های به‌دست آمده از این پرسش‌نامه‌ها با کمک روش فازی تلفیق و تبدیل به داده‌های کمّی گردید. در نهایت، با بهره‌گیری از تکنیک دیماتل فازی، اثرگذارترین عوامل و روابط نموداری بین آنها تعیین گردیدند.

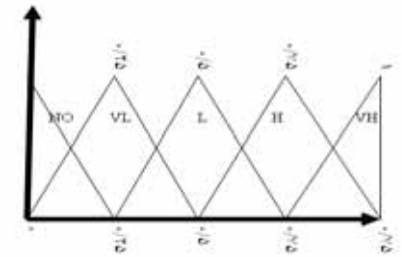
مراحل اجرای تکنیک دیماتل فازی

۱. عوامل ارزیابی را طبق نظر کمیتهٔ متخصصان و پیشینهٔ تحقیق مشخص می‌کنیم.

۲. اثرات هر یک از عوامل را بر کل سیستم بر طبق نظر متخصصان مشخص می‌کنیم. برای این کار از عبارات کلامی ذکرشده در جدول (۴) استفاده می‌کنیم و با استفاده از روش CFC معادلات (۱) تا (۹) دیفازی اعداد فازی نشان‌داده‌شده در نمودار(۱) را به‌دست می‌آوریم.

جدول۴. تناظر عبارات کلامی با مقادیر کلامی

عبارات کلامی	مقادیر کلامی
تأثیر خیلی‌زیاد VH	(۱ – ۱ – ۰/۷۵)
تأثیر زیاد H	(۱ – ۰/۷۵ – ۰/۵)
تأثیر کم L	(۰/۷۵ – ۰/۵ – ۰/۲۵)
تأثیر خیلی‌کم VL	(۰/۵ – ۰/۲۵ – ۰/۰)
بی‌تأثیر NO	(۰/۲۵ – ۰/۰ – ۰/۰)



نمودار ۱. اعداد فازی مثلثی به‌کار رفته

$$XL_{ij}^{k} = (L_{ij}^{k} - \min_{1 \le k \le k} L_{ij}^{k})/\Delta_{min}^{max} \quad (۱)$$

$$XM_{ij}^{k} = (M_{ij}^{k} - \min_{1 \le k \le k} L_{ij}^{k})/\Delta_{min}^{max} \quad (۲)$$

$$Xr_{ij}^{k} = (r_{ij}^{k} - \min_{1 \le k \le k} L_{ij}^{k})/\Delta_{min}^{max} \quad (۳)$$

$$\Delta_{min}^{max} = \max r_{ij}^{k} - \min L_{ij}^{k} \quad (۴)$$

$$Xls_{ij}^{k} = \frac{Xm_{ij}^{k}}{(1 + Xm_{ij}^{k} - Xl_{ij}^{k})} \quad (۵)$$

$$Xrs_{ij}^{k} = \frac{Xr_{ij}^{k}}{1 + Xr_{ij}^{k} - Xm_{ij}^{k}} \quad (۶)$$

$$X_{ij}^{k} = \left[Xls_{ij}^{k}\left(1 - Xls_{ij}^{k}\right) + Xrs_{ij}^{k} . Xrs_{ij}^{k}\right]/(1 + Xrs_{ij}^{k} - Xls_{ij}^{k}) \quad (۷)$$

$$BNP_{ij}^{k} = \min L_{ij}^{k} + X_{ij}^{k}\, \Delta_{min}^{max} \quad (۸)$$

$$a_{ij} = \frac{1}{k} \sum_{k}^{1 \le k \le k} BNP_{ij}^{k} \quad (۹)$$

$A=[a_{ij}]$، ماتریس روابط مستقیم به‌دست‌آمده از نظر خبرگان است.

۳. به‌دست آوردن ماتریس روابط کلی $\mathbf{T}$: $\mathbf{I}$ ماتریس همانی $\mathbf{n \times n}$ است و عناصر $\mathbf{T} = [\mathbf{t_{ij}}]$ نشان‌دهندهٔ اثر مستقیم و غیرمستقیم (اثر کلی) عامل $\mathbf{i}$ روی عامل $\mathbf{j}$ است. بنابراین، ماتریس $\mathbf{T}$ می‌تواند نشان‌دهندهٔ روابط کلی بین هر زوج فاکتور، درون سیستم باشد. ماتریس D ماتریس نرمالایز شده است. $D = [d_{ij}]$ و $0 \le d_{ij} \le 1$.

$$D = \frac{1}{\max_{1 \le i \le n} \sum_{j=1}^{n} a_{ij}} A \quad (۱۰)$$

$$T = D(I - D)^{-1} \quad (۱۱)$$

۴. محاسبهٔ جمع سطری و جمع ستونی ماتریس T - برای به‌دست آوردن خروجی مناسبتر r_i و c_j را به‌دست می‌آوریم. جمع سطری i ام نشان‌دهندهٔ همهٔ اثرات مستقیم و غیرمستقیم عامل i روی همهٔ عوامل دیگر است و بنابراین r_i را درجهٔ اثرگذاری می‌نامیم. به‌طور مشابه، c_j جمع ستون است و آن را درجهٔ اثرپذیری عامل j ام از عوامل دیگر می‌نامیم.

$$r_i = \sum_{1<i<n} t_{ij} \quad (۱۲)$$

$$C_j = \sum_{1<i<n} t_{ij} \quad (۱۳)$$

بنابراین، وقتی $i = j$، $r_i + C_i$ نشان‌دهندهٔ همهٔ اثرات داده‌شده و گرفته‌شده توسط عامل i ام است.

در واقع، $r_i + C_i$ هم، اثر عامل i روی کل عامل‌های دیگر سیستم و هم اثر دیگر عوامل سیستم روی عامل i را نشان می‌دهد. پس $r_i + C_i$ درجهٔ اهمیت عامل i را درکل سیستم نشان می‌دهد، و در مقابل، $r_i - C_i$ اثری که i روی سیستم دارد را نشان می‌دهد. اگر $r_i - C_i$ مثبت باشد عامل i روی سیستم اثرگذار است و اگر $r_i - C_i$ منفی باشد، عامل i، عاملی اثرپذیر از گروه عامل‌های دیگر است.

۵. دیاگرام اثرات عوامل را بر مبنای $r_i - C_i$ و $r_i + C_i$ را نشان می‌دهیم. این دیاگرام اثرات با مختصات $(r_i + C_i, r_i - C_i)$ رسم می‌شود و روابط پیچیدهٔ میان فاکتورها به‌راحتی قابل مشاهده و تحلیل است (Zhou et al, 2010)

یافته‌ها

در این قسمت، ابتدا ماتریس روابط کلی مربوط به موانع ورود مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال را به‌صورت مجزا برای مهارت‌آموختگان پسر و دختر مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شهرستان گرمسار به‌دست می‌آوریم. این عوامل در جداول (۱) و (۲) و ماتریس روابط کلی این عوامل در جداول (۵) و (۶) نشان داده شده‌اند.

جدول ۵. ماتریس روابط کلی T مربوط به عوامل (پسران)

عوامل	B_1	B_2	B_3	B_4	B_5	B_6
B_1	0.045	0.149	0.019	0.018	0.035	0.064
B_2	0.292	0.085	0.073	0.068	0.201	0.258
B_3	0.002	0.002	0.004	0.029	0.004	0.002
B_4	0.003	0.007	0.111	0.004	0.077	0.003
B_5	0.019	0.067	0.006	0.006	0.013	0.017
B_6	0.212	0.181	0.290	0.269	0.267	0.049

جدول ۶. ماتریس روابط کلی T مربوط به عوامل (دختران)

عوامل	D_1	D_2	D_3	D_4	D_5
D_1	0.171	0.204	0.402	0.005	0.004
D_2	0.539	0.308	0.612	0.007	0.006
D_3	0.598	0.710	0.420	0.007	0.006
D_4	0.721	0.702	0.843	0.006	0.007
D_5	0.774	0.673	0.876	0.189	0.006

در ادامه، جمع اثرات عوامل در جداول (۷) و (۸) ارائه گردیده‌اند.

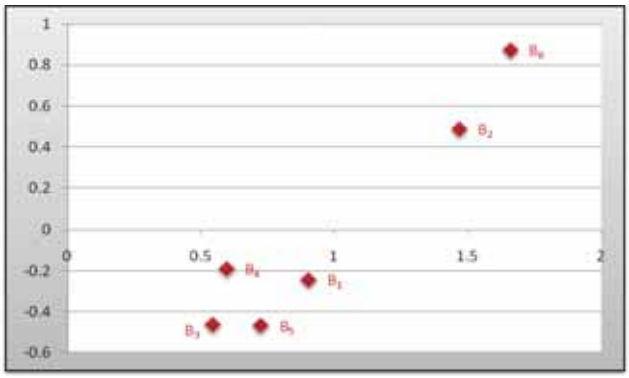
جدول ۷. جمع اثرات داده شده و گرفته شده عوامل (پسران)

عوامل	r_i	C_i	$r_i + C_i$	$r_i - C_i$
B1	0.330	0.573	0.903	-0.243
B2	0.977	0.490	1.467	0.487
B3	0.041	0.503	0.544	-0.462
B4	0.204	0.393	0.597	-0.189
B5	0.128	0.596	0.724	-0.468
B6	1.268	0.393	1.660	0.875

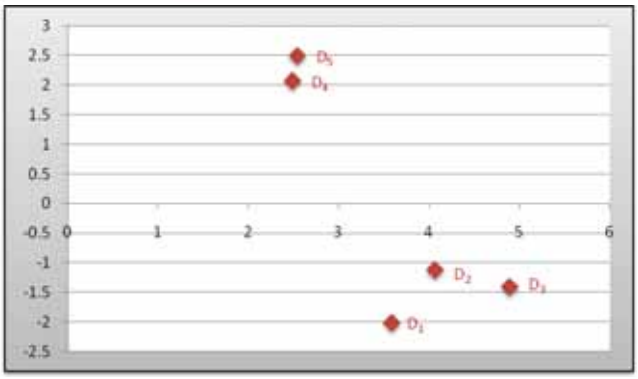
جدول ۸. جمع اثرات داده‌شده و گرفته‌شدهٔ عوامل (دختران)

عوامل	r_i	C_i	$r_i + C_i$	$r_i - C_i$
D_1	0.786	2.804	3.589	-2.018
D_2	1.472	2.597	4.069	-1.125
D_3	1.741	3.153	4.894	-1.412
D_4	2.280	0.213	2.493	2.066
D_5	2.517	0.029	2.546	2.489

در نهایت نمودار اثرات عوامل در نمودارهای (۲) و (۳) به نمایش درآمده است.



نمودار۲. نمودار اثرات عوامل (پسران)



نمودار۳. نمودار اثرات عوامل (دختران)

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق با توجه به نقش مؤثر کارآفرینی و اشتغال مهارت‌آموختگان سازمان فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ اقتصادی جامعه و ضرورت توجه به این مقولهٔ مهم و شناسایی موانع و تلاش در جهت رفع این موانع به‌منظور بهره‌برداری مؤثرتر از قابلیت‌های مهارت‌آموختگان، به بررسی موانع موجود برای ورود مهارت‌آموختگان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال پرداختیم و برای دستیابی به نتایج مطلوب‌تر و دقیق‌تر در تعیین اثرگذارترین و اثرپذیرترین موانع، از تلفیق تکنیک دیماتل با منطق فازی بهره بردیم. بر اساس نتایج به‌دست آمده از اجرای تکنیک دیماتل فازی، می‌توان موانع را به دو دسته اثرگذار بر سیستم و اثرپذیر از سیستم تقسیم کرد. در این تحقیق، موانع ضعف مالی مهارت‌آموختگان و عدم حمایت مالی از آنان جهت ایجاد کسب و کار و احساس ناتوانی زنان در رقابت با مردان در عرصهٔ تجارت و اقتصاد به‌ترتیب اثرگذارترین موانع اشتغال و کارآفرینی مهارت‌آموختگان مرد و زن بودند. این موانع دارای بیشترین تأثیر بر سایر عوامل بودند. همچنین، موانع ناکارآمدی نظام ارزشیابی در اعطای گواهینامه‌های فنی و حرفه‌ای و تبعیض جنسیتی در بازار کار به‌ترتیب به عنوان اثرپذیرترین موانع اشتغال و کارآفرینی مهارت‌آموختگان مرد و زن شناسایی شدند و این موانع بیشترین اثر را از سیستم عوامل پذیرا هستند. نتایج نهایی و رتبه‌بندی عوامل به ترتیب اثرگذاری آنها در جداول (۹) و (۱۰) نشان داده شده است.

جدول۹. رتبه‌بندی اثرگذارترین موانع ورود مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال (پسران)

رتبه	عامل
۱	ضعف مالی مهارت‌آموختگان و عدم حمایت مالی از آنان جهت ایجاد کسب و کار
۲	عدم وجود یک متولی مشخص برای سامان دادن به امر اشتغال و کارآفرینی مهارت‌آموختگان
۳	عدم اعتبار برخی از مدارک فنی و حرفه‌ای نزد صاحبان صنایع
۴	نداشتن روحیهٔ‌خطر پذیری و ترس آنان از شکست
۵	فضای نامناسب کسب و کار در کشور و بی‌ثباتی بازار
۶	ناکارآمدی نظام ارزشیابی در اعطای گواهینامه‌های فنی و حرفه‌ای

جدول۱۰. رتبه‌بندی اثرگذارترین موانع ورود مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای به عرصهٔ کارآفرینی و اشتغال (دختران)

رتبه	عامل
۱	احساس ناتوانی زنان در رقابت با مردان در عرصهٔ تجارت و اقتصاد
۲	عدم اعتماد به نفس زنان در انجام فعالیت‌های اقتصادی
۳	کثرت وظایف زنان در خانواده و اجتماع
۴	احساس ناامنی اجتماعی و محدودیت‌های حضور زنان در بازار کار
۵	تبعیض جنسیتی در بازار کار

نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش اگرچه مربوط به ناحیهٔ جغرافیایی کوچکی از اقلیمی پهناور بود، اما شاید به جرأت بتوان گفت که موانع موجود در مسیر کارآفرینی و اشتغال مهارت‌آموختگان در سراسر کشور به نوعی متأثر از این عوامل هستند. بی‌شک انجام حمایت‌های مالی لازم از مهارت‌آموختگان و فراهم کردن امکانات و زیرساخت‌های لازم می‌تواند در رفع موانع اصلی ورود مهارت‌آموختگان به بازار کار و اشتغال‌زایی بسیار مؤثر باشد. ورود مهارت‌آموختگان به بازار کار و یافتن فرصتی برای بروز توانمندی‌ها و مهارت‌ها، در آینده‌ای نزدیک منجر به شکوفایی اقتصادی کشور و در نهایت توسعهٔ همه‌جانبه و پایدار خواهد شد.

منابع

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای. (۱۳۷۹). نشر پژوهشکدهٔ تعلیم و تربیت، تهران.

امین بیدختی، ع. ا.(۱۳۸۳).نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ خوداشتغالی در استان سمنان. پژوهش‌نامهٔ علوم انسانی و اجتماعی، سال چهارم، شمارهٔ شانزدهم، صفحهٔ ۵۰ – ۳۷.

فیض، دو فیض، م.(۱۳۸۴). طراحی الگوی تعاملی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، کارآفرینی و بازار کار. مجموعه مقالات کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، مرجع الکترونیکی علوم مدیریت ایران. .WWW.EMODIR.COM

Dalalah,D., Hayajneh, M., Batieha,F. (2011). A fuzzy multi-criteria decision making model for supplier selection . Expert Systems with Applications,38, 8384-8391.

Fontela, E., Gabus, A.(1976). The DEMATEL observer. DEMATEL 1976 Report.Switzerland, Geneva: Battelle Geneva Research Center.

Gabus, A., Fontela, E.(1973). Perceptions of the world problematique:communication procedure, communicating with those bearing collective responsibility. DEMATEL Report No. 1. Geneva, Switzerland: Battelle Geneva Research Center.

Lee, Y. C., Lee, M. L., Yen, T. M., & Huang, T. H. (2011).Analysis of fuzzy Decision Making Trial and Evaluation Laboratory on technology acceptance model, Expert Systems with Applications , 1-10.

Zhou, Q. , Huang Weilai , Zhang Ying ,(2010).Identifying success factors in emergency management using a fuzzy DEMATEL method. Safety Science.

Zhou,Q., Huang,W., Zhang,Y.,(2011). Identifying critical success factors in emergency management using a fuzzy DEMATEL method. Expert Systems with Applications,49,243-259.

بررسی میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ شهر اصفهان

صفورا یزدچی[۱]

چکیده

هدف کلی این پژوهش بررسی میزان قابلیت‌های کارآفرینی (استقلال‌طلبی، کنترل‌درونی، انگیزهٔ پیشرفت، ریسک‌پذیری و خلاقیت) دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ شهر اصفهان بود. پژوهش کاربردی است و از روش توصیفی پیمایشی استفاده شده است. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامهٔ کارآفرینی استفاده شد. ضریب پایایی پرسش‌نامه ۰/۸۹ برآورد شد. نمونهٔ آماری مشتمل بر ۲۷۴ نفر از دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ شهر اصفهان در سال ۹۱-۹۰ بود که از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (پایهٔ دوم و پایهٔ سوم) انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و از طریق نرم‌افزار SPSS انجام پذیرفت. نتایج نشان داد که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینهٔ استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزهٔ پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بود، اما نمرات ریسک‌پذیری از متوسط نمرهٔ معیار پایین‌تر بود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، هنرستان‌های کاردانش، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و خلاقیت.

۱. مربی، دبیر بازنشستهٔ آموزش و پرورش ، Email:safoorayazdchi@yahoo.com

مقدمه

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعهٔ آن، موجب گردیده موجی از سیاست‌های توسعهٔ کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. کشورهای مختلف راه حلی را که در سه دههٔ گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آن روی آورده‌اند، توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان، ارائهٔ آموزش‌های مورد نیاز به آنان و انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه بوده است. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش‌آمده را به سلامت پشت سر گذاشته و بحران‌هایی که وقوع آنها را در آینده پیش‌بینی می‌کردند را مهار نمایند. از جملهٔ این کشورها می‌توان به ایالات متحده، کشورهای اتحادیهٔ اروپایی، کشورهای جنوب شرق آسیا، چین، برخی از کشورهای آمریکای لاتین و آفریقایی و اقیانوسیه اشاره کرد.

از آنجا که مفاهیم مطرح در علوم انسانی همانند مفاهیم مطرح در علوم تجربی قطعی نیستند، ارائهٔ تعریف قطعی و مشخصی برای آنها دشوار یا غیرممکن است. کارآفرینی هم که از واژه‌های مطرح در علوم انسانی است، از این قاعده مستثنی نیست. دانشمندان و محققین علوم مختلف اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناسی و مدیریت که در مورد کارآفرینی مطالعه و نظراتی ارائه کرده‌اند، تعاریف مختلفی از کارآفرینی مطرح نموده‌اند که تفاوت‌هایی گاه مغایر و متناقض دارند. تعریفی از کارآفرینی که تقریباً شامل همهٔ تعریف‌های ارائه‌شده از آنان باشد، عبارت است از:

«کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلّاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشدیابنده نموده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد.»

در دایره‌المعارف بریتانیکا، کارآفرین این‌گونه تعریف شده است:

«شخصی که کسب و کار و یا مؤسسهٔ اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد»

بیان مسأله

در عصر حاضر به دلیل پیشرفت‌های علمی و فنی بازنمایی‌های ذهنی بشر از کرهٔ زمین به دهکدهٔ جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی بازارهای گوناگون تولید و عرضهٔ خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت‌پذیری دانسته‌اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی نه تنها کشورها، بلکه کلیهٔ نهادها و افراد باید دایماً قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند (مشایخ، ۱۳۸۸). برای دستیابی به این مهم پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینی که بتوانند خود را پیوستهٔ با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به‌نظر می‌رسد. اما

موضوع دیگری که لزوم توجه به کارآفرینی را سبب شده، معضل بیکاری است که کشور با آن سخت دست به گریبان است، به‌طوری‌که به‌نظر می‌رسد، پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به‌عنوان راه‌حل‌های مقتضی از طرف سیاست‌گذاران و مدیران اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است (بازرگان، ۱۳۷۳).

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. اما مهم این است که اکنون در عرصهٔ جهانی افراد خلاق و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینهٔ صنعتی، تربیتی و خدماتی شده‌اند. همچنین، چرخه‌های توسعهٔ اقتصادی همواره با توسعهٔ کارآفرینی به حرکت درمی‌آید؛ به عبارت بهتر، کارآفرینی موتور رشد و توسعه است (شومپیتر[1]،۱۹۳۴). مطالعاتی که در زمینهٔ ارتباط بین ویژگی‌های فردی و رشد و توسعهٔ اقتصادی صورت گرفته است، نشان می‌دهند که پیشرفت به یک گروه و مذهب خاصی اختصاص ندارد و با رشد و توسعهٔ برخی از ویژگی‌ها در افراد می‌توان رشد اقتصادی را در جوامع مختلف فراهم کرد(مک کللند[2]،۱۹۶۱). به نظر می‌رسد توجه به کارآفرینی و پرورش زمینه‌های تحقق آن در جوامع امروز یک ضرورت است.

با تحولات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعهٔ صنعتی به جامعهٔ اطلاعاتی و مواجهٔ اقتصادهای ملی با اقتصاد جهانی و مطرح شدن پدیده‌هایی همانند «جهانی شدن اقتصاد» و«فن‌آوری اطلاعات»، مباحث اساسی درخصوص راهکارهای مختلف برای تسریع فرآیند رشد و توسعهٔ پایدار و رفاه اقتصادی مطرح می‌گردد. یکی از این مباحث جدید، نقش کارآفرینان در این فرایند می‌باشد. کارآفرینی از مفاهیم جدیدی است که حداقل در محدودهٔ علم اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی و سایر مقوله‌های مرتبط با این موضوع قدمتی بسیار کوتاه داشته و از مفاهیم رو به گسترش می‌باشد. به دلیل آنکه معنای تحت‌الفظی کارآفرینی» نمی‌تواند عمق محتوی و مفهوم این واژه را مشخص نماید و برای جلوگیری از فهم نادرست این موضوع یا واژه با سایر واژه‌ها و برای رسیدن به فهم و فرهنگ مشترک از آن، معرفی و شناساندن این واژه بسیار مهم می‌نماید. این‌که کارآفرینی چیست؟ کارآفرین کیست؟ فرآیند کارآفرینی چگونه‌است؟ نقش و تأثیر کارآفرینی و کارآفرینان در ابعاد توسعه و رشد اقتصادی و متغیرهای کلان اقتصادی همانند اشتغال چیست؟ نقش آموزش و تجربه در رشد کارآفرینی چه میزان است؟ سؤال‌هایی هستند که باید برای رسیدن به این فرهنگ مشترک به وضوح و مبسوط پاسخ داده شود.

سابقهٔ کارآفرینی در دنیا

در اوایل سدهٔ شانزدهم میلادی کسانی را که درکار مأموریت نظامی بودند کارآفرینی خواندند و پس از آن نیز برای مخاطرات دیگر نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد دربارهٔ پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار امور عمرانی بودند، از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است.

1. Schumpeter
2. McClelland

کارآفرینی و کارآفرین اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همهٔ مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های خود تشریح کرده‌اند. ژوزف شوپیتر با ارائهٔ نظریهٔ توسعهٔ اقتصادی خود در سال ۱۹۳۴ که همزمان با داوران رکود بزرگ اقتصادی بود، موجب شد تا نظر او در خصوص نقش‌محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین دلیل وی را «پدر کارآفرینی» لقب داده‌اند. از نظر وی «کارآفرین نیروی محرکهٔ اصلی در توسعهٔ اقتصادی است» و نقش کارآفرینی عبارت است از «نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد»

سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

به‌طورکلی و با عنایت به موارد اشاره شده در فوق، سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می‌توان به پنج دوره تقسیم نمود:

- دورهٔ اول: قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی: در این دوره به صاحبان پروژه‌های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه‌ها همانند ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و.... از سوی دولت‌های محلی به آنها واگذار گردید، کارآفرین اطلاق می‌شد، در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.
- دورهٔ دوم: قرن ۱۷ میلادی: این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره‌پذیری به کارآفرینی اضافه شد. کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می‌باشد.
- دورهٔ سوم: قرون ۱۸و ۱۹ میلادی: در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایهٔ مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند، بین کارآفرین و تأمین‌کنندهٔ سرمایه (سرمایه‌گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.
- دورهٔ چهارم: دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی: در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به‌عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.
- دورهٔ پنجم: دوران معاصر (از اواخر دههٔ ۱۹۷۰ تاکنون): در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و روند کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به‌عنوان تسریع‌کنندهٔ این سازوکار، جلب توجهٔ زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چندجانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌اند.
- تا دههٔ ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است:
- موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب‌های زندگی کارآفرینان و تاریخچهٔ شرکت‌های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پول‌دار شدن می‌باشد. این موج از اواسط دههٔ ۱۹۵۰ شروع می‌شود.

- موج دوم: این موج که شروع آن از دهۀ ۱۹۶۰ بوده شامل ارائۀ رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسری یافته است.
- موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولت‌ها به تحقیقات در زمینۀ کارآفرینی و بنگاه‌های کوچک، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهۀ ۱۹۷۰ آغاز شده است.

سابقۀ کارآفرینی در ایران

علی‌رغم اینکه در کشورهای پیشرفتۀ دنیا از اواخر دهۀ ۱۹۷۰ به بعد به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای درحال توسعه هم از اواخر دهۀ ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامۀ سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادتر شدن آن در دهۀ ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامۀ سوم توسعه، موضوع توسعۀ کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در برنامۀ اخیر، توسعۀ کارآفرینی در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و فلزات و همچنین مؤسسۀ جهاد دانشگاهی به‌دلیل ارتباط با فعالیت‌های آنها، مطرح شده است.

متأسفانه واژه کارآفرینی که ترجمه‌ای از کلمه Enterpreneurship است، موجب گردیده است که معنی ایجاد کار و یا اشتغال‌زایی از این واژه برداشت می‌شود. درحالی‌که کارآفرینی دارای مفهومی وسیع‌تر و با ارزش‌تر از اشتغال‌زایی است. این برداشت ناصحیح از این مفهوم و همچنین تورم نیروی انسانی بیکار در جامعه (به‌ویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی)، موجب شده بسیاری از سیاست‌هایی که برای توسعۀ آن اتخاذ شده و نیز در بخش‌نامه‌ها و سخنرانی‌های مسئولان در این‌خصوص، صرفاً جنبۀ اشتغال‌زایی برای آن در نظر گرفته شود. درحالی‌که کارآفرینی دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند: بارورشدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعۀ آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعۀ تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است و در صورتی‌که فقط به جنبۀ اشتغال‌زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی‌بهره خواهیم ماند.

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشدیابنده مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائۀ خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین «کارآفرینان» عوامل تغییر هستند که گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت‌انگیز نیز شده‌اند.

انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می‌باشند که از جملۀ آنها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و مهم‌تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال‌طلبی را می‌توان نام برد.

افراد از ویژگی‌های شخصیتی خاص و گوناگونی برخوردار می‌باشند. طبیعی است که برخی از ویژگی‌های کارآفرینان متمایز و برجسته از سایر افراد است. به‌طور مثال، داشتن خلاقیت و نوآوری، دارا بودن قدرت تحمل ابهام، داشتن اعتماد به‌نفس و عزت‌نفس، آینده‌نگر و عمل‌گرا بودن، و فرصت‌شناس بودن. شیوه‌های پرورش این ویژگی‌ها متفاوت است. مطالعه و بررسی در زمینهٔ اقدامات به‌عمل آمده در مورد موضوع کارآفرینی در کشورهای مختلف بیانگر آن است که دانشگاه‌ها در زمینه‌های آموزشی و پژوهشی پیش‌قدم بوده‌اند ولی فارغ‌التحصیلان بدون توجه و قصد به‌کارگیری آموخته‌ها و قدرت ابتکار خود در راستای شروع کار و ارائهٔ محصول و خدمت در بازار کار، چندان موفق نبوده‌اند.

برای ترویج روحیهٔ کارآفرینی از طریق ایجاد و حمایت از خلاقیت‌ها توسط اساتید محترم، چند راهکار می‌تواند مفید واقع گردد:

- طرح سؤالات و گاهی ایجاد محیط معماگونه در تدریس.
- آموزش نحوهٔ تفکر علمی و چگونگی آزمون فرضیه‌ها.
- تشویق دانشجویان به مشارکت و ذهن‌انگیزی در تدریس.
- محترم شمردن سؤالات اصیل.
- اجازه‌دادن برای برقراری ارتباط جهت گفتگو در مورد تجاربی که کسب کرده‌اند.
- تشویق به احساس عزت‌نفس و اعتماد به‌نفس.
- تشویق دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی به أخذ پایان‌نامه‌های مرتبط با مفاهیم کارآفرینی.

با توجه به اینکه یکی از پیامدهای مثبت کارآفرینی اشتغال مولد است طرح کاراد با هدف «ترویج و بهره‌مندی از پیامدهای مثبت» خود در بین دانشگاهیان و فارغ‌التحصیلان ارائه شده و به‌مورد اجرا گذاشته شده است.

مک کللند (۱۹۶۱) ویژگی‌های افراد کارآفرین را شامل انگیزهٔ پیشرفت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، خلاقیت و استقلال‌طلبی می‌داند. براساس تحقیقات انجام‌شده، پرورش ویژگی‌های ذکرشده در افراد باعث تقویت قابلیت‌های کارآفرینی آنان می‌شود (به نقل از احمدپور، ۱۳۸۷).

برخی تحقیقات نشان می‌دهند که در افراد قابلیت‌هایی وجود دارد که پرورش این قابلیت‌ها موجب کارآفرینی آنان می‌شود. از مهم‌ترین این ویژگی‌ها خلاقیت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، انگیزهٔ پیشرفت و استقلال‌طلبی است.

دراکر[1](۱۹۸۵) معتقد است که خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند، به‌حدی که کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد. سولومون[2](به نقل از فاریس[3]، ۱۹۹۹) با بررسی ۱۵۰ کارآفرین به این نتیجه رسید که انگیزهٔ کارآفرینان در شروع به کار، تصمیم به خلق چیزهای نو، بدیع و متفاوت است و سود اقتصادی انگیزه و محرک اولیهٔ رفتار کارآفرینان نبوده است. در همین ارتباط، شاین[4](۱۹۹۴) نیز عنوان کرده است که کارآفرینان

1. Druker
2. Solomon
3. Faris
4. Schein

واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می‌کنند تا انگیزه‌های اقتصادی همچنین، هوارد[1](۲۰۰۴)در پژوهشی تأثیر توسعهٔ قابلیت‌های کارآفرینی (استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزهٔ پیشرفت، کنترل درونی و اعتماد به‌نفس و جسارت خلاقیت) را بر کارآفرینی ۴۵۰ نفر از دانش‌آموزان مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که رابطهٔ مستقیمی بین این قابلیت‌ها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد. همچنین، ریسال[2](۱۹۹۲) نیز در پژوهشی خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده است.

در پژوهش‌های دیگری که در ارتباط با منبع کنترل و کارآفرینی افراد انجام شده‌است، کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی توصیف شده‌اند. احمد[3](۱۹۸۵) در پژوهشی نشان داد که افراد کارآفرین دارای کنترل درونی، تمایل به‌ریسک‌پذیری و انگیزهٔ پیشرفت هستند. آرشید (۱۳۶۷) در مطالعه‌ای دیگر نتیجه گرفته است که کارآفرینان موفق دارای منبع کنترل درونی هستند؛ یعنی موفقیت خود را به عواملی چون تلاش، کوشش و توانایی‌های فردی خود نسبت می‌دهند. در پژوهشی دیگر پوستیگو[4](۲۰۰۲) با بررسی و ارزیابی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی دانشجویان در کشور آرژانتین بیان کرد که از نظر دانشجویان مهم‌ترین دوره‌ها برای آموزش کارآفرینی دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری است.

عزیزی (۱۳۸۲) در بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دانشگاه شهید بهشتی نتیجه گرفته است که بین متغیرهای اعتقاد به کنترل درونی، انگیزهٔ پیشرفت، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و خلاقیت دانشجویان با کارآفرینی آنان رابطهٔ معناداری وجود دارد.

در تحقیقی دیگر خدمتی توسل (۱۳۷۹) زمینهٔ بروز و پرورش کارآفرینی در بین دانش‌آموزان دبیرستان‌های پسرانه شهرستان کرج را از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان مورد بررسی قرار داد. نتیجهٔ این تحقیق نشان داد که زمینه‌های انگیزه پیشرفت، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی دانش‌آموزان بالاتر ازسطح میانگین بوده است. برومند نسب (۱۳۸۱) نیز به بررسی رابطهٔ انگیزهٔ پیشرفت، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و عزت‌نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز پرداخت. پژوهش وی نشان داد که بین انگیزهٔ پیشرفت و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان رابطهٔ معناداری وجود دارد. یارائی (۱۳۸۳) در مطالعه‌ای دیگر با بررسی برخی روحیات کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز و مقایسهٔ آن با مدیران صنایع به این نتیجه رسید که مدیران از انگیزهٔ پیشرفت بالاتری نسبت به دانشجویان برخوردارند و ریسک‌پذیری دانشجویان از مدیران صنایع بالاتر بوده است.

همچنین، بین ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان با جنسیت، سن، محل تولد و سطح تحصیلات والدین رابطهٔ معناداری وجود ندارد. هزارجریبی(۱۳۸۲) در پژوهشی دیگر نشان داده است که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزش مهارتهای فردی، انگیزهٔ پیشرفت، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد.

---

1. Howard
2. Rissal
3. Ahmed
4. Postigo

پژوهش حاضر در پی تعیین میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش است. فرضیه‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

۱. میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش بالاتر از حد میانگین است؛ ۲. بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان سال اول و سال آخر تفاوت معناداری وجود دارد؛ ۳. بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان مراجعه‌کننده به مرکز کارآفرینی و سایر دانشجویان تفاوت معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع «توصیفی پیمایشی» است. جامعهٔ آماری این پژوهش شامل کلیهٔ دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ۲ شهر اصفهان اعم از دختر و پسر است که در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ مشغول به تحصیل می‌باشند. بر اساس فرمول کوکران (سرمد و بازرگان، ۱۳۸۶)، حجم نمونه ۲۷۴ نفر بر آورد شد. از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (پایهٔ دوم و پایهٔ سوم) استفاده شد.

ابزار اندازه‌گیری و روش گردآوری داده‌ها: با توجه به اهداف پژوهش از پرسش‌نامه به‌عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده شده است. از پرسش‌نامه قابلیت‌های کارآفرینی که ۵ مقولهٔ توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و مرکز کنترل درونی را با ۵۴ سؤال بسته پاسخ از نوع مقیاس درجه‌بندی لیکرت اندازه‌گیری می‌کرد، استفاده شد. روایی پرسش‌نامه‌ها از روش روایی محتوا با استفاده از نظر متخصصان مورد تأیید قرارگرفت. ضریب پایانی پرسش‌نامه از طریق فرمول آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه ۰/۸۹ برآورد شد.

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است. در سطح آمار توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین، واریانس و انحراف‌معیار به توصیف داده‌های پژوهش پرداخته شده است. در سطح آمار استنباطی نیز از آزمون‌های tتک‌متغیره استفاده شده است.

یافته‌ها

سؤال۱: میزان توفیق‌طلبی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ تا چه اندازه است؟

جدول ۱. مقایسهٔ میانگین نمرهٔ توفیق‌طلبی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیه ۲ با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف‌معیار	انحراف از میانگین	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
توفیق‌طلبی	۳/۲۱	۰/۲۷	۰/۰۱۶	۱۲/۶۵۱	۲۷۳	۰/۰۰۱

براساس یافته‌های جدول ۱ میانگین تأثیر نمرهٔ توفیق‌طلبی ۳/۲۱ است. t محاسبه‌شده از t جدول بزرگتر بوده است. بنابراین، میزان توفیق‌طلبی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیه ۲، بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

سؤال۲: میزان استقلال‌طلبی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ تا چه اندازه است؟

جدول ۲. مقایسهٔ میانگین نمره استقلال‌طلبی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف‌معیار	انحراف از میانگین	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
استقلال‌طلبی	۲/۸۱	۰/۳۸	۰/۰۲۳	۸/۰۴۵	۲۷۳	۰/۰۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۲ میانگین استقلال‌طلبی ۲/۸۱ است. t قدر مطلق محاسبه‌شده از t جدول بزرگتر بوده است. بنابراین، میزان استقلال‌طلبی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیه ۲، پایین تر از سطح متوسط می‌باشد.

سؤال۳: میزان ریسک‌پذیری در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ تا چه اندازه است؟

جدول ۳. مقایسهٔ میانگین نمره ریسک‌پذیری در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف‌معیار	انحراف از میانگین	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
ریسک‌پذیری	۳/۱۹	۰/۲۹	۰/۰۱۸	۱۰/۸۷۵	۲۷۳	۰/۰۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۳ میانگین نمرهٔ ریسک‌پذیری ۳/۱۹ است. t محاسبه‌شده از t جدول بزرگتر بوده است. بنابراین، میزان ریسک‌پذیری در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲، بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

سؤال۴: میزان خلاقیت در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیه ۲ تا چه اندازه است؟

جدول ۴. مقایسهٔ میانگین نمره خلاقیت در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف‌معیار	انحراف از میانگین	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
خلاقیت	۳/۱۵	۰/۳۱	۰/۰۱۹	۸/۰۳۴	۲۷۳	۰/۰۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۴ میانگین نمرهٔ خلاقیت ۳/۱۵ است. t محاسبه‌شده از t جدول بزرگتر بوده است. بنابراین، میزان نمرهٔ خلاقیت در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲، بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

سؤال۵: میزان شاخص مرکز کنترل درونی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیه ۲ تا چه اندازه است؟

جدول ۵. مقایسهٔ میانگین نمره شاخص مرکز کنترل درونی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف‌معیار	انحراف از میانگین	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
شاخص مرکز کنترل درونی	۳/۴۲	۰/۳۶	۰/۰۲۲	۱۹/۱۲۹	۲۷۳	۰/۰۰۱

براساس یافته‌های جدول ۵ میانگین نمرهٔ شاخص مرکز کنترل درونی ۳/۴۲ است. t محاسبه‌شده از t جدول بزرگتر بوده است. بنابراین، میزان شاخص مرکز کنترل درونی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲، بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

سؤال۶: میزان قابلیت‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ تا چه اندازه است؟

جدول ۶. مقایسهٔ میانگین نمرهٔ شاخص مرکز کنترل درونی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف‌معیار	انحراف از میانگین	t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
قابلیت‌های کارآفرینی	۳/۱۷	۰/۲۰	۰/۰۱۲	۱۴/۴۶۵	۲۷۳	۰/۰۰۱

بر اساس یافته‌های جدول ۶ میانگین شاخص مرکز کنترل درونی ۳/۱۷ است. t محاسبه‌شده از t جدول بزرگتر بوده است. بنابراین، میزان شاخص مرکز کنترل درونی در دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیه ۲، بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی ۶ سؤال اساسی پرداخته شد که با توجه به نتایج به‌دست آمده، به هرکدام از این سؤالات به اختصار پرداخته می‌شود. در خصوص سؤالات ۱، ۳، ۴، ۵ یعنی «میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان در ابعاد توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و شاخص مرکز کنترل درونی بالاتر از حد میانگین است»، داده‌ها و یافته‌های مربوط نشان داد که نمرات قابلیت‌های کارآفرینی (توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت، مرکزکنترل درونی دانش‌آموزان هنرستان‌های کاردانش ناحیهٔ ۲ شهر اصفهان از میزان متوسط نمرهٔ معیار بالاتر است و تفاوت به‌دست‌آمده در سطح (p =/۰۰۱) معنادار است. پس می‌توان نتیجه گرفت که

قابلیت‌های کارآفرینی در زمینه‌های توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و مرکز کنترل درونی در دانش‌آموزان هنرستانی بالاتر از میانگین قرار دارد. اما میانگین نمرات استقلال‌طلبی دانش‌آموزان از میزان متوسط نمرهٔ معیار پایین‌تر است. نتایج حاصل از این تحقیق در راستای پژوهش‌های دراکر (۱۹۸۵)، شاین (۱۹۹۴) و پوستیگو (۲۰۰۷) است. آنان خلاقیت را مهم‌ترین ویژگی کارآفرینان عنوان می‌کنند. همچنین، این نتایج با یافته‌های هاوارد (۲۰۰۹) که مهم‌ترین ویژگی کارآفرینان را خلاقیت و ریسک‌پذیری بالا می‌داند و تحقیقات سولمون (۱۹۸۵، به نقل از پوستیگو، ۲۰۰۷) که توفیق‌طلبی را از ویژگی‌های اصلی کارآفرینان می‌داند نیز همخوانی دارد. پژوهش‌های خدمتی توسل (۱۳۷۹) که نشان‌دهندهٔ نمرات بالاتر از حد میانگین دانش‌آموزان و یافته‌های احمد (۱۹۸۵) که اکثر افراد را دارای منبع کنترل درونی می‌دانند نیز این مطلب را تأیید می‌کنند. دلایل احتمالی بالاتر بودن نمرات قابلیت‌های کارآفرینی توفیق‌طلبی، کنترل‌درونی، ریسک‌پذیری و خلاقیت از میانگین را می‌توان این موارد عنوان کرد: شرایط محیطی، ارتباط با جامعهٔ کاری، محیط اجتماعی و موقعیت جوانی. اما پایین بودن نمرات استقلال دانشجویان را می‌توان به دلیل آموزش‌های هنرستانی ناکارآمد، ناتوانی جامعه در پرورش فرهنگ استقلال‌طلبی، شرایط سنی و زندگی با والدین عنوان کرد.

منابع

احمدپور، م.(۱۳۸۷)؛ کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها؛ تهران: انتشارات پردیس.

آرشید، ج. (۱۳۶۷)؛ بررسی رابطهٔ بین موفقیت شغلی معلمان و مرکز کنترل؛ پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه تهران.

بازرگان، ع.(۱۳۷۳)؛ «آموزش برای بخش کار آفرینی در بخش غیر متشکل»؛ دانش مدیریت، شمارهٔ ۲۵، ص. ۶.

برومند نسب، م.(۱۳۸۱)؛ بررسی رابطهٔ ساده و چندگانهٔ وضعیت اجتماعی- اقتصادی، انگیزهٔ پیشرفت، مخاطره‌پذیری، جایگاه مهار، خلاقیت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان شهید چمران اهواز؛ پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشکدهٔ علوم‌تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز.

خدمتی توسل، ص.(۱۳۷۹)؛ بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانهٔ دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان؛ پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشکدهٔ علوم‌تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران.

سرمد، ز. و ع بازرگان. (۱۳۸۶)؛ روش‌های تحقیق در علوم رفتاری؛ تهران: آگاه.

عزیزی، م. (۱۳۸۲)؛ بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دانشگاه شهید بهشتی؛ پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.

مشایخ، ف.(۱۳۸۸)؛ دیدگاه‌های نو در برنامه‌ریزی درسی؛ تهران: انتشارات سمت.

هزار جریبی، ج.(۱۳۸۲)؛ بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصهٔ نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران؛ رسالهٔ دکتری، دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.

یارائی، ع.(۱۳۸۳)؛ بررسی برخی روحیات کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه شیراز؛ پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه شیراز.

Ahmed, S. U.(1985); "Risk-taking Personality, Focus on Control and Entrepreneurship"; Personality and Individual Difference, Vol. 6, pp. 781-782.

Druker, P.(1985); The Discipline of Innovation; Harvard Business Review, May- June, pp. 67- 72.

Faris, S.(1999); "Seeking Entrepreneurial Origins: Are Entrepreneurs Born or Made?; Available at: http: www.celcee.edu./

Howard, S.(2009); Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation; University of South Florida Repot, pp. 3-17.

McClelland, D.(2007); The Achieving Society; Princeton: NJ, Van Nostrand.

Postigo, S.(2007); "Entrepreneurship Education in Argentina: The Case of Sananders University"; In Proceedings of the Conference Entitled, The Internationalizing in Entrepreneurship Education and Training; Malaysia.

Rissal, R.(1992); A Study of the Characteristics of Entrepreneurs in Indonesia; EDD Dissertation. U.S.A.: George Washington University .

Schein, E. H.(1994); "Entrepreneurs: What They're Really Like ;" Vocational Education Journal, Vol. 64, No. 80, pp. 42-44.

Schumpeter, J.(2001); The Theory of Economic Development; Cam

بررسی نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد فرصت شغلی در کارآموزان مرکز فنی و حرفه‌ای بیارجمند

مراد علی باقری[1]
فرشته دامغانی[2]

چکیده

از آنجایی‌که که کارآفرینان در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی نقش زیادی دارند و از سویی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با داشتن دو شاخص دانش نظری و دانش عملی و عملیات میدانی قرابت نزدیکی با این حوزه دارد. به‌نظر می‌رسد اهمیت آموزش کارآفرینی در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌تواند یکی از ابزارهای مهم در توانمندسازی کارآموزان کارجو باشد. در این تحقیق میزان نقش کار آفرینی در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در دو گروه کارآموز کارآفرین و غیرکارآفرین بررسی شد. نتایج نشان داد کارآفرینی رابطهٔ معناداری با آموزه‌های مهارتی دارد و کارآموزان کارآفرین با ویژگی‌های کارآفرینی نسبت به کارآموز غیرکارآفرین فرصت اشتغال بیشتری دارند.

واژگان کلیدی: آموزش، کارآفرینی، توانمندسازی.

۱. ارشد مدیریت منابع انسانی، کارمند رسمی مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای شمارهٔ ۱۱ بیارجمند،
Email:moradali.bagheri@yahoo.com
۲. ارشد زراعت، ایران، Email:freshteh.damghani@gmail.com

مقدمه

در جهان فراصنعتی امروز، توسعه به معنی عام بدون توجه به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای مفهوم نخواهد داشت. انقلاب علمی_ فنی، انقلابی عمیق و کیفی در نیروهای تولید و از آن جمله در نیروی انسانی و روش‌های تولید به‌وجود آورده است.

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای انجام فعالیت‌هایی است که می‌تواند فرد را برای احراز شغل، حرفه و کسب و کار آماده نماید یا کارایی و توانایی وی را در انجام آن افزایش دهد. کارآفرینی از آن جمله مفاهیمی است که در صورتی که دولت‌ها نسبت به آن اهتمام ورزند، ره چند صد ساله را در دهه‌ای خواهند گذراند.

رشد شتابان کارآفرینی در جهان چندی نیست که باعث تحول عظیم در رویدادهای اقتصادی از یک طرف و افزایش شکاف و فاصله میان کشورها شده است و عدم برنامه‌ریزی اجرایی صحیح در این حوزه این فاصله را بیش از پیش افزایش خواهد داد.

اهمیت و ضرورت تحقیق

کارآفرینان از عوامل ضروری تغییر در یک اقتصاد مبتنی بر بازارند، آنها امکان استفادهٔ مؤثر و فزاینده از منابع را فراهم می‌آورند و دادوستد بین بخش‌های مختلف با امکانات و اولویت‌های متفاوت را تسهیل می‌سازند. همچنین رفتار کارآفرینانه، عامل شتاب‌دهندهٔ تولید، انتشار و کاربرد ایده‌های نوآورانه است و در جوامع دستخوش تغییرات سریع اقتصادی نیز، کارآفرینی تأثیرات زیانبار اجتماعی را از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی تعدیل می‌بخشد. به طورکلی، کارکرد کارآفرینانه هم به روی نرخ رشد بنگاه‌های جدید تأثیر دارد و هم شانس بقا و رشد بنگاه‌های موجود را افزایش می‌دهد.

اما به دلایل بسیاری، ایجاد یک ارتباط آماری بین کارآفرینی و میزان استخدام آسان نیست. کارآفرینی را نمی‌توان مستقیماً اندازه گرفت زیرا غالباً پنهان است و حضور آن در رفتاری است که نمایانگر کارآفرینی است. حتی اینکه کارآفرینی چگونه بروز می‌کند، خود موضوعی است که همواره درحال تغییر است. حتی اگر در مواردی مستقیماً قابل اندازه‌گیری باشد، باز هم برای ایجاد چنین ارتباطی، مشکلات وجود خواهد داشت.

پیشینهٔ تحقیق

تاریخچهٔ آموزش کارآفرینی

گرچه کاربرد واژهٔ کارآفرینی سابقه‌ای چندساله دارد، ولی تحقیقات این رشته از اوایل دههٔ ۷۰ میلادی در آمریکا شروع شد. این تحقیقات در پی تغییرات جامعه‌شناختی و ارزشی به‌وجود آمده در سطح جامعه بود که منجر به ایجاد میلیون‌ها کسب و کار خود اشتغال گردید. در سال ۱۹۷۳، برای اولین بار دانشگاه کالگری مجوز تأسیس دورهٔ کارشناسی ارشد را دریافت کرد و کارآفرینی، به عنوان یکی از زمینه‌های اصلی، مورد توجه قرار گرفت.

فرآیند کارآفرینی

نگاه کارآفرینانه

کارآفرینان، افرادی هستند که فرصت‌ها را درک می‌کنند و خلاءها را می‌بینند. درک فرصت‌ها توسط این افراد، ممکن است از طریق بازارگردی، ارتباط با محیط زندگی، بازار و یا ارتباط با افراد در جلسات یا نگاه به تلویزیون، رسانه‌ها، شبکه اینترنت و... حاصل شود، که به آن نگاه کارآفرینانه یا نگاه جستجوگرانه، نگاه فرصت‌گرایانه، در پی شکار فرصت و ...گفته می‌شود.

خلاءهای بازار با نگاه کارآفرینانه، به خوبی دیده می‌شود و انگیزه‌ای برای اقدام به راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد؛ به عبارت بهتر، افرادی که تمایل به ایجاد کسب و کار دارند، بایستی این نگاه را در خود تقویت نمایند. با توسعه و ترویج این دیدگاه در درون خانواده‌ها، مدارس و... به تقویت این نگاه که در کل منجر به نوآوری و ایجاد کسب و کار می‌شود، کمک خواهد شد.

اهداف تحقیق

اهداف آموزش کارآفرینی

به طور کلی هدف‌های مورد نظر در آموزش کارآفرینی به شرح ذیل می‌باشند:

الف. کسب دانش مربوط به کارآفرینی: دانش بسیاری را می‌توان از طریق آموزش کارآفرینی در زمینه‌هایی همچون تعریف کارآفرین، کارآفرینی، تاریخچهٔ کارآفرینی، ویژگی‌های افراد کارآفرین، سیر تئوریک مباحث کارآفرینی، مزایای کارآفرینی و زندگی‌نامهٔ کارآفرینان بزرگ کسب کرد.

ب. حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره‌وری: از آنجا که از یک سو کشاورزی دیگر کمتر می‌تواند اشتغال‌زا باشد و از سوی دیگر فراگیری و ورود به کارهای سودآور نیز برای همه میسر نیست، به نظر می‌رسد آموزش کارآفرینی راه‌حل مطلوبی برای حل مشکلات اشتغال و بهره‌وری است.

ج. شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه: ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه نیازمند شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های آن است. این هدف به طور عمده در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی، ترویجی و آموزشی پیگیری می‌شود.

د. القای مخاطره‌پذیری با استفاده از فنون تحلیلی: برای کارآفرینی باید شجاعتی عاشقانه و زیرکانه داشت که خود متکی به دو عامل یکی اعتماد به‌نفس (برای آموختن چیزهایی که نمی‌دانیم) و دیگری شجاعت (برای رویارویی با شکست یا پذیرش مخاطره) است.

ه. تجدید نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر: کارآفرینی یکی از عواملی است که سبب رشد و توسعهٔ اقتصادی کشورها در عصر حاضر می‌شود. این نقش کلیدی کارآفرینی بیش از هر چیز معطوف به قبول انعطاف ساختارهای سازمانی و اعمال استراتژی‌های تغییر و تحول مستمر و پویا در سیستم‌ها، فرایندها و در نهایت کالاها و خدمات است.

روش شناسی

روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، تحقیق پیمایشی می‌باشد. در ابتدا با بررسی منابع، تحقیقات و مطالعات، شاخص‌های آماده‌سازی و توانمندسازی کارجویان برای کارآفرینی در هنگام مهارت‌آموختگی مشخص شد. سپس این شاخص‌ها در مصاحبه‌های متمرکز بر گروه با صاحب‌نظران مورد بحث قرار گرفت. نتایج بحث در گروه به صورت تحلیل محتوا دسته‌بندی و مشخص شد. در مرحلهٔ بعد شاخص‌های به‌دست آمده طی یک پیمایش به‌صورت پرسش‌نامهٔ تحقیق برای افراد مورد مطالعه ارسال و پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها شد. جامعهٔ آماری پژوهش شامل کارجویان مهارت‌دیده مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای بیارجمند از ابتدا سال ۱۳۸۸ تا پایان سال ۱۳۸۹ بود که شامل ۶۵۰ نفر می‌شود. با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونهٔ کوکران، تعداد نمونهٔ تحقیق ۱۰۰ نفر تعیین گردید. در مرحلهٔ بعد به‌صورت تصادفی ۵۰ نفر مهارت‌دیدهٔ کارآفرین و ۵۰ نفر مهارت‌دیدهٔ غیرکارآفرین انتخاب شدند.

یافته‌ها و بحث

الف- مهارت‌دیدگان مرکز

مرکز فنی و حرفه‌ای بیارجمند از فروردین سال ۱۳۸۸ اقدام به برگزاری دوره‌های آموزش مهارت در رشته‌های متنوع نموده است که تاکنون اقدام به برگزاری ۳۱ دورهٔ رشتهٔ مهارت که هر ۳۱ دوره به اتمام رسیده و کاراموزان آن روانهٔ بازار کار شده‌اند. این مرکز در مجموع ۶۵۰ نفر فارغ‌التحصیل داشته که شامل ۴۰۰ نفر زن و ۲۵۰ نفر مرد بوده است. علاوه بر آن مرکز در حال حاضر تعداد زیادی دوره‌های آموزش مهارت در زمینهٔ صنعت، خدمات و کشاورزی در دست اجرا دارد.

ب- توانمندسازی مهارت‌دیدگان برای کارآفرینی

تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در آماده‌سازی و توانمندسازی کارجویان برای کارآفرینی آنها در جدول زیر آورده شده است. تأثیر آموزش‌ها در دو دستهٔ تأثیر بر ویژگی‌های شخصیتی و فردی و تأثیر بر ویژگی‌های شغلی آورده شده است که در مجموع ۲۸ مؤلفه می‌باشد. در جدول زیر میانگین نظرات فارغ‌التحصیلان براساس طیف لیکرت (تأثیری نداشته است=۰، خیلی کم=۱، کم=۲، تا حدودی=۳، زیاد=۴ و خیلی زیاد=۵) به صورت میانگین (X) آورده شده است. البته با توجه به اینکه نمونه‌های تحقیق شامل دو گروه می‌باشند:

الف. کارجویانی که با کارآفرینی باعث اشتغال خود شده‌اند.

ب. کارجویانی که کارآفرین نبوده و مشغول مشاغل آزاد می‌باشند.

میانگین نظرات آنها به صورت جداگانه آورده و مقایسه انجام شده است (جدول شمارهٔ ۲)

همان‌گونه که در جدول شمارهٔ ۱ مشخص شده است، کارجویانی که پس از اتمام دورهٔ مهارت به کارآفرینی مشغول شده و زمینهٔ اشتغال خود را فراهم نموده‌اند در مقایسه با کارجویان غیرکارآفرین دید بسیار مثبتی به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای داشته و میانگین نظرات آنها راجع به همهٔ مؤلفه‌های بالای ۴ (زیاد) می‌باشد. در صورتی که کارجویان

غیرکارآفرین همگی میانگین نظرات آنها راجع به تأثیر آموزش‌ها در حدود ۳ (تا حدودی) می‌باشد. از مهم‌ترین تأثیرات آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر روی ویژگی‌های شخصیتی و فردی فارغ‌التحصیلان می‌توان به افزایش روحیهٔ سودمداری، افزایش توانایی به‌کارگیری ریس‌کهای حساب‌شده، افزایش انعطاف‌پذیری، افزایش روحیهٔ پویایی و رهبری، تقویت و افزایش تلاش مؤثر و افزایش روحیهٔ توفیق‌طلبی نام برد. از تأثیرات مهم آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر ویژگی‌های شغلی کارجویان برای توانمندشدن جهت کارآفرینی می‌توان به افزایش دانش در رابطه با شناسایی مشاغل، افزایش انگیزه در ایجاد بنگاه‌های اقتصادی، افزایش انگیزه برای رسیدن به سود بالاتر و افزایش مهارت در ارائهٔ نوآوری در مشاغل، اشاره کرد.

جدول ۱. نظرات مهارت‌آموختگان درخصوص تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در آماده‌سازی آنها برای کارآفرینی

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به چه اندازه موارد زیر را در شما فراهم نموده است (مؤلفه‌های آماده‌سازی)	میانگین نظرات مهارت‌دیدگان کارآفرین (۵-۰)	میانگین نظرات مهارت‌دیدگان غیرکارآفرین(۵-۰)
الف . ویژگی‌های شخصی وفردی		
افزایش روحیهٔ ابتکار و نوآوری	۴/۲	۳/۲
افزایش قدرت درک و شناخت	۴/۰۶	۳/۰۸
افزایش قابلیت ایجاد تغییر	۴/۳	۳/۱۰
افزایش قدرت دوراندیشی	۴/۱۸	۳/۲۲
افزایش خلاقیت	۴/۴	۳/۶
افزایش اعتماد به نفس	۴/۰۸	۳/۸
افزایش انعطاف‌پذیری	۴/۵۶	۳/۹
افزایش توانایی به‌کارگیری ریسک‌های حساب‌شده	۴/۱	۳/۰۴
افزایش روحیهٔ پویایی ورهبری	۴/۶	۳/۲۹
افزایش واکنش مناسب در برابر پیشنهادات	۴/۰۲	۳/۱۱
افزایش قدرت تعامل با دیگران	۴/۸	۳/۱۸
افزایش قدرت چالش با دیگران	۴/۳	۳/۰۳
تقویت و افزایش تلاش مؤثر	۴/۹	۳/۰۸
افزایش واکنش مثبت در برابر انتقادات	۴/۱۶	۳/۱۳
افزایش پشتکار و قاطعیت	۴/۲۰	۳/۴۰
افزایش قدرت تدبیر	۴/۲۵	۳/۴۵
افزایش روحیهٔ توفیق‌طلبی	۴/۳۵	۳/۵۲
افزایش روحیهٔ استقلال طلبی	۴/۶۲	۳/۱۱
افزایش روحیهٔ سودمداری	۴/۶۸	۳/۳۳
افزایش خوش‌بینی و دید مثبت	۴/۴۲	۳/۶۷

ویژگی‌های شغلی		
افزایش دانش و آگاهی در برابر شرایط بازار	۴/۲۱	۳/۰۸
افزایش دانش و آگاهی در برابر فناوری‌های نوین	۴/۱۲	۳/۱۵
افزایش مهارت در ارائهٔ نوآوری	۴/۱۴	۳/۱۶
افزایش انگیزه در برابر ایجاد بنگاه زودبازده	۴/۰۸	۳/۷
افزایش روحیهٔ مدیریتی	۴/۱۴	۳/۵۲
افزایش انگیزه در هدفمندکردن مقاصد	۴/۳۵	۳/۳۶
افزایش ایجاد نوآوری‌های جدید	۴/۱۸	۳/۳۵
افزایش انگیزه برای رسیدن به سود بالاتر	۴/۲۲	۳/۴۲

جدول ۲. مقایسهٔ میانگین شاخص‌های نظرات کارجویان کارآفرین و غیرکارآفرین درخصوص تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای درآماده‌سازی آنها برای کارآفرینی

شاخص	میانگین	مقدار T	سطح معنی دار
شاخص نظرات کارجویان کارآفرین	۴/۳۱۴	۳/۲۹	
شاخص نظرات کارجویان غیرکارآفرین			

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به چه اندازه موارد زیر را در شما فراهم نموده است (مؤلفه‌های آماده سازی):

میانگین نظرات بر اساس تأثیری نداشته است=۰، خیلی کم= ۱، کم=۲، تا حدودی= ۳، زیاد= ۴، خیلی زیاد= ۵ محاسبه شده است.

از آزمون t برای مقایسهٔ میانگین شاخص‌های نظرات کارجویان «کارآفرین» و «غیر کارآفرین» استفاده شد که نتایج آن در جدول شمارهٔ ۲ آورده شده است. همان‌گونه که در جدول نشان داده شده، تفاوت بین میانگین‌ها معنی‌دار (در سطح ۱ درصد) می‌باشد. به عبارت دیگر، نظرات کارجویان کارآفرین راجع به تأثیرات آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در راستای کارآفرینی نسبت به کارجویان غیرکارآفرین تفاوت معنی‌دار داشته و این دسته کارجویان دید مثبت‌تری راجع به تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر توانمندسازی کارجویان برای کارآفرینی دارند. به عبارت دیگر، ویژگی‌ها و توانمندی‌های کارجویان نیز در استفاده و کاربرد آموزش‌ها دخیل بوده است.

نتیجه‌گیری

با بررسی روند رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، مشخص می‌شود که کارآفرینان در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی نقش زیادی داشته‌اند. یکی از کارکردهای اصلی آموزش در سطوح مختلف به‌ویژه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تربیت کارجویان خلاق و کارآفرین می‌باشد. علی‌رغم اهمیت آموزش کارآفرینی در تمامی رشته‌های فنی متأسفانه تاکنون توسعهٔ آنها مورد توجه جدی قرار نگرفته است.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌تواند در گسترش کارآفرینی مورد استفاده قرار گیرد. حضور کارجویان در میدان عمل و همچنین برخورداری توأم از تئوری و عملیات میدانی باعث آشنایی بیشتر آنها با مشاغل و افزایش مهارت‌های فنی و حرفه‌ای آنها خواهد شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با افزایش مهارت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی و شغلی کارجویان گامی اساسی در توسعهٔ کارآفرینی و اشتغال آنان می‌باشد. یافته‌های تحقیق بیانگر این بود که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌تواند با افزایش روحیهٔ ابتکار و نوآوری، افزایش قابلیت ایجاد تغییر، افزایش خلاقیت، افزایش اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری و... و همچنین با افزایش دانش و آگاهی درخصوص رشتهٔ مورد مطالعه، افزایش مهارت، افزایش روحیهٔ مدیریتی و افزایش انگیزه و... باعث آماده شدن و توانمندی کارجویان برای کارآفرینی شود.

پیشنهادات

- ✓ توجه بیشتر به گسترش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای،
- ✓ برنامه‌ریزی برای ارائهٔ آموزش‌های کارآفرینی توأم با فعالیت‌های عملی برای آشنایی بیشتر کارجویان با زمینه‌های فعالیت شغلی،
- ✓ اهتمام به ایجاد انگیزه درکارجویان برای ارائهٔ طرح‌های نوآوری در زمینهٔ شغلی مرتبط با رشته،
- ✓ ارتباط تنگاتنگ با بخش خصوصی برای استفاده از امکانات و تخصص آنها در آشنایی بیشتر کارجویان با زمینه‌های شغلی و کارآفرینی،
- ✓ شناسایی کارآفرینان بخش دولتی و خصوصی و معرفی آنها به کارجویان و تلاش درجهت برقراری ارتباط با آنها در راستای انتقال تجربیات به آنها،
- ✓ ایجاد مراکز مشاورهٔ کارآفرینی و اشتغال در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای،
- ✓ برگزاری جلسات، سمینارها و بزرگداشت‌ها در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای با حضور کارآفرینان منطقه.

منابع

باکینگهام. مارکوس، کلینتون. دونالد، کشف توانمندی‌ها، ترجمهٔ عبدالرضا رضایی‌نژاد، نشرفرا، ۱۳۸۳، ص۱۳-۱۴.
بلانچارد.کارلوس. راندولف، مدیریت تواناسازی کارکنان، ترجمه مهدی ایران‌نژاد پاریزی، نشر مدیران، ۱۳۷۸، ص۶۹.
جعفری قوشچی - بهزاد – راه‌های تواناسازی - تدبیر شمارهٔ ۱۱۹ دی ماه ۱۳۸۰.
حبیب ا... دعائی، مدیریت منابع انسانی، نشر دانشگاه فردوسی مشهد (۱۳۷۷)
دنیس، تی جف/ سیندیا دی اسکات مهارت‌های مدیریت برتر، توانمندسازی کارکنان زمینه‌ای برای مدیریت توانمند، مترجم : دکتر بهزاد رمضانی، نشر دایره (۱۳۷۷)
کاوی ، استفن. ۱۳۷۷. انسان‌های مؤثر. مترجم: مهدی قراچه داغی، نشر پیکان.
گیزلاهاگمن، انگیزش و مدیریت تحول، مترجم: علی محمد گودرزی، نشر مؤسسهٔ خدمات فرهنگی رسا (۱۳۸۰).

بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و حمایت از تولید ملی

حمیده بیرامی پور[1]
آرمان احمدی[2]

چکیده

فرآیند تغییر و تحول مستمر و پرشتاب در آغاز هزارهٔ سوم میلادی، از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری و از مهم‌ترین مشخصات بارز آن به‌شمار می‌رود و فرآیند کارآفرینی و خلاقیت که اساس و بسترساز تغییر و دگرگونی است. در این‌خصوص نقش بنیادین و تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار جهان امروز که با تغییر و تحولات پرشتاب محیط بین‌المللی، گذر از جامعهٔ صنعتی به جامعهٔ اطلاعاتی و دگرگونی اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است. کارآفرینی را از عوامل اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و به‌مثابهٔ موتور توسعهٔ اقتصادی به‌کار می‌برند؛ زیرا می‌تواند در رشد و توسعهٔ اقتصادی کشورها که سبب افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی خواهد شد نقش مهمی داشته باشد. لذا، با توجه به اشباع بخش دولتی برای استخدام، توجه نسل جوان و تحصیل‌کرده به ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار با خلق ایده و نوآوری در تولید، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چنانچه به تعبیری می‌توان گفت بخش مهمی از تولیدات داخلی می‌تواند نتیجهٔ کارآفرینی افرادی باشد که با تکیه بر فکر و خلاقیت خود توانسته‌اند نیازها و احتیاجات خود و دیگران را تأمین کنند و نقش مهمی را در عرصهٔ اقتصادی داشته باشند. با توجه به اهمیت مباحث فوق و جایگاه اساسی کارآفرینی و تولید کار در حمایت از تولید ملی، مقالهٔ حاضر با دیدگاه توصیفی-تحلیلی به تشریح موضوع کارآفرینی و بررسی اهمیت و تأثیر آن در تولید ملی پرداخته و در نهایت به ارائهٔ پیشنهادهای کاربردی به‌منظور افزایش کارآفرینی در اقتصاد می‌پردازد که از جمله توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی در جامعه و حمایت دولت از کارآفرینان و نیز آموزش کارآفرینی توسط نهادهایی از جمله سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور می‌باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، تولید ملی، رشد اقتصادی، اشتغال.

---

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی و کارگزین ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمان،
Email: beyramipoorhamideh@yahoo.com

۲. کارشناس امور حقوقی و قراردادها، ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمان،
Email: a.comhmadihoghoghi@yahoo.com

مقدمه

فرآیند تغییر و تحول مستمر و پرشتاب در عصر کنونی از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری و از مهم‌ترین مشخصات بارز آن به‌شمار می‌رود و فرآیند کارآفرینی و خلاقیت که اساس و بسترساز تغییر و تحول و دگرگونی است، در این خصوص نقش بسیار بنیادین و تعیین کننده‌ای ایفا می‌نماید. افراد، سازمان‌ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پرشتاب همگام کنند، دچار حالت ایستایی و سکون شده و در آینده حضور فعالی نخواهند داشت.

توسعهٔ کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر کشوری است، به‌خصوص در کشور ما که وابستگی اقتصادی به سرانهٔ نفتی، نیاز به ایجاد اشتغال، تحریم‌های اقتصادی از سوی ابرقدرت‌ها از جمله معضلات محسوب می‌شود که در این راستا توجه به توسعه، ترویج و آموزش کارآفرینی به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر تبدیل گردیده است.

به اعتقاد جمع کثیری از اقتصاددانان و صاحب‌نظران، کارآفرینان موتور محرکهٔ رشد اقتصادی جوامع هستند که در یک محیط رقابتی و شرایط عدم تعادل، جامعه را به حرکت درآورده و توسعه می‌بخشند.

از سوی دیگر، می‌توان گفت نام‌گذاری سال جاری به عنوان "سال تولید ملی، حمایت از کار و سرمایهٔ ایرانی" از سوی مقام معظم رهبری، محمل بسیار خوبی برای تشویق تولید و کارآفرینی در جامعه است که در صورت گسترش کارآفرینی و مشاغل مرتبط با حوزه‌های گوناگون اقتصادی توسط نیروی انسانی ماهر و تحصیل‌کرده، پویایی و افزایش بهره‌وری و رشد و بالندگی اجتماع را به همراه داشته و قطعاً جذب سرمایهٔ ایرانی برای افزایش تولید ملی محقق خواهد شد.

تحقیق حاضر به دنبال آن است که ضمن مرور مختصری بر ادبیات کارآفرینی و تولید ملی، به بررسی تأثیرات کارآفرینی در تولید ملی پرداخته و کارآفرینی را به‌مثابهٔ بستری مناسب برای ارتقاء تولیدات دانسته و در نهایت راهکارهایی برای توسعهٔ کارآفرینی ارائه می‌نماید.

مرور برخی تعاریف کارآفرینی

کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای است که رشته‌های مختلفی همچون اقتصاد، روان‌شناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته‌اند. دربارهٔ کارآفرینی و فرد کارآفرین، تعاریف گوناگونی از سوی صاحب‌نظران ارائه شده که با توجه به وسعت سیطرهٔ کارآفرینی در رشته‌ها و علوم مختلف، تنوع تعاریف نیز امری غیر قابل انکار و ناگزیر است. در نتیجه ارائهٔ یک تعریف جامع که بتوان با آن، اجماع دیدگاه‌های صاحب‌نظران را جلب کرد دشوار می نماید. از این‌رو، در این بخش به ذکر برخی تعاریف کارآفرینی در جدول ۱ اکتفا می‌کنیم:

جدول ۱. تعاریف کارآفرین و کارآفرینی از دیدگاه برخی صاحب‌نظران

ردیف	صاحب‌نظران کارآفرینی	تعاریف کارآفرینی و کارآفرین
۱	ژان باتیست سی	کارآفرین فردی است که منابع اقتصادی را از حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود پائین‌تر است به حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود بالاتر است منتقل می‌کند.
۲	ژوزف شوپیتر	کارآفرین فردی است که ترکیبات جدید را در تولید ایجاد می‌کند و کارآفرینی عبارت است از عرضهٔ کالایی جدید، روشی جدید در فرایند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در کسب و کار
۳	کرایزنر	کارآفرینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده تأکید دارد.
۴	پیتر دراکر	کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت است.
۵	وسپر	کارآفرینان افرادی‌اند که رقابت را افزایش می‌دهند، به دنبال فرصت‌های مناسبی‌اند تا در محیط بازار، نیازهای برآورده نشده را برآورده کنند و عقاید جدید را خلق و اجرا کنند.
۶	تیمونز	کارآفرین، خلق چیزی ارزشمند از هیچ است.
۷	استیونسون	کارآفرینی عبارت است از پیگیری فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که در کنترل هستند.
۸	پارستون	کارآفرینی رفتاری مدیریتی است که فراتر از ظرفیت‌های افراد به‌طور دائم از فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج بهره‌برداری می‌کند.
۹	تامپسون	کارآفرینی موقعیت‌یابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها است.
۱۰	استونر	کارآفرین کسی که کسب و کار مخاطره‌آمیز و سازمان جدیدی را بنیان‌گذاری کند.
۱۱	احمدپور و مقیمی	کارآفرین فردی است که دارای ایده و فکر جدید می‌باشد و با بسیج منابع از طریق فرایند ایجاد کسب و کار (کسب و کار الکترونیکی یا اینترنتی)، کسب و کار خانگی، کسب و کار کوچک و متوسط) که توأم با مخاطرهٔ مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می‌کند.

اهم ویژگی‌های افراد کارآفرین

هر فرد کارآفرین برای صاحب کار شدن و مدیریت در کسب و کار، به شیوهٔ فردی خود عمل می‌کند. کارآفرین بودن یعنی، درهم آمیختن ویژگی‌های شخصی- ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار. بسیاری از ویژگی‌های شخصی را می‌توان پرورش داد و به کمک آن در کسب و کار (به‌معنی اعم عبارت از فکر تولید، فروش، سود و گرایش بهینه و سریع سرمایه‌های

مادی و معنوی) به موفقیت دست یافت. اکثر مردم این قابلیت را دارند که ویژگی‌ها را به‌کار گیرند. کارآفرین بودن یعنی توانا بودن در کشف و ارزیابی فرصت‌ها، جمع‌آوری منابع لازم و عمل کردن به‌گونه‌ای که از فرصت، بهره‌برداری شود. کارآفرین، هدایت‌کننده است و باید در اجرای اکثر فعالیت‌های خود از صفت رهبری برخوردار باشد. او به طرزی حساب‌شده ریسک می‌کند و از دست زدن به کارهای بزرگ و کم‌خطر لذت می‌برد. لیکن، هیچ‌گاه بی‌گدار به آب نمی‌زند.

تولید ملی، ضرورت و ویژگی های آن در جامعه اسلامی

برخی تولید را ایجاد فایده و مطلوبیت برای ارضای خواسته‌های انسان می‌دانند و برخی دیگر آن را انجام رشته‌ای از فعالیت‌هایی می‌پندارند که به‌وسیلهٔ آنها عوامل و منابع تولید تغییر شکل می‌یابند و به کالاها و خدمات تبدیل می‌شوند. اما به طورکلی، می‌توان گفت که تولید عبارت است از روند ترکیب عوامل تولید برای تهیهٔ کالاها و خدمات مورد نیاز بشر، و تولید ملی عبارت است از فرآوری و ایجاد ارزش افزوده از طریق تبدیل منابع موجود اعم از علم و دانش یا مواد خام و مواد اولیه به کالا و خدمات یا محصولات جدید برای تأمین نیازهای جامعه با استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های داخلی.

تولید ملی در اصطلاح اقتصاد متعارف عمدتاً تولید ناخالص داخلی نامیده می‌شود که جنبهٔ کمّی داشته و جنبه‌های کیفی و معنوی کار تولید را مدنظر ندارد، در حالی که در یک جامعهٔ اسلامی تأثیر تولید در تکامل و تعالی آحاد جامعه، رفع نیازهای ضروری، رعایت احکام الهی، رعایت حقوق، عزت نیروی کار و... مدنظر است، بنابراین، در یک کشور اسلامی، تولید ملی دارای ویژگی‌هایی از این قبیل است:

الف. تولید ملی پاسخگوی نیازهای جامعهٔ اسلامی بوده، به‌گونه‌ای که مسلمانان نباید دست نیاز به سوی بیگانگان دراز کنند. البته این به مفهوم خودکفایی جامعه در زمینهٔ تک‌تک نیازها نیست، بلکه جامعهٔ اسلامی باید تولیدات خود را با توجه به مزیت‌ها و نیازها اولویت‌بندی نماید و نیازهای ضروری خویش را به‌گونه‌ای خوداتکا تأمین کند و در ضمن به آنچنان توان اقتصادی و اقتداری برسد که دیگر نیازهای جامعه (که تاکنون خود نتوانسته‌است بدان دست یابد یا در اولویت دستیابی به صورت خوداتکا نبوده است) از طریق برقراری معاملات و مبادلات بین‌المللی و تجارت خارجی بدون آنکه عزت جامعهٔ اسلامی مخدوش شود، قابل تأمین و دستیابی باشد.

ب. تولید در جامعهٔ اسلامی با رعایت اولویت‌های آن برای حفظ استقلال سیاسی کشور، برقراری امنیت غذایی و دارویی، توازن قدرت کشور در بین کشورهای رقیب یا متخاصم، برقراری عدالت اجتماعی، هدایت، تربیت و توانمندسازی آحاد جامعه، برقراری امنیت اجتماعی، تأمین نیازهای ضروری امت اسلامی و... صورت می‌گیرد.

ج. تولید در جامعهٔ اسلامی انواع فعالیت‌های اقتصادی مشتمل بر تولید کالاها و خدمات، کشاورزی و دامپروری، احیای زمین، فعالیت‌های دستی و صنعتی شهری، روستایی و عشایری، دفاعی، عمرانی و... را دربرمی‌گیرد.

د. تولید در یک جامعهٔ اسلامی با رعایت موازین اسلامی و رعایت حلال و حرام، حقوق الهی، حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده، نیروی کار، تأمین‌کنندهٔ سرمایه، تأمین‌کنندهٔ مواد و انرژی، توزیع‌کننده و ارائه‌کنندهٔ خدمات حمل و نقل، فروشنده و ارائه‌دهندهٔ خدمات بعد از فروش، حقوق محیط‌زیست و حقوق جماد و نبات و... صورت می‌گیرد.

د. کار و اشتغال در زمرهٔ عبادات و از عوامل سازندهٔ انسان‌ها به‌شمار می‌آید و داشتن وجدان کاری، آمادگی برای انجام کیفی کار، داشتن انگیزهٔ الهی و روح مجاهده و ... در زمرهٔ ارزش‌های اسلامی قرار دارند و تنبلی و کاهلی، سرهم‌بندی کارکردن، تکدی‌گری و... در زمرهٔ ضدارزش‌ها برای جامعهٔ اسلامی هستند.

ه. توانمندسازی آحاد جامعه برای دستیابی به توان حرفه‌ای و تخصصی اشتغال و دسترسی عادلانه به منابع و ابزارهای تولیدی و فرصت‌های برابر تحصیلی و شغلی نسبت به بازتوزیع ثروت در جامعه تقدم دارد، گرچه همگی در زمرهٔ مصادیق تحقق عدالت تلقی شوند.

و. نیروی انسانی رکن اصلی تولید محسوب شده و در تسهیم ارزش افزودهٔ تولید، رعایت عدالت در تقسیم سود بین نیروی کار، صاحبان سرمایه، دارندگان فناوری و دیگر ذی‌نفعان ضروری است.

ز. همان‌گونه که برای انسان‌ها، تکامل در چرخهٔ عمر امری پسندیده است، ارزش‌آفرینی حداکثری از طریق نوآوری وکارتولیدی روی هر یک از مواد و قطعات با توجه به حرکت جوهری جمادات است که این امر مستلزم به‌کارگیری دانش سطح بالاتر و دستیابی به فناوری‌های پیشرفته در یک جامعهٔ اسلامی است.

ح. تقدم فعالیت‌های تولیدی در یک جامعهٔ اسلامی با بخش‌های مردمی، عمومی، تعاونی، خصوصی و دولتی است و ابزار کار و توان تولید باید در دسترس عموم باشد تا در قالب تقدم رتبی فوق برقرار شود و حضور دولت برای اعمال حاکمیت و تولیدات فرهنگی و تربیتی و تولیداتی که دیگر بخش‌ها برای تولید آن پیشقدم نباشند، ضروری است.

ط. امنیت سرمایه‌گذاری برای صاحبان ثروت‌های مشروع، همچون امنیت شغلی برای صاحبان حرف و مشاغل حلال و امنیت اجتماعی برای آحاد جامعه باید در جامعهٔ اسلامی رعایت شود.

کارآفرینی، تولید ملی و توسعهٔ اقتصادی

تولید ملی، حمایت از کار و سرمایهٔ ایرانی به‌عنوان یکی از اهداف والای نظام اسلامی، موضوعی است که امسال با نامگذاری از سوی مقام معظم رهبری و با عنایت به مقتضیات بین‌المللی و مصالح داخلی، ایجاد یک عزم ملی را می‌طلبد که در راستای به‌کارگیری سرمایه‌های فراوان موجود در کشور و ایجاد اشتغال مولد برای جوانان به‌ویژه نیروهای تحصیل‌کردهٔ این مرز و بوم، تولید ملی را یاری کرده و زمینه‌های درآمدزایی بیشتر را برای جامعهٔ اسلامی و ارتقاء سطح رفاه فراهم کنیم.

با توجه به در حال توسعه بودن کشور عزیزمان، ایران اسلامی و انجام تحقیقات، سمینارها و برگزاری دوره‌های دانشگاهی چندسالهٔ اخیر و توجه خاصی که دولت و مجلس در

برنامه‌های توسعهٔ سوم و چهارم به امر کارآفرینی و مسألهٔ ایجاد اشتغال داشته و دارند و اهمیتی که صنایع به توسعه و کنترل همزمان فعالیت‌های اقتصادی نوپا می‌دهند، گواه این مدعا و باور است که کارآفرینی و عهده‌دار شدن جوانان در انجام پروژه‌های اقتصادی امری لازم، ضروری و غیر قابل انکار است.

از سوی دیگر، دستیابی به آرمان‌های چشم‌انداز بیست‌ساله که جایگاه شایسته‌ای را برای کشور فراهم می‌کند و همچنین حل مشکلات فعلی جامعه نیز تنها از طریق اجرای استراتژی توسعهٔ کارآفرینی و به تعبیری جایگزینی اقتصاد کارآفرینی به جای اقتصادی نفتی امکان‌پذیر است. بدون توجه به نقش کارآفرینی در توسعهٔ کشور، تحقق هدف‌ها امکان‌پذیر نیست و تلاش‌های در حال انجام را ناکام می‌گذارد و با ادامهٔ وضع موجود، همچنان منابع را به هدر می‌دهد و حجم و پیچیدگی مشکلات را اضافه می‌کند. بنابراین، توجه جدی به موضوع کارآفرینی و تدوین و اجرای برنامهٔ ملی توسعهٔ کارآفرینی برای کشور بسیار حیاتی است.

کارآفرینی و تولید کار در حمایت از تولید ملی نقش مهم و جایگاه اساسی دارد. بخش مهمی از تولیدات داخلی می‌تواند نتیجهٔ کارآفرینی افرادی باشد که با تکیه بر فکر و خلاقیت خود توانسته‌اند نیازها و احتیاجات خود و دیگران را تأمین کنند و نقش مهمی را در عرصهٔ اقتصادی داشته باشند.

در جوامع توسعه‌یافته مسیرهای نیل به توسعهٔ اقتصادی از جنبه‌های متعدد قابل بررسی است. یکی از عواملی که توسعه و ترقی این جوامع را فراهم می‌سازد وجود افراد خلاق، مطلع و جسوری است که با اندیشه‌ها و تفکرات خود، برنامه‌های مکتوب را به واقعیت تبدیل ساخته و با پشت‌سر نهادن مشکلات مختلف، صبورانه و مدبرانه برنامه‌های خود را عملیاتی و کاربردی نموده‌اند. بنابراین، فقط با تکیه بر جنبه‌های فناورانه و تکنولوژی صرف نمی‌تواند جامعه را به مرزهای توسعه نزدیک سازد، بلکه تولید کار و شغل زمینه‌ساز توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی است.

اشتغال و اهمیت تولید، حفظ و توسعهٔ شغل از مباحث مهم و استراتژیکی اقتصاد است که مدیران و سرمایه‌گذاران هر جامعه‌ای نقش آن را در تولیدات داخلی کشور مهم قلمداد می‌کنند. افراد هر جامعه، تمایلات و علایق و توانایی و مهارت‌های مختلفی دارند که به منصه ظهور رساندن این استعدادها و عینی نمودن آن به‌صورت یک فعالیت تولیدی و شغلی می‌تواند نیازهای متنوع جامعه را تأمین سازد، از این‌رو، حمایت از کارآفرینان و افراد خلاق و نوآوری که توانایی ایجاد شغل برای افراد مختلف را دارند در حمایت از تولید ملی نقش مهمی ایفا می‌کند.

کارآفرینان با بهره‌گیری از نیرویی که در خود برای حل خلاقانهٔ مسأله، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و ... سراغ دارند، قادرند به زیرکی و ظرافت و سرعت هر چه تمام‌تر، تهدیدات و تنگناهای محیطی را تبدیل به فرصت کنند و در شرایط سخت مثل کمبود ارز، تورم، جنگ و ... فرصت‌های جدیدی را کشف و از آنها بهره‌برداری کنند که هم به نفع خود آنها و هم نهایتاً منجر به رفع تنگناهای جامعه می‌شود.

یافته‌ها

در این بخش به ارائهٔ برخی تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بررسی منافع حاصل از کارآفرینی و چگونگی اثرگذاری آنها در حمایت از تولیدات ملی می‌پردازیم.

کارآفرینان از عوامل ضروری تغییر در اقتصاد مبتنی بر بازارند. آنها امکان استفادهٔ مؤثر و فزاینده از منابع را فراهم آورده و با داد و ستد بین بخش‌های مختلف، امکانات و اولویت‌های متفاوت را امکان‌پذیر می‌سازند.

کارآفرینی در زمینه‌های مختلف، اثراتی مثبت و سازنده داشته و زمینه‌ساز افزایش تولید می‌گردد که در ذیل به ذکر مهم‌ترین آنها می‌پردازیم:

•اشتغال‌زایی و رفع بیکاری: به تعبیری می‌توان گفت اولین و مهم‌ترین نقش کارآفرینی در جامعه، ایجاد اشتغال و رفع بیکاری است. کارآفرینان برای خود و دیگر افراد اشتغال ایجاد می‌کنند و با تشکیل فعالیت‌های کار گروهی، خود به حل مشکلات و نیازهایشان می‌پردازند. کارآفرین منتظر نمی‌ماند تا دولت برای او فرصت کاری ایجاد کند، بلکه با به‌کارگیری توانایی‌های ذاتی و اکتسابی خود، فرصت‌های کاری را که افراد عادی توجه چندانی به آنها ندارند، دریافته و با طراحی، راه‌اندازی و مدیریت واحد جدید برای خود و دیگران اشتغال و درآمد خلق می‌کند. یکی از نتایج اشتغال‌زایی به مسألهٔ تولید ملی برگشته و رفع بیکاری و ایجاد اشتغال موجب حمایت از تولید ملی خواهد شد؛ به‌ویژه مسألهٔ زنان که در کشور ما وضعیت بازار کار و سیاست کاهش تصدی‌گری دولت، اشتغال این طیف را دچار بحران ساخته و لذا موجب گردیده زنان بیش از گذشته رویکرد کارآفرینی داشته باشند.

•پیشرفت فناوری: کارآفرین با ایجاد شغل و فعالیت‌های متنوع از فناوری و تکنولوژی بهره برده و در عین حال فناوری نیز ایجاد می‌کند. کارآفرینان با خلاقیت و استعداد خود قادرند فناوری را توسعه و بسط دهند. پیشرفت فناوری موجب بهبود شرایط اقتصادی و فنی عرصه‌های تولیدی می‌شود ومیزان تولیدات داخلی را افزایش می‌دهد.

•افزایش سرمایه: اشتغال‌زایی و ایجاد کار موجب استفاده از سرمایه‌های راکد در فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی می‌گردد و با گذشت زمان بر میزان سرمایه‌ها می‌افزاید. کارآفرینی موجب رشد سرمایه و چرخش آن در فعالیت‌های اقتصادی جامعه می‌گردد و موجبات توسعه و رشد اقتصادی فراهم می‌گردد. راکد ماندن سرمایه‌های مردمی مهم‌ترین مانع در رشد تولید ملی می‌باشد که کارآفرینی این مشکل را حل می‌کند.

•تنوع بخشی به کسب و کار: کارآفرینان قادرند فرصت‌های کسب و کار را شناسایی کرده و افراد را در این فرصت‌ها مشغول به‌کار سازند. این امر حتی در مناطق محروم و روستایی که دور از ذهن است موجبات ایجاد اشتغال متنوع را فراهم می‌سازد. گسترش فعالیت‌های شغلی و تولیدی در مناطق محروم کشور موجب حمایت از تولیدات داخلی می‌شود.

•استفاده از منابع بومی و عامل تجدید حیات ملی و محلی: با کارآفرینی از منابع و امکانات محلی و بومی حداکثر استفاده صورت می‌گیرد. یکی از خصوصیات کارآفرینی استفاده از منابع محلی و امکاناتی است که به‌نظر بی‌فایده می‌آید. استفادهٔ بهینه از این منابع

و به‌کارگیری آن در عرصه‌های تولیدی مهم‌ترین نقش را در حمایت نهادهای دولتی و سازمان‌های رسمی از کارآفرینی داشته و می‌تواند مشکلات و موانع موجود در این مسیر را برداشته و در نهایت موجب حمایت از تولید ملی گردد.

•فعال شدن منابع در جهت بهره‌وری عظیم ملی: استفادهٔ بهینه از منابع کشور موجبات رشد سریع‌تر در زمینهٔ اقتصادی را فراهم می‌آورد و از آنجا که کارآفرینی راهکاری است به سوی توسعهٔ اقتصادی، لذا شرایطی را جهت استفادهٔ هر چه بهتر از منابع مالی ایجاد کرده که این امر در نهایت به افزایش بهره‌وری و تولید منجر می‌شود.

نتیجه گیری و ارائه راهکارهای توسعه کارآفرینی در ایران

تلاش این تحقیق بر این بود که تصویری از کارآفرینی به عنوان راهکاری جهت ارتقاء تولید ملی ارائه داده و به بررسی نقش مثبت و سازنده‌ای که کارآفرینان در این زمینه دارند بپردازد.

بیکاری یکی از معضلات مهم، نه‌تنها برای کشورهای در حال توسعه، بلکه برای کشورهای توسعه‌یافته محسوب می‌شود. دستیابی به شغل و ایجاد درآمد می‌تواند شرایط معیشت را برای افراد و خانواده‌ها بهبود بخشد، به‌طوری‌که با گسترش کارآفرینی در جامعه می‌توان تولید ثروت کرد و در نهایت این امر منجر به توسعهٔ عدالت اجتماعی خواهد شد. مسئولان به‌طور عام در اکثر کشورهای در حال توسعه به‌دلیل عدم برنامه‌ریزی صحیح با افزایش نرخ بیکاری مواجه هستند. در چنین شرایطی باید به دنبال توسعهٔ کارآفرینی در جامعه بود و با توجه به نقش کارآفرینان در رشد و شکوفایی صنعتی و اقتصادی کشورها و نیز مسائل و تنگناهایی که از نظر اقتصادی و توسعهٔ صنعتی و علی‌الخصوص بیکاری وجود دارد، ضرورت ایجاب می‌کند تا به ترویج و توسعهٔ این مفهوم در سطح گسترده پرداخته شود.

با نگاهی به دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان، می‌توان راه‌های توسعهٔ کارآفرینی را به سه گروه رفتاری، ساختاری و زمینه‌ای تقسیم‌بندی کرد. در ذیل به ارائهٔ توضیحات مختصری برای هر طبقه‌بندی و ذکر عوامل تشکیل‌دهندهٔ آن در کشورمان خواهیم پرداخت:

راهکارهای رفتاری: کلیهٔ اقدامات و برنامه‌هایی که هدفشان ایجاد نگرش، دانش، مهارت و سرانجام ایجاد تغییر در رفتار افراد است.

راهکارهای ساختاری: کلیهٔ اقدامات و برنامه‌هایی که زیر ساختارهای دولتی و سازمانی را برای توسعهٔ کارآفرینی فراهم می‌سازند.

راهکارهای زمینه‌ای: کلیهٔ برنامه‌ها و اقداماتی که هدفشان افزایش آگاهی عمومی و ایجاد زیرساخت‌های فرهنگی- اجتماعی لازم برای توسعهٔ کارآفرینی در کشور است.

در پایان نیز به بیان برخی راهکارهای جهانی توسعهٔ کارآفرینی در جوامع می‌پردازیم:

آموزش کارآفرینی: آموزش کارآفرینی لازمهٔ توسعهٔ کارآفرینی است و بر همین اساس دولت‌ها بایستی در زمینهٔ سیاست‌گذاری اجرای برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ایفای نقش کنند. با اجرای سیاست آموزش می‌توان به اهدفی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره بردن از آنها، آشنایی با تکنولوژی و دانش فنی جدید و چگونگی به‌کارگیری آنها، شناخت روش‌های علمی جدید و مدیریتی و بازرگانی جامهٔ عمل پوشید که در این راستا نقش

سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مجریان و متولیان آموزش‌های غیر رسمی منجر به اشتغال در کشور، بر کسی پوشیده نیست.

توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی: با اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران و کارشناسان و متخصصان، در شرایط فعلی کشور بهترین روش ایجاد اشتغال و حل مسألهٔ بیکاری، گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه است، زیرا یکی از علل اصلی رشد نرخ بیکاری در کشور ما توسعه‌نیافتگی فرهنگ کار و کارآفرینی در جامعه است و اینکه مردم حتی تحصیل‌کرده‌ها و فرزندان خانواده‌های متمول هم دنبال این هستند که از طریق بخش دولتی کسب و کاری برای خود ایجاد کنند. نهایتاً اینکه ترویج فرهنگ کارآفرینی باید با ملزوماتی همراه باشد، بدین معنی که در جامعه‌ای که می‌خواهد کارآفرینی توسعه یابد، باید مناسبات اجتماعی و سیاسی در جامعه بر پایهٔ استعدادها و خلاقیت و کارآفرین بودن افراد باشد. در این جامعه افراد باید بیاموزند چگونه می‌توان به‌جای جلب رضایت صاحبان قدرت، در راه توسعهٔ سازندگی گام برداشت و تفکر حاکم بر جامعه هم یک تفکر علمی مایل به کسب اطلاعات و ابتکارات باشد. اگر جامعه‌ای قصد دارد که در آن کارآفرینی در بین افراد نهادینه شود باید فرهنگ کل جامعه به سمت و سوی فرهنگ کارآفرینی تحول یابد.

حمایت از کارآفرینان: ضروری است دولتمردان و برنامه‌ریزان اجتماعی، امکانات خود را برای حمایت از آنها گسترش دهند. هم‌اکنون در بسیاری از کشورها قوانین حمایت از کارآفرینی تنظیم شده و کارآفرینان همواره در حمایت دولت‌ها از طریق مؤسساتی که برای این‌منظور ایجاد شده است، قرار دارند. حمایت از کارآفرینان نه تنها می‌تواند باری از دوش دولت‌ها به لحاظ مسئولیت ایجاد اشتغال بردارد، بلکه حمایت از بخش خصوصی محسوب می‌شود، زیرا کارآفرینان با تکیه بر توانمندی خود و با حمایت دولت‌ها می‌توانند اشتغال را در کشورهای خود گسترش دهند و به تولید ثروت بپردازند. اکثر آنان منابع مادی لازم برای عملیاتی نمودن ایده‌ها و نوآوری‌های خود را ندارند و اگر مساعدت‌های جامعه نباشد، افکار و برنامه‌های مترقی آنان در نطفه عقیم خواهد ماند. پس لازم است ایده‌ها و فرصت‌های نوآورانهٔ آنها توسط جامعه درک گردیده و حمایت مالی لازم در راستای تأمین منابع سرمایه‌ای از طرح‌های مربوطه به‌عمل آید. یکی از سیاست‌های کاربردی در حمایت از کارآفرینان، اعطای وام و تسهیلات بانکی به تولیدکنندگان و کاهش موانع و بوروکراسی اداری راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد، به‌گونه‌ای که کارآفرینان بتوانند به دور از هرگونه ضوابط دست و پاگیر از آن بهره‌مند شوند.

منابع

سعیدی کیا، م. (۱۳۸۹). اصول و مبانی کارآفرینی، چاپ ۱۶، انتشارات کیا، تهران، صفحهٔ ۷.

احمدی، س ع و درویش، ح.(۱۳۸۷).مبانی کارآفرینی، چاپ ۱، انتشارات دانشگاه پیام‌نور، تهران، صفحهٔ ۱۵۴.

سلجوقی، س م. (۱۳۸۹).کارآفرینی ایجاد و توسعهٔ کسب و کار جدید، چاپ ۳، انتشارات خدمات فرهنگی، کرمان، صفحات ۲۱۸-۳۵-۱۶.

احمدپور داریانی، م و مقیمی، س م .(۱۳۸۸).مبانی کارآفرینی، چاپ ۷، انتشارات فراندیش، تهران، صفحات ۴۸-۴۶.
جهانگیری، ع و مبارکی، م. (۱۳۸۸). ارائهٔ چارچوب ادراکی مناسب از کارآفرینی در بخش دولتی، مجلهٔ توسعهٔ کارآفرینی، شمارهٔ ۳، صفحهٔ ۳۷.
ناهید،م. (۱۳۸۸). چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه، مجلهٔ بررسی‌های بازرگانی، شمارهٔ ۳۴، صفحهٔ ۴۱.
صمدآقایی، ج. (۱۳۸۸). سازمان‌های کارآفرین، چاپ ۳، انتشارات مؤسسهٔ عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران.
شاه حسینی، ع. (۱۳۹۰).کارآفرینی، چاپ ۳، انتشارات آییژ، تهران، صفحهٔ ۱۳۲.
اکبری،ک. (۱۳۹۰). توسعهٔ کارآفرینی، چاپ ۴، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران، صفحهٔ ۱۸۸.
احمدپور داریانی، م و ملکی، ع. (۱۳۹۰). کارآفرینی پیشرفته، چاپ ۲، انتشارات راه دان، تهران، صفحهٔ ۳۴۷.
احمدپور داریانی، م.(۱۳۸۹).کارآفرینی، چاپ ۹، انتشارات جاجرمی، تهران، صفحهٔ ۹.
ویسی، رو کریم‌زاده، پ .(۱۳۸۹)، توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها، دو فصل‌نامهٔ برنامه و بودجه، شمارهٔ ۱۱۱.
مقیمی، س م و پازوکی،آ .(۱۳۸۷)، دایره‌المعارف کارآفرینی، چاپ اول، انتشارات همپا، تهران.
جیمز ام، هیگینز .(۱۳۸۳)، صد و یک تکنیک حل خلاق مسئله، ترجمهٔ احمدپور داریانی، م، انتشارات امیرکبیر، تهران.
ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران .(۱۳۸۴)، مجموعه مقالات دومین همایش ملی نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در تحولات اقتصادی و اجتماعی، چاپ اول، بابلسر.
http://www.iranchek.mihanblog.com
http://www.avnaammar.ir
http://www.jahannews.com
http://www.rahtoosheh.com

بررسی نگرش دانشجویان پیرامون عوامل مؤثر بر کارآفرینی
مطالعهٔ موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان

هاجر امینی[۱]
دکتر بهجت یزدخواستی[۲]
موسی عسگریان[۳]

چکیده

کارافرینی، فرآیندی ارزشی است که منجر به تولید کالا یا خدمتی جدید می‌شود، به‌گونه‌ای که نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت جوامع ایفا می‌کند. دانشجویان به عنوان قشر تحصیل‌کرده‌ای که قرار است در آینده وارد بازار کار شوند، از مهم‌ترین گروه‌هایی هستند که با شناسایی و تجزیه و تحلیل نگرش آنان در زمینهٔ کارآفرینی می‌توان به سمت توسعه پیش رفت. از این‌رو، پژوهش حاضر با بررسی نگرش دانشجویان پیرامون عوامل مؤثر بر کارآفرینی صورت گرفته است. در این تحقیق با استفاده از روش پیمایش به بررسی موضوع پرداخته‌ایم. جامعهٔ آماری تحقیق، کلیهٔ دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان است که در سال ۱۳۹۱دانشجو می باشند. حجم نمونه به‌وسیلهٔ فرمول کوکران ۳۸۵ نفر تخمین زده شده که از این بین ۱۵۰ نفر پسر و ۲۳۵ نفر دختر می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و تصادفی و با ابزار پرسش‌نامه داده‌ها جمع‌آوری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار spss بهره گرفته شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد توسعهٔ کارآفرینی در بین پسران بیش از دختران جایگاه دارد. به‌گونه‌ای که ساختارهای فرهنگی اجتماعی کمتر زنان را به سمت کارآفرینی سوق داده است. سرمایهٔ اجتماعی و به‌خصوص دو مؤلفهٔ اعتماد اجتماعی و شبکه روابط اجتماعی قابل اهمیت ارزیابی شده است. الگوی نقش از دیگر عوامل مهمی است که دانشجویان آن را در رفتن به سوی کارآفرینی مؤثر می‌دانند. عامل رشتهٔ تحصیلی نیز در امر کارآفرینی مثبت ارزیابی شده است، به‌گونه‌ای که دانشجویان رشتهٔ فنی بیشتر به سمت کارآفرینی تمایل دارند، ولی دانشجویان رشته‌های علوم انسانی معتقدند زمینهٔ کارآفرینی برای آنان محدود است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، دانشجویان، سرمایهٔ اجتماعی، الگوی نقش.

۱. کارشناسی ارشد جامعه شناسی، Email: ha_amini_65@yahoo.com
۲. دانشیار دانشگاه اصفهان، Email: b.yazdkasti@ltr.ui.ac.ir
۳. کارشناس ارشد مدیریت، Email: asgarian.english@yahoo.com

مقدمه

کار و کارآفرینی مهم‌ترین مسأله اجتماعی و فرآیندی انسانی است که با دگرگونی‌های اقتصادی –اجتماعی پیوند محکمی دارد (گل آور، ۱۳۹۰: ۷۸).کارآفرینی باعث رشد و توسعهٔ اقتصادی کشورها شده و این امر در کشورهای در حال توسعه بیش از پیش نمایان است. جوامع برای دست‌یابی به مزیت‌های رقابتی و حل مسائل و مشکلات جامعه همانند بیکاری ملزم به توسعهٔ کارآفرینی می‌باشند. از این‌رو، آموزش کارآفرینی در حوزهٔ دانشگاه از جمله اقدامات راهبردی برای رشد کارآفرینی می‌باشد. آموزش افراد را مسئولیت‌پذیر کرده و آن‌ها را به کارآفرین و متفکران موفق در چالش‌های کسب و کار تبدیل می‌نماید. در کشور ما نیز در سال‌های اخیر توجه به مسئلهٔ کارآفرینی بیشتر شده است، به‌گونه‌ای که سازمان‌ها و دانشگاه‌ها رویکردی نوین به مسئلهٔ کار آفرینی پیدا کرده‌اند و نسبت به آموزش کارآفرینی و نقش آن در ایجاد، توسعه و تغییر در گرایش، دانش و مهارت دانشجویان همت می‌گمارند.

دانشگاه با توجه به موقعیت سازمانی خود به بحث کار آفرینی توجه ویژه داشته است. امروزه دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها دریافته‌اند که آن‌ها وارد محیط‌های کاری متغیر، پویا و پیچیده خواهند شد که عواملی مانند جهانی شدن، رقابت و رشد سریع فن‌آوری، دنیای فرصت‌های شغلی را تغییر داده، امروزه کارفرمایان به کارکنانی که رفتارها و گرایش‌های کار آفرینانه دارند نیاز دارند (ماوی، ۱۳۹۱: ۱۹). این امر نیاز به فارغ‌التحصیلان کارآفرین را بیش از پیش افزایش داده و گرایش دانشجویان را به سمت توسعهٔ کارآفرینی سوق داده است. از طرفی هم بیکاری بسیاری از دانش‌آموختگان دانشگاهی به‌عنوان یک مسئلهٔ مهم در جامعه سبب شده که به مسئلهٔ کارآفرینی قشر دانشجو توجه بیشتری شود. به‌گونه‌ای که می‌توان بیان نمود آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها تدوین سیاست‌هایی می‌باشد که دانشجویان و اعضای هیئت علمی را تشویق به قدم نهادن در امر خود اشتغالی می‌کند. لذا، برنامه‌های آموزشی و درسی باید به‌گونه‌ای تنظیم گردد که مهارت‌های فردی و تخصصی لازم را در اختیار دانشجویان قرار دهد. برنامه‌ریزی آموزش عالی با تدوین برنامه‌های آموزشی یکی از حوزه‌های مهمی است که نقش کلیدی در نهادینه کردن کارآفرینی با بازار کار دارد. از آنجایی که هدف آموزش‌های کارآفرینی، بهبود و ایجاد انگیزه در افراد به‌منظور گرایش به فرصت‌جویی، ابتکار، مخاطره‌پذیری و غیره است. از این‌رو، تدوین و برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی مرتبط با اشتغال و کارآفرینی، به‌منظور ارتقای دانش کاربردی، نحوهٔ تجاری‌سازی مهارت‌های شغلی، راه‌اندازی کسب و کار و تغییر نگرش دانش‌آموختگان، می‌تواند در دوره‌های آموزشی مختلف مورد توجه قرار گیرد. بنابراین، توسعهٔ کارآفرینی باید در ورودی، فرایند، محصول، خروجی و پیامد، به‌طور مستمر مورد توجه باشد تا بتوان دانش‌آموختگان کارآفرین، خلاق و توانمند تربیت کرد. سازمان فنی و حرفه‌ای با آموزش کارآفرینی در کنار آموزش‌های دانشگاهی موجب رشد بهره‌وری شده و از اتلاف منابع مادی و انسانی جلوگیری کرده است (عظیمی، ۱۳۸۲: ۲۴). با توجه به اینکه منابع انسانی از مهم‌ترین عوامل در توسعهٔ هر جامعه می‌باشد، بی‌شک تربیت نیروی انسانی متخصص، کارآمد و مورد نیاز در نهادهای آموزش و پرورشی یک اصل اساسی است. از طرفی هم گسترش

آموزش عالی و شرکت افراد در دوره‌های آموزش عالی از ویژگی برجستهٔ دنیای مدرن بوده ولی آنچه مهم است ارزیابی این دوره‌های آموزشی می‌باشد. با توجه به هدف تحقیق در این پژوهش به بررسی نگرش دانشجویان دربارهٔ عوامل مؤثر بر کارآفرینی خواهیم پرداخت. سؤال تحقیق: چه عواملی باعث گرایش دانشجویان به سمت کار آفرینی شده است؟

مبانی نظری

کارآفرینی مهم‌ترین مقدمهٔ ورود به توسعه‌یافتگی است. زیرا محور کارآفرینی عبارت است از انسان و اندیشه و خلاقیتی که او ایجاد می‌کند. در این‌صورت، هر اندازه که به انسان و خلاقیت و ایده‌پردازی اهمیت داده شود، آن جامعه شتاب بیشتری در جهت توسعهٔ اقتصادی و افزایش درآمد سرانه و گسترش فرصت‌های شغلی خواهد داشت (گل آور، ۱۳۹۰: ۷۷). واژهٔ کارآفرینی (entrepreneurship) از ریشهٔ فرانسوی entrepreneur گرفته شده است. واژهٔ اخیر به معنای undertake تعهد کردن کاری می‌باشد. کارآفرین کسی است که تعهدی می‌کند تا سازماندهی کسب و کار جدید همراه با ریسک را بپذیرد (فرهنگی، ۱۳۸۶). کارآفرین، کسب و کاری را با هدف سودآوری و رشد ایجاد می‌کند. چنین شخصی با رفتار نوآورانه شناخته می‌شود و فعالیت‌های مربوط به مدیریت راهبردی را در کسب و کار مورد استفاده قرارمی‌دهد. آنچه جهت و سیر کارآفرین را برای رسیدن به آرزوهایش تعیین می‌کند از درون او بر می‌خیزد. یعنی کارآفرین کنترل درونی دارد و ذهن پویای او مرزهای از پیش تعیین‌شده و قالب‌های رایج را درهم می‌شکند و با وجودی که همان چیزی را می‌بیند که دیگران می‌بینند، اما چیزی را می‌اندیشد که دیگران نمی‌اندیشند. یعنی کارآفرین خلاق است. او برای آنکه بتواند درست آنچه را که می‌اندیشد عینیت بخشد و عزم خود را عملی کند باید رئیس و کارفرمای خود باشد. یعنی کارآفرین نیاز به استقلال دارد.

مطالعات نشان می‌دهد که از نظر برخی از اقتصاددانان و صاحب‌نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصاد یک جامعه کارآفرینان هستند که در محیطی رقابتی و در شرایط عدم تعادل (و نه تعادل ایستا) جامعه را به حرکت در می‌آورند و توسعه می‌بخشند. کلید موفقیت کارآفرینی، یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید یا بازاریابی بهتر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر کالاهای جدید، خواسته‌های بشری را به نحو احسن برآورده می‌سازند. این به معنای تولید کالاهای‌موجود با هزینه‌های کمتر یا ارتقاء کیفیت آنها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای کالاهای کاملاً جدید است. در ادامه تعدادی از مطالعات انجام‌شده در مورد کار آفرینی و نقش عوامل مختلف در توسعهٔ آن را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

حسین‌پور و رضایی (۱۳۸۹) در بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی به این نتیجه رسیده‌اند که مهارت‌های کار آفرینی، انگیزه‌های درونی و بیرونی، برداشت‌های ذهنی و جذاب بودن کار آفرینی، خلاقیت و هنجار اجتماعی با نگرش دانشجویان به کار آفرینی رابطهٔ مثبت و معنی‌داری وجود دارد. از طرفی هم مهم‌ترین موانع کارآفرینی نداشتن اطلاعات لازم، نداشتن سرمایه و منابع مالی می‌باشد.

کاوسی (۱۳۸۷) در تحقیق بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعهٔ کارآفرینی از نظریهٔ سرمایهٔ اجتماعی پاتنام و نظریهٔ کارآفرینی هیسریچ استفاده نمود. نتایج نشان‌دهندهٔ آن است که بین اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی با کارآفرینی رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد. بر این اساس می‌توان بیان داشت که هرچه افراد از اعتماد بیشتری برخوردار باشند، به همان اندازه در توسعهٔ کارآفرینی نقش مؤثرتری دارند. همچنین شبکه‌های اجتماعی با توجه به توسعهٔ همکاری‌ها می توانند نقش مهمی داشته باشند.

زالی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب و کار: اثر تعدیل‌کنندگی الگوی نقش و انگیزهٔ کارآفرینانه با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در عملکرد کسب و کار بر اساس داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در کشورهای ایران، کرواسی و دانمارک است. نتایج نشان‌دهندهٔ آن است که عملکرد کسب و کار به میزان ۷۴ درصد تحت تأثیر مستقیم شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان است و این تأثیر به‌وسیلهٔ الگوی نقش و انگیزهٔ فرصت تعدیل شده است. با توجه به تحقیقات انجام‌شده در زمینهٔ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن در بین قشر دانشجو می‌توان بیان داشت که استقلال‌طلبی، مخاطره‌پذیر بودن، خلاقیت، عزم و اراده و آینده‌نگری از ویژگی‌های افراد کار آفرین بوده که میزان آن در بین افراد مختلف با توجه به سرمایهٔ اجتماعی آنها و الگو های نقشی که هر یک دارند متفاوت است.

نظریات کارآفرینی

در سیر تبیین مفهوم کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به فرد کارآفرین نسبت داده می‌شود. بنابراین، ارائهٔ چارچوب و طبقه‌بندی تعاریف تا حدودی از ابهامات موضوع می‌کاهد. در ابتدا کارآفرینی در بتن تئوری‌های اقتصادی تبلوریافته و تنها اندیشمندان اقتصادی به این موضوع پرداخته‌اند. نظریه‌پردازان اقتصادی به عواملی مثل: معامله‌گر، هماهنگ‌کننده، مالک محصول، نوآور و تصمیم‌گیرنده اشاره داشته و کارآفرین را فرد سرمایه‌دار می‌دانند. با گذشت زمان و پیشرفت جوامع کارآفرینی نیز از حیطهٔ مباحث اقتصادی خارج شده و و نظریه‌پردازان دیگری نیز به این رشته توجه نمودند. روان‌شناسان در مباحث خود در مورد کارآفرینی به ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین توجه داشته و بین کارآفرینان و مدیران با غیرکارآفرینان تفاوت قائل می‌شوند. این دسته از محققان بر ویژگی‌های استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و انگیزه توجه داشته‌اند (غفاری، ۱۳۸۹). با توجه به مطالب بیان‌شده، ابتدا برای بررسی وضعیت و توسعهٔ کارآفرینی در بین افراد باید ویژگی‌های افراد کارآفرین را شناسایی نمود که بر این اساس ابتدا به رویکرد ویژگی‌های کارآفرین توجه کرده و سپس نظریات مربوط به عوامل مؤثر بر کارآفرینی را مرور خواهیم کرد.

رویکرد ویژگی‌های کارآفرین

یکی از رویکردهای غیراقتصادی به پدیدهٔ کارآفرینی، رویکرد ویژگی‌های کارآفرینی است. درون‌مایهٔ اصلی در این رویکرد بر اساس تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان با غیرکارآفرینان

بوده است. کارآفرین دارای ویژگی‌هایی است که زیربنای رفتار و موفقیت آنان را شکل می‌دهد. با توجه به این دیدگاه، کارآفرینان دارای ویژگی‌های مشترکی می‌باشند. از جمله انگیزهٔ پیشرفت (نیاز به موفقیت): تمایل به انجام کار در استاندارد عالی برای دست‌یابی به موفقیت. مک‌کله‌لند معتقد است نیاز به موفقیت انگیزهٔ اصلی توسعهٔ اقتصادی در کشورها بوده که در تصمیم‌گیری فردی برای کارآفرین شدن تأثیر دارد.

• استقلال‌طلبی: کارآفرینان روحیهٔ استقلال‌طلبی دارند و مسئولیت کار خود و حتی دیگران را برعهده می‌گیرند. این افراد بر پایهٔ توانایی و شایستگی‌های خود، امرار معاش می‌کنند و به‌طور اساسی روحیهٔ کارمندی ندارند (علائی، ۱۳۹۱: ۲۰). عموماً کارآفرینان افرادی هستند که می‌خواهند کار را به شیوهٔ خودشان انجام دهند و کارکردن برای دیگران برایشان دشوار است. در واقع، نیاز به استقلال عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند. بیشتر کارآفرینان، ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند، اما رضایت آنان از آنجا حاصل می‌شود که با وجود محدودیت‌های اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند، کارها را به شیوهٔ خود انجام دهند، طبق برنامهٔ خود عمل می‌کنند و سودی را که خود ایجاد کرده‌اند، برداشت می‌کنند. استقلال‌طلبی نیروی برانگیزانندهٔ مورد تأکید بوده و سلطه‌جویی درونی نامیده می‌شود. بر این اساس، فرد احساس می‌کند که بر سرنوشت خویش احاطه دارد (غفاری، ۱۳۸۹: ۱۲۲).

• مخاطره‌پذیری: کارآفرینان روحیهٔ مخاطره‌پذیری بالایی دارند و برای کسب موفقیت مبارزه می‌کنند. بر این اساس می‌توان بیان نمود که با روحیهٔ محافظه‌کاری و کارمندی نمی‌توان کارآفرین موفقی بود. کارآفرینی اساساً با ریسک در ارتباط است، کارآفرینان ریسک و عدم اطمینان به فعالیت‌های کسب و کار و سود و زیان آن را می‌پذیرند (کیانی،۱۳۹۱: ۲۱). کارآفرین شخصی میانه‌رو بوده و مایل است. مقدار متوسطی از مخاطره را که برای آغاز فعالیت اقتصادی معمولی تلقی می‌شود را می‌پذیرد و در این حد حاضر می‌شود تا پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره اندازد (غفاری، ۱۳۹۱: ۱۲۱).

• اعتماد: وجود اعتماد هرگونه تلاشی را ممکن می‌سازد. در این‌گونه فرهنگ‌هاست که کارآفرینان می‌توانند در جهت اهداف خود گام برداشته و مطمئن باشند که اعضای گروه آنها را دنبال می‌کنند و از تصمیم‌های آنها حمایت هم می‌کنند. بنابراین، یک کارآفرین واقعی فرد مطمئنی است. اعتماد، یک ابزار راهنما برای فرهنگ کارآفرینی تبدیل می‌باشد. مؤثرترین راه برای ایجاد اعتماد در محیط کارآفرینی، همکاری با یکدیگر برای ایجاد احترام متقابل است. کارگروهی صداقت و عدالت ویژگی فرهنگ کارآفرینانه است (علائی، ۱۳۹۱).

نظریات جامعه‌شناختی در مورد کارآفرینی

جامعه‌شناسان و اندیشمندان علوم مدیریت نظریه‌های اجتماعی ـ فرهنگی (تأثیر محیط و فرهنگ هر فرد در اقدام به کارآفرینی) و نظریهٔ شبکه‌های اجتماعی را مطرح نموده و با استفاده از رویکرد رفتاری کارآفرینی را همچون فرایندی معرفی کرده که سر انجام به ایجاد شرکت‌های جدید می‌انجامد. با توجه به رویکرد اقتصادی به کار آفرینی و در نظر گرفتن آن

به عنوان تابعی از شرایط اقتصادی ـ اجتماعی، کار آفرینی به‌عنوان یک استراتژی نوین در شرکت‌های بزرگ برای دست‌یابی به نوآوری، موفقیت و رشد و بقا مطرح شد(غفاری، ۱۳۸۹).

مکظکله‌لند برای اولین‌بار نظریهٔ نیاز به موفقیت را در مباحث اجتماعی مطرح کرد. او معتقد است در جوامعی که نیاز به موفقیت بالاست، نرخ سرمایه‌گذاری و خطرپذیری نیز بالاست. در این جوامع افراد کسب و کارهای جدید راه‌اندازی می‌کنند، شرکت‌ها یا واحدهای اقتصادی را سازمان‌دهی می‌کنند و ظرفیت تولیدی و بهره‌وری آن را افزایش و بهبود می‌بخشند. مک‌کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوهٔ جامعه‌پذیری، شیوه‌های تربیتی والدین، طبقهٔ اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرکت اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی می‌داند. مک کله لند در بحث کارآفرینی به تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس توجه دارد (علائی، ۱۳۹۱: ۱۹). با توجه به دیدگاه مک‌کله‌لند می‌توان بیان داشت که افرادی که انگیزهٔ بالایی برای پیشرفت دارند در زمینهٔ کارآفرینی نیز موفق‌تر بوده که می‌خواهند خودشان مسائل را حل کنند. از طرفی هم فرایند کارآفرینی یک شیوهٔ زندگی است که خلاقیت، مخاطره‌پذیری، عشق به کار و آینده نگری زیربنای اساسی آن را تشکیل می‌دهد، این افراد برای ارضای حس کنجکاوی و تحقق بخشیدن به آرمان‌ها و ارزش‌های خود فعالیت می‌کنند.

نظریهٔ روتر: روتر در نظریهٔ خود دربارهٔ کارآفرینی به کنترل درونی و بیرونی اشاره دارد. نگاه فرد با کنترل درونی به عملکرد خودشان برمی‌گردد. در حالی که افراد با کنترل بیرونی بیش‌تر نتایج اعمالشان را در دست دیگران و عواملی مانند شانس و سرنوشت و تقدیر می‌دانند (پارسا، ۱۳۹۰: ۱۴۸). با توجه به دیدگاه روتر دربارهٔ کارآفرینی افرادی آنان بیشتر به خلاقیت و اندیشه‌های درونی خود توجه داشته و کمتر به نقش عوامل بیرونی توجه نشان می‌دهند. در واقع، با توجه به این دیدگاه خلاق بودن و داشتن عزم و اراده عامل اساسی برای کارآفرینی می‌باشد.

اما در جوامعی که نیاز به موفقیت در سطح پایینی است نرخ سرمایه‌گذاری و خطرپذیری در آنها پایین است و به دنبال آن توسعه‌نیافته هستند.

نظریهٔ فرهنگ کارآفرین وبر

وبر در نظریهٔ خود در مورد عوامل مؤثر بر کارآفرینی به نقش ارزش‌ها بر رفتار توجه دارد و معتقد است که فعالیت کارآفرینانه متأثر از عوامل فرهنگی و مذهبی می‌باشد. وی در تشریح چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌گذاری در مغرب زمین را مفهومی اشاره می‌کند که این مفهوم به زبان امروزی همان فرهنگ کارآفرینی است. وبر توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه‌ریزی برای آینده و صرفه‌جویی می‌داند (علائی به نقل از هاگ، ۱۳۹۱: ۱۹). دیدگاه وبر نیز بیان‌کنندهٔ ویژگی‌های فرد کارآفرین بوده از طرفی هم به نقش ساختارهای فرهنگی و اجتماعی موجود در جامعه اشاره دارد که نقش مؤثری را در کارآفرین شدن فرد برعهده دارد. این نظریه بیانگر آن است که شرایط افراد در جامعه او را به سمت کارآفرین شدن سوق می‌دهد. اگر فرهنگ جامعه فرد را تشویق به کارآفرینی کند این امر باعث گرایش

بیشتر فرد به سمت کارآفرینی می‌شود. با توجه به این دیدگاه می‌توان بیان داشت که جامعهٔ دانشگاهی از جمله محیط‌هایی است که فرد را بیشتر به سمت کارآفرینی سوق می‌دهد.

نظریه‌های سرمایهٔ اجتماعی

در کارآفرینی چهار نوع سرمایه شامل؛ سرمایهٔ اقتصادی، سرمایهٔ اجتماعی، سرمایهٔ انسانی و سرمایهٔ فرهنگی مطرح است. سرمایهٔ انسانی به توانایی‌های افراد و سرمایهٔ اجتماعی نیز به ارتباطات میان افراد گفته می‌شود. شبکه‌های اجتماعی از روابط اجتماعی و پیوند افراد موجود در سازمان و جامعه ایجاد می‌شود. این افراد با تبادل اطلاعات و همکاری در حل مشکلات از روابط دوجانبه بهره‌مند می‌شوند. شبکهٔ اجتماعی، ساختاری اجتماعی است که از گروه‌های فردی یا سازمانی تشکیل شده است. در این شبکه، افراد یا سازمان‌ها با یک یا چند نوع خاص از وابستگی به یکدیگر پیوسته‌اند. شبکه‌های اجتماعی، نقش مهمی در حلِ مسائل، اداره کردن سازمان‌ها و اندازهٔ موفّقیت افراد در رسیدن به اهدافشان بر عهده دارند (Weng & et al., 2008). شبکه‌های اجتماعی موقعیت افراد را نشان می‌دهد. در واقع، نوع ارتباطات در شبکهٔ اجتماعی، بر سودمندی افراد عضو تأثیر دارد. شبکه‌هایی که افراد دارای ارتباط قوی‌تر و گسترده‌تری هستند، برای اعضایشان مفیدتر هستند. افرادی که با بخش‌های اجتماعی متعدد در ارتباط هستند، شانس بیشتری برای دسترسی به اطلاعات دارند که دسترسی به موفقیت را برای افراد بیشتر می‌کند. سرمایهٔ اجتماعی عامل مؤثر در تشخیص فرصت بوده که شامل شبکه‌های اجتماعی می‌شود. شبکه‌های اجتماعی کارآفرین را با منابع و فرصت‌های بیشتر روبه رو کرده و دایرهٔ انتخاب افراد را گسترش می‌دهد (Bhagavatula & et al., 2010). اعتماد اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی دو رکن اساسی سرمایهٔ اجتماعی‌اند.

کلمن سرمایهٔ اجتماعی را ابزاری برای دست‌یابی به سرمایهٔ انسانی می‌داند و معتقد است سرمایهٔ اجتماعی منبعی برای دست‌یابی به اهداف و منافع است. (ربیعی و صادق نژاد، ۱۹۸). کلمن سرمایهٔ اجتماعی را بخشی از سرمایهٔ انسانی دانسته که افراد به‌وسیلهٔ آن به منافع خود دست یافته و روابط اجتماعی هنگامی به‌وجود می‌آید که افراد کوشش نموده تا از منابع فردی خود استفادهٔ بهتری نمایند (کاوسی، ۱۳۸۷: ۹۸)

پوتنام از نظریه‌پردازن اصلی سرمایهٔ اجتماعی است که سرمایهٔ اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ارتباط و مشارکت بهتر اعضای یک اجتماع شده و منافع متقابل و گاهی مشترک آنان را تأمین می‌کند. اعتماد و عمل متقابل اعضا در شبکه‌ها به عنوان منابعی که کنش اعضاء را تحت تأثیر قرار می‌دهند. پوتنام معتقد است که سرمایهٔ اجتماعی نقش اساسی در جهت رسیدن به توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی بر عهده دارد. به نظر او اعتماد منبع باارزشی از سرمایهٔ اجتماعی است که رابطهٔ مستقیمی با توسعهٔ اجتماعی دارد (ربیعی و صادق نژاد، ۱۳۹۰: ۱۹۸)

پاتنام سرمایهٔ اجتماعی را به‌عنوان مجموعه‌ای از ارتباطات افقی بین افراد می‌بیند که همکاری در جهت کسب منافع متقابل را در اجتماع تقویت می‌کند. وی سرمایهٔ اجتماعی را ویژگی‌هایی از سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی می‌داند که می‌توانند کارایی جامعه را از طریق تسهیل کنش‌های تعاونی بهبود دهند (فیلد، ۱۳۸۶: ۱۱).

پاتنام در تحقیق خود از سرمایهٔ اجتماعی به عناصر (اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی) اشاره دارد وی سرمایهٔ اجتماعی را برای اتصال بین افراد و شبکه‌های اجتماعی و هنجارها و اعتمادی که در نتیجه آن به‌دست می‌آید به‌کار می‌برد. از طرفی هم هیسریچ کارآفرینی را فرایند خلق چیزی نو می‌داند که تام با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش مخاطرات مالی، روحی، اجتماعی برای دست‌یابی به منابع مالی رضایت‌بخش و استقلال می‌داند که نتیجهٔ این فرایند فعالیت‌های منظمی بوده که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد (کاوسی، ۱۳۸۷: ۱۰۷).

الگوی نقش

الگوی نقش موقعیتی است که شخص بر اساس ویژگی‌های افراد در نقش‌های اجتماعی، تمایل دارد شباهت‌های درک‌شدهٔ خود با دیگران را افزایش دهد. بنابراین، الگوی نقش فرایندی شناختی است که در آن شخص به‌صورت فعال مشاهده‌گر بوده و با ویژگی‌های افراد دیگر تطبیق پیدا می‌کند (زالی، ۱۳۹۱: ۹۵). بر این اساس، افراد از راه تقلید و یادگیری از کارهای دیگران به نوعی نسبت به شغل‌های موجود آگاهی پیدا کرده و از میان آنها دست به ارزیابی می‌زند. بنابراین، تخصص و و مهارت مورد نیاز برای انجام کار از طریق مشاهدهٔ رفتار دیگران حاصل می‌شود.

شواهد تجربی نشان می‌دهد که افرادی که دارای الگوی نقش بوده، عملکرد بهتری از دیگران خواهند داشت. به‌گونه‌ای که جمینو و همکارانش با بررسی ۱۵۴۷ کسب و کار مخاطره‌آمیز به این نتیجه رسیده‌اند که احتمال شکست کارآفرینانی که والدین آن‌ها هم دارای کسب و کاری بوده‌اند کمتر است، همچنین کارتنر و داچسنیو کسب و کارهای خطرپذیر موفق و ناموفق را مقایسه کردند و دریافتند که بنیان‌گذاران کسب و کارهای موفق با احتمال بیشتری نسبت به دیگران والدین خوداشتغالی دارند. لنتز و لاباند نیز بیان داشته افرادی که والدین خوداشتغال دارند در سنین پایین‌تری کسب و کار خود را شروع می‌کنند و درآمد بیشتری از کسب و کار خود دارند (همان). با توجه به شواهد می‌توان بیان داشت که یادگیری اطلاعات و مهارت لازم برای بهره‌برداری از فرصت به وسیلهٔ مشاهده و کارکردن با والدین نقش مهمی در خوداشتغالی افرد در آینده می‌تواند داشته باشد. بنابراین، ما در این تحقیق با استفاده از مجموعه نظریات و رویکردها در مورد کارآفرینی به بررسی نگرش دانشجویان در مورد خواهیم پرداخت.

روش تحقیق

این تحقیق توصیفی ـ تبیین به روش پیمایش انجام شده است، ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای در زمینهٔ موضوع صورت گرفته تا اطلاعات لازم جمع‌آوری شود. سپس با استفاده از پرسش‌نامهٔ تهیه شده از سوی محقق که مورد تأیید اساتید بوده داده‌های لازم جمع‌آوری شده است. مسئله‌ای که محقق بعد از تدوین پرسش‌نامه با آن روبه روست، اعتبار پرسش‌نامه است. از آن‌جاکه اعتبار امری کیفی است، اولاً برای رسیدن به اعتبار سازه از تحقیقات انجام‌شدهٔ مشابه و پایه‌های نظری استفاده شد و ثانیاً در رابطه با موضوع تحقیق، همهٔ سؤالاتی که به

ذهن می‌رسید و همهٔ آن‌چه از طریق مطالعات نظری به‌دست آمد، در مخزنی از گویه‌ها گرد آمدند. برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسش‌نامه مقدار آلفای کرونباخ محاسبه گردید، با توجه به نتایج به‌دست آمده آلفا کل برابر با ۰/۶۳ بوده که نشان‌دهندهٔ آن است که همبستگی بین سؤالات پرسش‌نامه بالا بوده و این پرسش‌نامهٔ موضوع مورد بررسی ما را به دقت مورد سنجش قرار می دهد. جامعهٔ آماری تحقیق کلیهٔ دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان است که در سال ۱۳۹۱دانشجو می‌باشند. حجم نمونه به‌وسیلهٔ فرمول کوکران ۳۸۵ نفر تخمین زده شده که از این بین ۱۵۰ نفر پسر و ۲۳۵ نفر دختر می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و تصادفی و با ابزار پرسش‌نامه داده‌ها جمع‌آوری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار *spss* بهره گرفته شده است. کارآفرینی به عنوان متغیر وابستهٔ تحقیق که با استفاده از شاخص‌هایی همچون (استقلال‌طلبی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، عزم و اراده و خلاقیت) با استفاده از گویه‌هایی در طیف ۵ قسمتی لیکرت مورد بررسی قرار گرفته است. از طرفی هم با توجه به نظریات مورد استفادهٔ متغیرهای سرمایهٔ اجتماعی (اعتماد و شبکهٔ روابط) و الگوی نقش به‌عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان نیز با مجموعه‌ای از گویه‌ها در قالب طیف ۵ قسمتی لیکرت مورد بررسی قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل از آزمون‌های توصیفی جداول تقاطعی و استنباطی همچون مقایسهٔ میانگین‌ها، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با ۲ دسته از داده‌های توصیفی و تحلیلی مواجه هستیم. در ابتدا به توصیف داده‌ها خواهیم پرداخت و سپس در ادامه به تحلیل داده‌های استنباطی می‌پردازیم. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهندهٔ آن است که ۶۱/۸ درصد از پاسخگویان دختر و ۳۸/۲ درصد پسر که در ردهٔ سنی ۲۰ تا ۳۰ ساله قرار داشته‌اند. میانگین سنی پاسخگویان برابر با ۲۴/۱ سال بوده است. ۵۵درصد پاسخگویان مجرد، ۴۰ درصد متأهل و۵ درصد طلاق گرفته بوده‌اند. از میان پاسخگویان ۱۰ درصد از دانشکدهٔ ادبیات، ۲۵ درصد اقتصاد، ۵ درصد الهیات، ۲۵ درصد فنی، ۱۰ درصد حقوق، ۲۵ درصد علوم پایه و ۵ درصد تربیت بدنی بوده‌اند که در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا مشغول تحصیل بوده‌اند. از بین کل دانشجویان ۱۰ درصد کارمند دولتی، ۳۰ درصد در بخش خصوصی، ۱۰ درصد کار آزاد و ۵۰ درصد فقط دانشجو بوده‌اند. در مورد هزینه‌های ماهیانهٔ خودشان نیز۳۰ درصد دانشجویان کمتر از ۲۰۰ هزار تومان در ماه، ۴۰ درصد بین ۲۰۱ تا ۳۵۰ هزار تومان، ۲۰ درصد بین ۳۵۱ تا ۵۰۰ هزار تومان و ۱۰ درصد هم بین ۵۰۱ تا ۷۵۰ هزار تومان را بیان داشته‌اند. ۲۰ درصد از دانشجویان بیان داشته که پدرشان دارای شغل دولتی، ۳۰ درصد کارمند بخش خصوصی و ۵۰ درصد دارای شغل آزاد می‌باشند. از بین کل پاسخگویان ۵۰ درصد در شهر و ۵۰ درصد در روستا زندگی می‌کنند.

با توجه به داده‌های به‌دست آمده در جدول (شمارهٔ ۱) مشاهده شده که ۳۱/۲ درصد پسران توسعهٔ کارآفرینی را زیاد و خیلی‌زیاد دانسته در حالی که تنها ۹ درصد دختران توسعهٔ کارآفرینی را زیاد و خیلی زیاد می‌دانند. ۲۹/۲ درصد دختران و ۲۰/۸ درصد پسران توسعهٔ

کارآفرینی را در حد متوسط و تنها ۱۰/۸ درصد پسران توسعهٔ کارافرینی را کم و خیلی‌کم می‌دانند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده پسران بیش از دختران توسعهٔ کار آفرینی را زیاد و خیلی‌زیاد دانسته‌اند. این امر می‌تواند مبین آن باشد که برای پسران بیش از دختران فرصت‌های کارآفرینی وجود دارد. در گفتگو با دانشجویان دختران اظهار کرده‌اند که شرایط اجتماعی و ساختاری جامعه به‌گونه‌ای است که فرصت‌های ایجاد اشتغال برای پسران بیشتر از دختران است و دختران در انجام بسیاری از فعالیت‌ها با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند که این امر می‌تواند زمینه‌های کارآفرینی آنان را محدود نماید.

جدول ۱. مقایسهٔ دختران و پسران از نظر توسعهٔ کارآفرینی

توسعهٔ کارآفرینی / جنسیت	کم و خیلی‌کم	متوسط	زیاد و خیلی‌زیاد	کل
	درصد	درصد	درصد	درصد
دختر	۰/۰۰	۲۹/۲	۹/۰	۳۸/۲
پسر	۱۰/۸	۲۰/۸	۳۱/۲	۶۲ /۸
کل	۱۰/۸	۵۰/۰	۴۰/۲	۱۰۰

منبع:: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

با توجه به داده‌های به‌دست‌آمده در جدول مشاهده شده که توسعهٔ کارآفرینی در بین دانشجویان رشته‌های فنی بیش از سایر رشته‌ها می‌باشد، به‌گونه‌ای که ۱۷/۷ درصد پاسخگویان توسعهٔ کارآفرینی را زیاد و خیلی‌زیاد، ۱۲/۳ درصد در حد متوسط بیان داشته‌اند. در مرتبهٔ بعدی دانشجویان رشته‌های علوم پایه بوده که ۱۴/۷ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و ۱۰/۵ درصد در حد متوسط دانسته، رشته‌های علوم اقتصادی، مدیریت و حسابداری ۱۴/۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد، ۶/۷ درصد در حد متوسط بیان داشته‌اند. ۵ درصد از دانشجویان رشته‌های علوم انسانی توسعهٔ کارآفرینی را در حد زیاد و خیلی‌زیاد دانسته، دانشجویان رشتهٔ تربیت بدنی ۳/۸ درصد در حد زیاد و خیلی‌زیاد و ۱/۲ درصد در حد متوسط، دانشجویان رشتهٔ حقوق ۵/۸ درصد در حد متوسط و ۴ درصد در حد پایین و خیلی‌پایین دانسته‌اند، دانشجویان رشتهٔ الهیات نیز ۳/۸ درصد در حد متوسط دانسته‌اند. با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان بیان داشت از آنجایی که رشته‌های فنی و حرفه‌ای در مشاغل آزاد فعالیت بیشتری دارند و در دورهٔ دبیرستان و دانشگاه دوره‌های عملی و کارآموزی بیشتری را خواهند گذراند، بیشتر از سایر دانشجویان با بازار کار آشنا شده و بیشتر از سایرین سعی می‌کنند که در کارهای خود خلاقیت به خرج داده و بازار کار خودر را توسعه دهند. دانشجویان رشته‌های انسانی که بیشتر با دروس تئوری را در مدرسه و دانشگاه می‌گذرانند، بیشتر به سمت مشاغل دولتی گرایش داشته، لذا مشاغل دولتی نیز با کارآفرینی چندان سازکار نبوده زیرا این افراد به نوعی محافظه‌کار بوده و کمتر در کارها ریسک کرده و خلاقیت از خود بروز می دهند.

جدول ۲ . مقایسهٔ توسعهٔ کارآفرینی بین دانشجویان رشته‌های مختلف

توسعهٔ کارآفرینی / رشته	کم و خیلی‌کم	متوسط	زیاد و خیلی‌زیاد	کل
	درصد	درصد	درصد	درصد
فنی	۰/۰۰	۱۲/۳	۱۷/۷	۳۰/۰
علوم پایه	۰/۰۰	۱۰/۵	۱۴/۷	۲۵/۲
اقتصاد	۰/۰۰	۶/۷	۱۴/۵	۲۱/۲
ادبیات	۰/۰۰	۰/۰۰	۵/۰	۵/۰
تربیت بدنی	۰/۰۰	۱/۲	۳/۸	۵/۰
حقوق	۴/۰	۵/۸	۰/۰۰	۹/۸
الهیات	۰/۰۰	۳/۸	۰/۰۰	۳/۸
کل	۴/۰	۴۰/۳	۵۵/۷	۱۰۰

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

از آنجایی که دانشجویان از جمله اقشار فرهیخته و جوان جامعه می‌باشند و با توجه به تغیر و تحولات جامعهٔ کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید از اهمیت روزافزونی برخوردار است. همچنین، با توجه به افزایش جمعیت و افزایش تعداد قشر تحصیل‌کردهٔ دیگر مشاغل دولتی پاسخگوی اشتغال جوانان نبوده است، بلکه افراد باید خود به فکر ایجاد زمینه‌های اشتغال برای خود و دیگران باشند. به همین دلیل، امروزه توجه به مسئلهٔ کارآفرینی از اهمیت اساسی برخوردار است. به‌گونه‌ای امروزه شاهد ایجاد مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و مدارس و سازمان‌ها هستیم. دانشگاه از مهم‌ترین نهادهایی است که به بحث کارآفرینی توجه نشان داده است و هر روز سعی می‌کنند که با فعالیت‌های وسیع‌تری به کار خود ادامه دهند، بر این اساس، نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهند که کارآفرینی در بین دانشجویان مورد بررسی توسعه یافته است. به‌گونه‌ای که میانگین به‌دست آمده ۱۰/۱ در مقایسه با میانگین مورد انتظار ۲/۶ در سطح معنی‌داری ۹۵ درصد با (sig = 0/000) قابل بررسی بوده است. این امر نشان‌دهندهٔ اهمیت کارآفرینی از دید جامعهٔ مورد بررسی می‌باشد.

جدول ۳. بررسی نگرش دانشجویان در مورد توسعهٔ کارآفرینی

	میانگین پاسخ‌ها	تعداد جامعه نمونه	Test value	سطح معنی‌داری	نتیجهٔ آزمون
توسعهٔ کارآفرینی	۱۰/۱	۳۸۵	۲/۶۰	۰/۰۰۰	تایید آزمون

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

بررسی متغیرهای وابستهٔ تحقیق

برای بررسی نگرش دانشجویان در مورد کارآفرینی از ۵ متغیر استقلال‌طلبی، مخاطره‌پذیری، عزم و اراده، خلاقیت و آینده‌نگری استفاده شده است. که هر یک از این متغیرها با استفاده از گویه‌های مختلف با طیف لیکرت مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به مقایسهٔ میانگین‌های به‌دست آمده، استقلال‌طلبی با میانگین ۳۳ بیش از سایرین مورد توجه دانشجویان بوده است. در مرتبهٔ بعدی مخاطره‌پذیر بودن با میانگین ۳۱/۷، آینده‌نگری ۲۸/۶، خلاقیت ۲۴/۱ و عزم و اراده ۱۶/۶ بوده است.

جدول ۴. مقایسهٔ میانگین‌های مربوط به بررسی نگرش دانشجویان در مورد هر یک از متغیرهای کارآفرینی

	استقلال‌طلبی	مخاطره‌پذیری	عزم و اراده	خلاقیت	آینده‌نگری
میانگین	۳۳/۰	۳۱/۷	۱۷/۶	۲۴/۱	۲۸/۶
انحراف معیار	۳/۶۱	۴/۵۶	۳/۶۷	۳/۰۵	۳/۰۷
واریانس	۱۳/۰۳	۲۰/۸	۱۳/۴۷	۹/۳۱	۹/۴۶

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

بررسی متغیرهای مستقل تحقیق

الگوی نقش و سرمایهٔ اجتماعی (اعتماد و شبکهٔ روابط اجتماعی) دانشجویان از جمله متغیرهای تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشجویان بوده است. با توجه به نتایج به‌دست آمده در جدول می‌توان بیان داشت که شبکهٔ روابط با میانگین ۲۹/۸ بیشتر از ۲ متغیر دیگر بر کارآفرینی دانشجویان تأثیر داشته است. در مرتبهٔ بعدی الگوی نقش با میانگین ۲۲/۸ و اعتماد با میانگین ۲۰/۱ قرار داشته است. با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان بیان داشت که هرچه دانشجویان با سایر کارآفرینان و مؤسسات کارآفرینی ارتباط بیشتری داشته باشند و به کارهای گروهی بیشتری اشتغال داشته باشند، بیشتر به سمت کارآفرینی گرایش نشان می‌دهند، از طرفی هم اگر هریک از اعضاء خانوادهٔ دانشجویان به نوعی به فعالیت‌های کارآفرینانه مشغول باشند، این امر سبب شده که وی نیز به الگو برداری از کارهای او پرداخته و بیشتر به سمت فعالیت کارآفرینانه سوق پیدا کند. تشویق والدین فرصت‌ها و امکاناتی که والدین در اختیار افراد قرار می‌دهند، می‌تواند نقش مهمی در توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشد. همچنین اعتماد به دوستان و اعضای گروه که با یکدیگر همکاری دارند اهمیت اساسی بر توسعهٔ کارآفرینی دانشجویان داشته است.

جدول ۵. مقایسهٔ نگرش دانشجویان دربارهٔ متغیرهای سرمایهٔ اجتماعی (اعتماد و شبکه روابط) و الگوی نقش

	شبکه روابط	اعتماد	الگوی نقش
میانگین	۲۹/۸	۲۰/۱	۲۲/۸
انحراف معیار	۶/۹۷	۶/۵	۱۰/۵۸
واریانس	۸/۰	۹/۰	۱۰/۰

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

برای بررسی تأثیر هر یک از متغیرها بر کارآفرینی دانشجویان از آزمون رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. در این آزمون به تأثیر همزمان چندمتغیر پرداخته خواهد شد. نتایج به‌دست آمده نشان‌دهندهٔ این است که بین متغیرها رابطهٔ مستقیم و معنی‌دار وجود دارد. بنابراین، می‌توان بیان داشت که الگوی نقش با بتای ۵۰ درصد بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی دانشجویان داشته است. در مرتبهٔ بعدی مشارکت اجتماعی با بتای ۳۸ درصد و اعتماد با بتای ۲۱ درصد قرار دارد که این امر با (sig = 0/000) در سطح معنی‌داری ۹۵ درصد مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۶. بررسی سرمایهٔ اجتماعی و الگوی نقش بر کارآفرینی دانشجویان

	B	Std.error	Beta	t	sig
مشارکت اجتماعی	۰/۳۸	۰/۰۴۶	۰/۳۸۲	۸/۳۱	۰/۰۰
اعتماد	۰/۲۲	۰/۰۴۶	۰/۲۱	۵/۴۸	۰/۰۰
الگوی نقش	۰/۴۱	۰/۰۳۷	۰/۵۰۱	۱۰/۹۵	۰/۰۰

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

تحلیل همبستگی بین سرمایهٔ اجتماعی و الگوی نقش با کارآفرینی

نتایج به‌دست‌آمده در جدول نشان‌دهندهٔ آن است که بین متغیرهای مشارکت اجتماعی، الگوی نقش و اعتماد با کارآفرینی رابطهٔ مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این امر با (sig = 0/000) و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد قابل بررسی بوده است. شدت رابطهٔ بین متغیرها متفاوت است، به‌گونه‌ای که الگوی نقش با ۳۷ درصد نشان‌دهندهٔ همبستگی متوسط رو به بالا، مشارکت اجتماعی و کارآفرینی با ۲۲ درصد همبستگی متوسط رو به پایین و اعتماد با ۱۷ درصد همبستگی ضعیف را نشان می‌دهد.

جدول ۷. همبستگی بین سرمایهٔ اجتماعی و الگوی نقش با کارآفرینی

	مشارکت اجتماعی	الگوی نقش	اعتماد
شدت رابطه	۰/۲۲	۰/۳۷	۰/۱۷
سطح معنی‌داری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

بررسی همبستگی بین رشته تحصیلی و کارآفرینی

با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان بیان داشت که بین رشتهٔ تحصیلی و کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد که این امر با سطح معنی‌داری (sig = 0/00) و سطح اطمینان ۹۵ درصد قابل بررسی بوده است. شدت رابطهٔ بین ۲ متغیر ۸۱ درصد که نشان‌دهندهٔ همبستگی قوی بین ۲ متغیر است. این امر بیانگر آن است که دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی نگرش متفاوتی نسبت به کارآفرینی دارند. همان‌گونه که در قسمت توصیف داده‌ها در جدول شمارهٔ ۲ نیز بیان شده، نگرش دانشجویان رشته‌های مختلف نسبت به توسعهٔ کارآفرینی متفاوت است، به‌گونه‌ای که دانشجویان فنی و حرفه‌ای بیش از سایر دانشجویان به کارآفرینی گرایش داشته‌اند که این امر به خاطر ان است که رشته‌های فنی و حرفه‌ای در طول دورهٔ

آموزش در کنار درس‌های تئوریک با مهارت‌های عملی رشتهٔ خود آشنا شده و این نقش مهمی در کارآفرینی افراد خواهد داشت.

جدول ۸. بررسی همبستگی بین رشتهٔ تحصیلی و کارآفرینی

	شدت رابطه	سطح معنی‌داری
رشتهٔ تحصیلی و کارافرینی	۰/۸۱	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های میدانی بر اساس پاسخ پاسخگویان

نتیجه‌گیری

کارآفرینی موتور تحول و توسعهٔ اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائهٔ ایده و فکر جدید ایجاد کسب و کار با قبول مخاطره و تحمل ریسک، محصول و خدمت جدید را ارائه می‌کند. در این صورت هر اندازه که به انسان و خلاقیت و ایده‌پردازی اهمیت داده شود، آن جامعه شتاب بیشتری در جهت توسعهٔ اقتصادی و افزایش درآمد سرانه و گسترش فرصت‌های شغلی خواهد داشت (گل آور، ۱۳۹۰: ۷۷). دانشجویان از جمله اقشار جامعه بوده که نقش مهمی را در رشد و توسعهٔ جوامع برعهده داشته از طرفی نیز آنان به این نتیجه رسیده‌اند که جامعهٔ در حال تغییر و تحول، برای رشد و توسعه نیاز به افراد کارآفرین دارد. از آنجایی که کارآفرینان دارای ویژگی‌هایی چون استقلال‌طلبی، خلاقیت، مخاطره‌پذیری، عزم و ارادهٔ قوی و آینده‌نگری هستند، می‌توانند گام‌های مؤثری در رشد و توسعهٔ جامعه داشته باشند. از طرفی هم این ویژگی‌ها به تنهایی نمی‌تواند منجر به کارآفرین شدن فرد شود. در کنار این ویژگی‌ها به نقش فرهنگی و اجتماعی موجود در جوامع و میزان سرمایهٔ اجتماعی فرد و الگوهای نقشی وی نیز باید توجه داشت. از آنجایی که مسئولین دانشگاه‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که آموزش کارآفرینی باید در دانشگاه‌ها مورد توجه بیشتر قرار گیرد تا دانشجویان علاوه بر آموزش دروس تئوریک با بازار کار رشتهٔ خود در آینده بیشتر آشنا شوند. تشکیل کلاس‌های کارافرینی و تشویق دانشجویان و اساتید به شرکت در این کلاس‌ها نقش مهمی در گرایش دانشجویان به سمت کار آفرینی دارند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده میزان گرایش دانشجویان پسر بیش از دانشجویان دختر ارزیابی شده است که این امر می‌تواند تا حدودی بازتاب شرایط ساختاری و اجتماعی جامعه باشد که موقعیت شغلی بیشتری را برای پسران نسبت به دختران فراهم کرده و همچنین این طرز تلقی که کار کردن وظیفهٔ مرد است و زن باید در خانه بماند و به امورات مربوط به خانه رسیدگی کند بر می‌گردد و باعث شده که دختران کمتر از پسران به سمت کارآفرینی سوق پیدا کنند. از طرفی، گرایش به سمت کارآفرینی در بین دانشجویان رشته‌های مختلف متفاوت بوده به گونه‌ای که دانشجویان رشتهٔ فنی و حرفه‌ای بیش از دانشجویان سایر رشته‌ها به کارآفرینی گرایش داشته‌اند. از طرفی هم اعتماد و شبکهٔ روابط به عنوان مهم‌ترین رکن سرمایهٔ اجتماعی نقش مهمی در گرایش دانشجویان به کارآفرینی داشته است که این امر با توجه به نتایج به‌دست آمده مورد تأیید بوده است، زیرا هرچه افراد با سایر کارآفرینان و مراکز کارآفرینی بیشتر رابطه داشته باشند، بیشتر به سمت کارآفرینی سوق پیدا می‌کنند. همچنین، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده الگوهای نقشی دانشجویان نقش

مهمی در گرایش دانشجویان به سمت کارآفرینی داشته است. والدین کارآفرین یا کارآفرین بودن یکی از اعضا خانواده یا دوستان مشوق خوبی برای گرایش افراد به سمت کارآفرینی می‌باشد.

منابع

پارسا، عبداله و همکاران (۱۳۹۰) بررسی تأثیر شیوه‌های حل مسأله بر شخصیت کارآفرینانه، مطالعهٔ موردی: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، توسعهٔ کارآفرینی، سال چهارم، شمارهٔ ۱۴.

حسین‌پور، ابوطالب و رضایی، مسعود (۱۳۸۹) بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی، توسعهٔ کارآفرینی، سال سوم، شمارهٔ ۱۰.

ربیعی، علی و صادق زاده، حکیمه (۱۳۹۰). بررسی رابطهٔ سرمایهٔ اجتماعی بر کارآفرینی، رفاه اجتماعی، سال ۱۱، شمارهٔ ۴۱ .

زالی، محمدرضا و همکاران (۱۳۹۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب و کار: اثر تعدیل‌کنندگی الگوی نقش و انگیزهٔ کارآفرینانه، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دورهٔ ۱۶، شمارهٔ ۲.

عظیمی چنزق، علی (۱۳۸۲). نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ کارآفرینی ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی.

علائی، سوسن (۱۳۹۱) ترویج فرهنگ کارآفرینی عاملی مؤثر در رشد و توسعهٔ اقتصادی، رهیافت، شمارهٔ ۵۰.

غفاری، هادی و یونسی، علی (۱۳۸۹) بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام‌نور اراک، فصل‌نامهٔ انجمن آموزش عالی، سال سوم، شمارهٔ ۳ .

فرهنگی، علی‌اکبر، صفرزاده، حسین (۱۳۸۶) کارآفرینی: مفاهیم، نظریه‌ها، مدل‌ها و کاربردها، تهران: مؤسسهٔ کار و تأمین اجتماعی.

فیلد، جان (۱۳۸۶) سرمایهٔ اجتماعی، ترجمهٔ غلامرضا غفاری، تهران، نشر کویر.

کاوسی، اسماعیل و کیاسی، حمیرا (۱۳۸۷). بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعهٔ کارآفرینی، کتاب ماه علوم اجتماعی، شمارهٔ ۱۰.

کیانی ماوی، ندا و کیانی ماوی، رضا (۱۳۹۱) بررسی و مقایسهٔ تمایل کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر رشتهٔ تربیت بدنی و ارائهٔ مدلی برای سنجش تمایل کارآفرینی، فصل‌نامهٔ مدیریت و توسعه و تحول، شمارهٔ ۹.

گل‌آور، مرتضی (۱۳۹۰). فرهنگ کار و کارآفرینی در ایران و سایر کشورها، ماه‌نامهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۱۴۰.

Approach to Study the Structure of Technological Network by the Block Modeling

Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A. V., Gerhard G. V. B., (2010), How Social and Human Capital Influence Opportunity Recognition and Resource Mobilization in India's

Handloom Industry, Journal of Business Venturing, Vol. 25, No. 3, PP. 245-260

of Social Network Analysis, PP. 998-1011.

Weng, C. S., Chen, W. Y., Hsu, H. Y., Lai, K. K. & Chen, S. J., 2008, A Holistic Network

بررسی و ارزیابی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی در توسعه و پیشرفت شهرستان شوش، ۱۳۹۰، مطالعهٔ موردی: ویژگی‌های جامعه‌شناسی

حسن هژبری نژاد[۱]

چکیده

این مقاله ویژگی‌های کارآفرینان شهرستان شوش از نظرجامعه‌شناختی به‌منظور ایجاد اشتغال را شرح می‌دهد. علاوه بر آن، عوامل تأثیرگذار بر روی جنبه‌های خاص کارآفرینی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. هدف، تعیین فاکتورها و عواملی است که بر روی کارآفرینی در هنگام فعالیت تأثیر می‌گذارند. یعنی ارزیابی عواملی را پیگیری می‌کند که بر روی اهمیت مربوط به جنبه‌های جامعه‌شناختی کارآفرینان از قبیل بعد فردی، خانوادگی و جامعه تأثیر می‌گذارند. به دلیل انتخاب روش توصیفی کاربردی و به سبب شرایط این تحقیق از آزمون‌های آنالیز رگرسیون چندگانه برای پاسخگویی به فرضیه‌های این تحقیق و از نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. در این تحقیق حجم نمونه با استفاده از رابطهٔ «کوکران» محاسبه و تعداد نمونه براساس این رابطه تعیین شد. در این تحقیق یافته شد که حدود ۴۵ ٪ پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی و بیش از ۶۰ ٪ پاسخگویان در دوران کودکی برای ادارهٔ معیشت خود ناگزیر به‌کار بوده‌اند. همچنین، اکثر پاسخگویان در حرفه و کار خود دارای استقلال می‌باشند. پیشنهادات: تلاش جهت ایجاد روحیهٔ کارآفرینی در بین آحاد مردم. و تبیین شرایط محیطی لازم برای پرورش و رشد استعدادهای کارآفرینی و ...

واژگان کلیدی: کارآفرین، ویژگی‌های جامعه‌شناختی کارآفرین، تأثیر کارآفرینی در توسعه و اقتصاد.

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، Email:hassanhozhabri@yahoo.com

مقدمه

تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی برروی تفکر اقتصادی، بیشتر از اجرا و پیاده‌سازی عملی آن می‌باشد. اقتصاددانان شروع به در نظرگرفتن کارآفرینی نه به عنوان تولیدکنندگان کالا بلکه به عنوان مجموعه ویژگی‌های برتر انسانی در رسیدن به جامعه‌ای پیشرفته و سطح رفاهی بالا کرده‌اند. سؤال ایجادشده در اینجا این می‌باشد که آیا نقش‌ها و ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرینی در توسعه و پیشرفت شهرستان شوش تأثیر دارد؟ در این تحقیق هدف و کار ما، نه‌تنها جستجوی اندازهٔ اهمیت درک مردم از ویژگی‌های کارآفرینان بوده، بلکه هدف تحقیق و بررسی این است که چه عواملی بر روی ویژگی‌های کارآفرینی در جامعه تأثیر می‌گذارند و علاوه بر آن، آیا می‌توان از این ویژگی‌ها برای ایجاد انگیزه در میان جامعه استفاده کرد؟

پیشینه و تاریخچهٔ تحقیق

پس از بررسی و جستجو در مورد موضوع تحقیق با فقدان منابع جامع و کامل پیرامون این تحقیق مواجه شدیم و تحقیقی که با این عنوان در شهرستان انجام گرفته شده باشد، یافت نشد. گرچه ویژگی‌های کارآفرینی در توسعه و پیشرفت شهرستان شوش در گذشته مورد بررسی قرار گرفته، اما در هیچ تحقیق مشخصی، عوامل تأثیرگذار بر روی آن مورد بررسی قرار نگرفته است. در نتیجه سعی شده برای اولین بار در شهرستان شوش آن را اجرا و پیاده‌سازی کنیم.

بیان مسئله

امروزه یکی از مسائلی که هم عینی است و هم خارجی و هم بخش اعظم جامعه با آن دست به گریبان است، مسئلهٔ اشتغال است. اشتغال از دیرباز مسئله‌ای حیاتی برای جوامع بشری بوده است. از سویی بیکاری سهم جوامع و منبع و منشاء اغلب انحرافات، بزهکاری، تبهکاری و جنایات است. ترکیب جمعیتی جوان کشور ایران و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه و به‌ویژه نفت خام، علی‌الخصوص درسال ۱۳۹۰ که به نام جهاد اقتصادی نامگذاری شده است و همچنین خروج از وضعیت اقتصادی تک‌محصولی از یک طرف و روندهای موجود در جامعهٔ اطلاعاتی از طرف دیگر، عواملی هستند که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور را وا می‌دارد که به منبع قابل اتکایی به جز مواد اولیه بیندیشند و بدون شک با توجه به الزاماتی که جامعهٔ اطلاعاتی کنونی دارد، این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست. ناگفته پیداست که کارآفرینی فراتر از ایجاد اشتغال است، گرچه به طور قطع، یکی از وجوه و نتایج مهم آن ایجاد اشتغال می‌باشد، اما ایجاد اشتغال تصویر کاملی از کارآفرینی ارائه نمی‌دهد. به‌طور قطع، کارآفرین دارای یک سری ویژگی‌های روان‌شناسانه و ارتباطی گستردهٔ خاص است، که این قبیل ویژگی‌ها فقط در کارآفرینان یافت می‌شود. از جمله این ویژگی‌ها، ویژگی‌های روان‌شناختی، ویژگی‌های جامعه‌شناختی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی را می‌توان نام برد.

سؤال تحقیق

سؤال ایجادشده در اینجا این می‌باشد که آیا نقش‌ها و ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرینی در توسعه و پیشرفت شهرستان شوش تأثیر دارد؟

اهداف و مفاهیم علمی

اهداف اصلی که همان اهداف ویژه هستند و در این تحقیق سعی پژوهشگر در شناخت تأثیرات آنها بر کارآفرینی می‌باشد، عبارتند از:

- شناسایی ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرینی.
- شناسایی نقش کارآفرینی در توسعه و پیشرفت شهرستان شوش.

چارچوب نظری تحقیق

برای انجام تحقیقات مختلف اغلب از چارچوب تئوریک مناسب استفاده می‌شود. البته ذکر این نکته ضروری است که چارچوب تئوریک به‌عنوان الگو و راهنما و نقشهٔ تحقیقات به محقق کمک می‌نماید، لیکن نباید از این نکته غافل بود که انتخاب چارچوب مناسب همان‌قدر که به محقق کمک می‌کند، همان‌اندازه محقق را محدود می‌کند. در اثبات این مطلب می‌توان استدلال کرد که اگر فرض بر این باشد که تحقیق حتماً چارچوب تئوریک مشخصی از قبل داشته باشد، پس آنهایی که برای اولین بار موضوعی را مورد کنکاش و بررسی قرار داده‌اند از کدام چارچوب استفاده کرده‌اند، البته ممکن است تحقیقی بدون چارچوب تئوریک مشخص یا با یک، دو یا چند چارچوب تئوریک صورت گیرد.

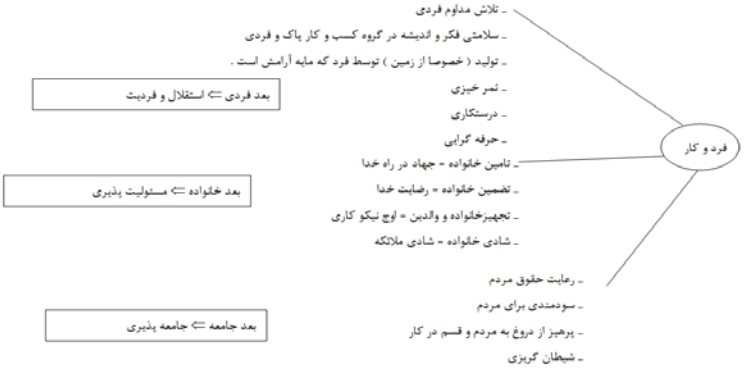
موضوع این تحقیق در مقطع زمانی سال ۱۳۹۰ و در شهرستان شوش، شروع و در زمان حال به پایان می‌رسد.

فرضیات تحقیق

فرضیهٔ اول: بین استقلال و کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیهٔ دوم: بین مسئولیت‌پذیری و کارآفرینی رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد.

فرضیهٔ سوم: بین تحصیلات و جامعه‌پذیری و کارآفرینی رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد.



جامعه و نمونهٔ آماری

❖ جامعهٔ آماری

جامعهٔ آماری این تحقیق شهرستان شوش است. در این پژوهش کارآفرین کسی است که با سرمایهٔ خود یا دیگران یا تسهیلات دولتی اقدام به راه‌اندازی کسب و کار نموده است. البته کسب و کاری که در آن علاوه بر خود فرد مؤسس، دست کم یک نفر دیگر نیز مشغول به‌کار شده است. به عبارتی دیگر، کارآفرین مدنظر این تحقیق کسی است که علاوه بر ایجاد شغل برای خود برای حداقل یک نفر دیگر نیز شغل ایجاد کرده البته شرط پایداری و رسمی‌بودن شغل نیز لحاظ گردیده است. شرایط پایداری و رسمی‌بودن شغل بدین ترتیب لحاظ گردیده است که کارگاه باید دارای پروندهٔ بیمهٔ تامین اجتماعی باشد.

نمونهٔ آماری و روش محاسبهٔ حجم نمونه

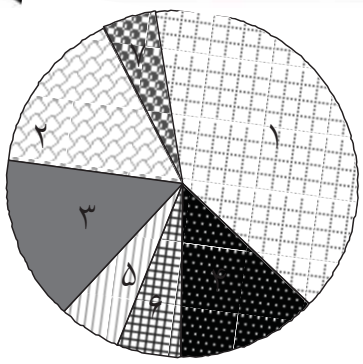
در این پژوهش با توجه به این‌که جامعهٔ آماری از شهرک تشکیل شده است و از طرفی کارآفرینان به‌صورت غیرمساوی در این شهرک‌ها استقرار یافته‌اند. به ناچار ابتدا از نمونه‌گیری غیراحتمالی سهمیه‌ای و آن‌گاه در درون هر شهرک نمونه‌گیری احتمالی صورت گرفته است. یعنی این‌که چنانچه کارآفرینان شهرکی ۲۰٪ کارآفرینان جامعهٔ آماری را تشکیل دهند، در نمونه نیز ۲۰٪ پرسشنامه‌ها به شهرک اختصاص یافته است تخصیص ۲۰٪ از حجم نمونهٔ شهرک غیراحتمالی سهمیه‌ای ولی تکمیل ۲۰ ٪ نمونه‌ها از داخل جامعهٔ آماری شهرک مزبور به‌صورت احتمالی ساده صورت گرفته است. برای استخراج و استنباط از اطلاعات حاصله با استفاده از کامپیوتر و هم‌چنین نرم‌افزارSPSS با عنایت به ماهیت تحقیق سعی گردیده است از آمارها و آزمون‌های مناسب استفاده گردد. برای تعیین حجم نمونه نیز ابتدا بهتر است وضعیت جامعهٔ آماری آورده شود. جمع کل کارآفرینان شهرستان شوش ۳۶۶ نفر می‌باشد. نحوهٔ توزیع کارآفرینان در جامعه در جدول زیر نمایش داده شده.

جدول ۱. چگونگی توزیع کار آفرینان در جامعه و نمونهٔ تحقیق

شهرک	تعداد کارآفرینان در جامعهٔ آماری	نسبت	تعداد کارآفرینان نمونه
شوش	۱۸۲	٪۴۵۳	۹۱
شهرک دانیال	۴۰	٪۱۴۴	۲۰
شهرک سلمان	۳۸	٪۱۳۲	۱۹
شهرک ابوذرغفاری	۲۱	٪۵۳	۱۰/۵
شهرک شهید دانش	۲۲	٪۵۸	۱۱
شاوور	۳۵	٪۹۸	۱۷/۵
حر	۲۸	٪۶۷	۱۴
جمع کل	۳۶۶	٪۱۰۰	۱۸۳

برای انتخاب حجم نمونه نسبت n به N، ۰/۵ در صد در نظر گرفته شده است.

حجم نمونه ۱۸۳ =۰/۵ × ۳۶۶ = ۰/۵ N ×



۱ـ شوش
۲ـ شهرک دانیال
۳ـ شهرک سلمان
۴ـ شهرک ابوذرغفاری
۵ـ شهرک شهید دانش
۶ـ شاوور
۷ـ حر

نمودار ۱. چگونگی توزیع کارآفرینان در جامعه و نمونهٔ تحقیق

برای برآورد بزرگتر حجم نمونه و هم‌چنین توان تعمیم‌دهی بالاتر و بیشتر، t=2 P=q=5% گرفته شده است.

$$PQ=\sqrt{\frac{p\bar{a}}{n}}\sqrt{\frac{N-n}{N-n}}=\sqrt{\frac{\%۵\times\%۵}{۱۸۳}}.\sqrt{\frac{۳۶۶-۱۸۳}{۳۶۶}}=۰/۶۸۷\approx۰/۶۸$$

برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است به شرح زیر

$$d=۲\times۰/۶۸=۱/۳۶\rightarrow d^{۲}=۱/۸۴$$

$$n=\frac{t^{۲}\frac{q^{۲}}{d^{۲}}}{۱+\frac{۱}{N}\left[\frac{t^{۲}pq}{d^{۲}}-۱\right]}=\frac{\frac{۱}{۱/۱۸۴}}{۱+\frac{۱}{۳۶۶}\left[\frac{۱}{۱/۱۸۴}-۱\right]}=\frac{۰/۸۵۰}{۱/۰۰۸\times۰/۲۲}=۰/۱۸۵\approx\Longrightarrow ۱۸۳$$

در نهایت، حجم نمونه با T=2 یعنی ۹۵/۵ و P=q=0/5 برابر ۱۸۳ نفر محاسبه گردید. پس از محاسبهٔ حجم نمونه آن‌گاه نسبت کارآفرینان هر شهرک را در جامعهٔ آماری محاسبه و به همان نسبت در حجم نمونه به هر شهرک اختصاص داده شده است. با استفاده از پرسش‌نامه توأم با مصاحبه اطلاعات لازم جمع‌آوری گردید. پس از جمع‌آوری اطلاعات، سؤالات کدگذاری گردیده و به‌صورت کدهای عددی وارد سیستم گردیده‌اند. در اغلب تحقیقات آمار در دو سطح توصیفی و استنباطی استفاده می‌شود. آمار توصیفی اطلاعات جمع‌آوری‌شده را به‌صورت خلاصه، طبقه‌بندی و جداول گویا بیان می‌کند که خود راهنمای مناسبی برای محقق در جهت استنباط می‌باشد. نتایج توصیفی اصلی‌ترین پایهٔ استنباط و تجزیه و تحلیل داده‌ها است و از سویی اطلاعات کاملی به خواننده ارائه می‌دهد، در این تحقیق از یک پرسش‌نامه مشتمل بر۲۴ سؤال استفاده شده است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

به دلیل انتخاب روش توصیفی کاربردی و به سبب شرایط این تحقیق از آزمون‌های آنالیز رگرسیون چندگانه برای پاسخگویی به فرضیه‌های این تحقیق استفاده خواهد شد که ذیلاً به‌طور مختصر روش شرح داده می‌شود.

از رگرسیون چندگانه جهت پاسخگویی به فرضیه‌های مطرح‌شده در تحقیق می‌پردازیم. اما قبل از کاربرد رگرسیون باید شرایطی را که برای کاربرد رگرسیون برقرار باشند، بررسی کنیم. در صورتی محقق می‌تواند از رگرسیون خطی استفاده کند که شرایط زیر محقق باشد:

۱. میانگین خطاها صفر باشد.
۲. واریانس خطاها صفر باشد.
۳. بین خطاهای مدل همبستگی وجود نداشته باشد.
۴. متغیر وابسته دارای توزیع نرمال باشد.

در ادامه به آزمون‌هایی که این مفروضات را مورد ارزیابی قرار می‌دهد اشاره می‌کنیم. سپس برای این منظور مدل‌های رگرسیونی با استفاده از نرم‌افزار آماریSPSS برآورد شده و معنادار بودن مدل رگرسیونی با استفاده ازsig محاسبه شده برای تعیین معناداری آماره F در سطح ۹۵٪ اطمینان مورد استفاده قرار می‌گیرد که نحوهٔ محاسبهٔ این آماره به شرح زیر می‌باشد:

در واقع، تغییرپذیری کل داده‌ها را به دو جزء تفکیک کردیم: جزء دوم SSE تغییر در داخل نمونهٔ میزان تغییرات متغیر وابسته از طریق عوامل تصادفی، و جزء اول میزان تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیر مستقل، در این صورت میانگین توان دوم تیمارها و میانگین توان دوم خطاها به صورت زیر خواهد بود:

$$MSTr = SSTr / k \quad 1$$
$$MSE = SSE / k(n \quad 1)$$
$$\mathrm{F} = \mathrm{MST_r} / \mathrm{MSE}$$

چنانچه میانگین توان دوم تیمارها نسبت به میانگین توان دوم خطا کم باشد، نتیجه می‌گیریم که مدل مورد نظر در جامعه معنادار نخواهد بود. استفاده از نماد ماتریس در مدل‌های رگرسیون چندگانه موجب سهولت کار می‌شود و اجازه می‌دهد که مدل، داده‌ها و نتایج به روش کوتاه‌تری نشان داده شوند. ضرایب رگرسیون در مدل‌های چندگانه از روش زیر محاسبه می‌شوند:

$$X' \; X\hat{\beta} \; = X'Y$$
$$\hat{\beta} = (X'X)^{-1} X'Y$$

نتایج فرضیات تحقیق

فرضیهٔ اول: بین استقلال و کارآفرینی رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که بین استقلال و کارآفرینی رابطه وجود دارد. به عبارتی می‌توان گفت که توزیع استقلال در نمونه و جامعهٔ آماری اتفاقی و از روی

شانس و خطا نمونه‌گیری نبوده است. با توجه به سطح معناداری، نتایج قابل تعمیم به جامعهٔ آماری در سطح کلی نیز می‌باشد.

فرضیهٔ دوم: بین مسئولیت‌پذیری و کارآفرینی رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد.
با توجه به نتایج به‌دست آمده و مقدار حاصلهٔ کای اسکوئر، فی و کرامروی و هم‌چنین سطح معناداری در هر سه آزمون می‌توان استنباط کرد که در جامعهٔ آماری بین مسئولیت‌پذیری و کسب و کار رابطه وجود دارد و بیشتر نیز بخاطر اینکه کسب و کار به‌وجود آمده متعلق به خود اشخاص می‌باشد.

فرضیهٔ سوم: بین تحصیلات و جامعه‌پذیری و کارآفرینی رابطهٔ معنی‌داری وجود دارد.
با توجه به نتایج به‌دست آمدهٔ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌توان نتیجه گرفت که بین تحصیلات و کارآفرینی رابطه وجود دارد، البته این رابطه ناشی از این است که در عصر کنونی در مجموع سطح آموزش‌ها و تحصیل بالا رفته است و در نتیجه افراد به واسطهٔ جامعه‌پذیر بودن تحصیلات بالاتر را پذیرا بوده و تحصیلات خود را ارتقاء داده‌اند.

نتیجه‌گیری نهایی

در هر تحقیقی، محقق به دنبال دست‌یابی به نتایجی است. در این تحقیق، هدف شناخت ویژگی‌های جامعه‌شناختی با تأکید بر جنبه‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان شهرستان شوش بوده است. نتایج حاصل از این تحقیق تقریباً منطبق بر نتایج تحقیقات قبلی صورت گرفته چه در داخل و چه در خارج می‌باشد. چرا که این تحقیق از نوع پیمایشی با رویکرد مقایسه‌ای بوده است.

۱. حدود ۴۵ ٪ پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند.
۲. حدود ۳۱٪ پاسخگویان در زمان اقدام به تأسیس کسب و کار دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند.
۳. بیش از ۶۰ ٪ پاسخگویان در دوران کودکی برای ادارهٔ معیشت خود ناگزیر به کار بوده‌اند.
۴. بیش از ۵۲ ٪ پاسخگویان کسب و کار جدید، قبلاً دارای کسب و کار قبلی بوده‌اند.
۵. حدود ۸۴ ٪ پاسخگویان در حرفه و کار خود دارای استقلال و یا به عبارتی مستقل هستند.
۶. بیش از ۶۷٪ پاسخگویان کار خود را مدیون تلاش و پشتکار خود می‌دانند.
۷. حدود ۳۷٪ پاسخگویان قبل از شروع کسب و کار در بین مردم از احترام لازم برخوردار بوده‌اند.
۸. بیش از ۴۸ ٪ پاسخگویان در کسب و کار خود دارای تجربه بوده‌اند.
۹. بیش از ۵۲ ٪ پاسخگویی اظهار کرده‌اند که کاری که خود تولید کرده‌اند، مایهٔ آرامش آنهاست.
۱۰. بیش از ۷۰ ٪ پاسخگویان اظهار کرده‌اند که افراد سحرخیزی هستند.
۱۱. حدود ۴۰ ٪ از پاسخگویان درآمد ناشی از کار خود را برای تأمین خانواده کافی دانسته‌اند.
۱۲. بیش از ۳۹ ٪ پاسخگویان اعلام کرده‌اند که کار آنها برای جامعه سودمند است.
۱۳. بیش از ۷۰ ٪ پاسخگویان در کار خود از دروغ استفاده نمی‌کنند.
۱۴. حدود ۷۵ ٪ پاسخگویان در کار خود از سوگند استفاده می‌کنند.
۱۵. حدود ۶۴ ٪ پاسخگویان اعلام کرده‌اند که کار آنها باعث دوری از گناه و شیطان شده است.

پیشنهادات مبتنی بر یافته‌های تحقیق

- ✓ ایجاد تحقیق در جامعه و افراد آن و نشان دادن این موضوع که تنها راه رسیدن به توسعهٔ پایدار، کارآفرینی است.
- ✓ فرهنگ‌سازی به ترتیبی که کارآفرینی جزئی از فرهنگ عامه شود.
- ✓ بالا بردن شأن و منزلت کار خود و تولید و بهروری از طریق فرهنگ‌سازی.
- ✓ تلاش جهت ایجاد روحیهٔ کارآفرینی در بین آحاد مردم.
- ✓ آموزش کارآفرینی برای آحاد مردم، کارمندان، مدیران و ....
- ✓ ایجاد و یا اختصاص ساعتی از برنامه‌های شبکه‌های مختلف صدا و سیما به کارآفرینی و خلاقیت.
- ✓ شناخت موانع کارآفرینی از لحاظ اداری، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و تلاش در جهت حذف یا کم کردن اثر آن.
- ✓ تبیین شرایط محیطی لازم برای پرورش و رشد استعدادهای کارآفرینی.
- ✓ تنظیم و هدایت حرکت قدرت‌های سیاسی و اقتصادی منطبق بر کارآفرینی.
- ✓ تشکیل انجمن کارآفرینان و انتشار نشریهٔ کارآفرینی جهت توزیع و نشر کارآفرینی.
- ✓ تحول و تغیر و تخریب خلاق نظام آموزش کشور جهت پرورش استعدادهای کارآفرین.

پیشنهادات جهت تحقیقات آتی

در تحقیقات آتی برای آزمایش صحت نتایج می‌توان از نمونه‌های بزرگتر و دیگر پارامترهای کارآفرینی در خصوص نوع شغل استفاده کرد. پیش‌بینی دیگر مربوط به محدودیت‌های موجود در داده می‌باشد. به‌طور ایده‌آلی، می‌خواهیم در خصوص جنبه‌های فراوان تصمیم‌گیری در انتخاب نوع شغل داده‌هایی را جمع آوری کنیم. اما اینکار با در نظر گرفتن وسایل قابل دسترسی برای انجام تحقیق امکان‌پذیر نمی‌باشد. در تحقیقات آتی می‌توان سایر ویژگی‌های کارآفرینی نظیر جمعیت، بانک‌ها و مجوزهای مربوطه و دیگر موارد را مورد بررسی قرار داد. علاوه براین، جالب توجه خواهد بود اگر فرد بتواند تأثیر چندمرحله از سیکل زندگی خانوادگی را بر روی کارآفرینان به‌عنوان عامل اضافی مورد بررسی قراردهد.

محدودیت‌های تحقیق

- **محدودیت موضوعی:** در بیان مسئلهٔ تحقیق معیارهای دیگری مؤثر هستند که به دلیل گستردگی و تنوع، نیاز به مدت زمان طولانی برای تحقیق داشت که از وقت و محدودهٔ این پژوهش خارج بود. مانند: پارامترهای از قبیل، مالیات، نوع شغل، سن و جنسیت، آموزش و....
- **محدودیت در جمع‌آوری اطلاعات:** نبود فرهنگ تحقیقات و عدم‌آشنایی جامعهٔ آماری و افراد نمونهٔ پژوهش با تحقیقاتی از این دست و عدم اعتماد آنها به تأثیر و کاربرد نتایج پژوهش‌ها، مانع عمده‌ای در همکاری با محقق بوده است.
- **محدودیت مکانی و زمانی تحقیق:** به‌علت اینکه در این مورد می‌بایست از روستاهای زیادی که دارای کارآفرینان فعالی بوده بازدید کرد و همچنین گستردگی آنها، محقق را با

محدودیت مکانی و زمانی تحقیق روبه‌رو کرده و سعی شده از حداکثر منابع موجود استفاده شود.

- **محدودیت منابع تحقیق:** به‌علت اینکه در این مورد تحقیقات زیادی انجام نشده، محقق با محدودیت منابع تحقیق روبه‌رو شده و سعی شده ازحداکثر منابع موجود استفاده شود.

منابع

آر کوک،ج.،(۱۳۸۲)،«پیش به سوی کارآفرینی»، میترا تیموری، چاپ سوم، تهران: نشرآموز

انداده، غ، (۱۳۸۳)، «شناسایی کار آفرینان موفق در جامعهٔ روستایی ایران»، چاپ اول، انتشارات دانشگاه اصفهان.

اوت لایمن و دیگران، (۱۳۸۰)، «آمارگیری نمونه‌ای»، کریم منصورفر، چاپ هشتم، تهران: انتشارات سمت.

بابانیا، ا، (۱۳۸۰)، «بررسی و شناخت ویژگی‌های مدیران و کارآفرینان در صنعت کشور» چاپ اول، انتشارات دانشگاه اصفهان.

بونی فیس، د، (۱۳۷۹)، «طرح آزمایش‌ها و روش‌های آماری»، هوشنگ طالبی و دیگران، چاپ اول، انتشارات دانشگاه اصفهان.

تفضلی، ف، (۱۳۷۵)، «تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دورهٔ معاصر)»، چاپ دوم، تهران: نشر نی.

تو دارو،م، (۱۳۸۴)، «توسعهٔ اقتصادی در جهان»، غلامعلی فرجادی، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

داوس دی. ای، (۱۳۸۵)، «پیمایش در تحقیقات اجتماعی»، هوشنگ نایبی، چاپ سوم، تهران: نشر نی.

رفیع پور فرامرز، (۱۳۷۵)، «کند و کاوها و پنداشت‌ها، چاپ ششم»، تهران: شرکت سهامی انتشار.

صالحی، ر، (۱۳۸۱)، «شناسایی عوامل و شاخص‌هایی اولویت‌دار جهت دست‌یابی به سازمان‌های کارآفرین در کشور»، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

سرمد، ز، و همکاران، (۱۳۷۶)، «روش تحقیق در علوم رفتاری»، چاپ اول، تهران: انتشارات آگاه.

سعیدی کیا، م، (۱۳۸۵)، «اصول و مبانی کار آفرینی»، تهران: انتشارات کیا.

شفیع آبادی، ع، (۱۳۸۱)، «راهنمایی و مشاورهٔ شغلی و حرفه‌ای»، چاپ اول، تهران: انتشارات رشد.

کاظمی، ع.، (۱۳۸۴)، «کارآفرینی تطبیقی (مقالات منتخب سمینار)»، چاپ اول، تهران: انتشارات اعلام التقی.

کریمی. م، (۱۳۸۴)، «بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات پ(LCT) برانگیزندهٔ خلاقیت کارآفرینی جوانان»، چاپ اول، تهران: فرهنگ سراهای.

کورتز نورمن، (۱۳۷۴)، «نمونه‌ای بر آمار در علوم اجتماعی»، حبیب الله تیموری، چاپ اول، تهران: نشر نی.

هزار جریبی، ج.، (۱۳۸۶)، «کارآفرینی»، چاپ دوم، تهران، پژوهشکدهٔ امور اقتصادی.
آشنا،م.، (۱۳۸۰)،«پایان‌نامه: بررسی رابطهٔ سرمایهٔ اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در واگن پارس اراک»، دانشگاه آزاد اراک.
احمد زاده،ن، (۱۳۸۵)، «پایان‌نامه: بررسی میزان توجه برنامهٔ درسی دورهٔ کارشناسی علوم تربیتی به پرورش مهارت‌های کار آفرینی»، دانشگاه آزاد اراک.
ادهمی،ح، (۱۳۸۴)، «مقاله: بررسی ارتباط میان نیازهای کارکنان و کارآفرینی آنها در حوزهٔ ریاست سازمان» تهران : مؤسسهٔ تحقیقات و توسعهٔ علوم انسانی.
اکبری،م، (۱۳۸۴)، «مقاله: بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در شرکت صنعت چوب شمال»، تهران: مؤسسهٔ تحقیقات و توسعهٔ علوم انسانی.
خدمتی توسل،ص، (۱۳۷۹)، «مقاله: بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان پسرانهٔ کوثر»، تهران.
رحیمی،ا؛ (۱۳۸۵)، «پایان‌نامه: بررسی مدل‌ها و استراتژی‌های کارآفرینی سازمان‌ها و ارائهٔ الگوی مناسب»، دانشگاه آزاد اراک.
سعادت حمید، (۱۳۸۰)، «مجموعه مقالات کار آفرینی و فناوری‌های پیشرفته»، دانشگاه تهران: مؤسسهٔ تحقیقات و توسعهٔ علوم انسانی.
یارائی،ع.، (۱۳۸۳)، پایان‌نامه «بررسی برخی روحیات کارآفرینی در بین دانشجویان و مقایسهٔ آن با مدیران صنایع»، دانشگاه آزاد اسلامی اراک.
مشایخ، غ، (۱۳۸۳)، «مقاله: بررسی رابطهٔ پایگاه اجتماعی خانواده و روحیهٔ کارآفرینی که در بعد خانواده جای می‌گیرد، دانشجویان دانشگاه شیراز»، تهران: پژوهشکدهٔ اموراقتصادی.
تازه‌های خبری، مؤسسهٔ کار و تأمین اجتماعی.
کار و جامعه، ماه‌نامهٔ اجتماعی، اقتصادی علمی و فرهنگی.
دانشگاه، کارآفرینی، ویژه‌نامهٔ کار آفرینی، دانشگاه ، سال پیامبر اعظم اسلام (ص) فروردین ۸۵ انتشارات مرکز کار آفرینی دانشگاه تهران و پردیس قم.

برنامهٔ درسی و آموزش فنی و حرفه‌ای؛ پژوهشی در خصوص تناسب عناصر برنامهٔ درسی در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای

دکتر جمال سلیمی[1]

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی تناسب برنامه‌های درسی (بر حسب عناصر برنامهٔ درسی) در آموزش فنی و حرفه‌ای از منظر کارآموزان انجام شده است. پرسش‌های اصلی در این تحقیق به دنبال سنجش میزان تناسب ابعاد برنامهٔ درسی (هدف، محتوا، روش آموزش و ارزشیابی) در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌باشد. جامعهٔ آماری تحقیق شامل کلیهٔ کارآموزان (پسر و دختر) مراکز فنی و حرفه‌ای شهرستان سنندج است که مشتمل بر ۱۷۸۰نفر بودند. روشن نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده و حجم نمونه ۳۴۴ نفرتعیین شدند. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی است. ابزار تحقیق شامل پرسش‌نامهٔ ۴۸ سؤالی محقق‌ساخته است که بر مبنای ۴ عنصر اصلی برنامهٔ درسی ساخته شده است. جهت تجزیه و تحلیل آماری داده‌های تحقیق در سطح توصیفی از میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی، درصد فراوانی و در بخش آماراستنباطی از روش‌های t تک متغیره، تحلیل واریانس یکراهه و آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان t مشاهده‌شده در خصوص ابعاد سه‌گانهٔ اهداف، محتوا و ارزشیابی از t بحرانی (در سطح 0/05) کمتر برآورد شده، لذا، بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و این سه بعد، در حد متوسط، تناسب وجود دارد. t مشاهده‌شده در خصوص عنصر چهارم (روش)، از t بحرانی (در سطح 0/05) بیشتر است. لذا، میزان تناسب در اینجا بیش از حد متوسط است. همچنین F مشاهده‌شده در سطح 0P ≤05/ معنی‌دار بوده و نشان‌دهندهٔ آن است که بین تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با عناصر برنامهٔ درسی، تفاوت وجود دارد. بیشترین تناسب مربوط به تناسب مربوط به عنصر روش با میانگین ۳/۰۹ و کمترین تناسب مربوط به مؤلفهٔ ارزشیابی با میانگین ۲/۸۴ گزارش شده است.

واژگان کلیدی: برنامهٔ درسی، عناصر برنامهٔ درسی، تناسب در برنامهٔ درسی، کارآموزان فنی و حرفه‌ای.

---

۱. استادیار برنامه‌ریزی درسی دانشگاه کردستان، Email: j_salimi2003@yahoo.com

مقدمه

یکی از ویژگی‌های مهم هر نظام اقتصادی در هم تنیدگی ساختارهای آموزش و اشتغال است، به عبارتی، ارتباط ارگانیک کار و آموزش همواره در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی و اجتماعی همزمان با یکدیگر در نظر بوده است. در واقع، هر آموزشی باید بازدهی یا توجیه اقتصادی داشته باشد که عالی‌ترین نوع آن ایجاد اشتغال متناسب با فراگیر است. بروز پدیدهٔ جهانی شدن در روند اقتصاد، افزایش رقابت‌های بین‌المللی و تحولات ناشی از توسعه و پراکندگی‌های جغرافیایی در بازار کار اهمیت نیاز به استراتژی سیستم آموزش را افزایش می‌بخشد. اکثر کشورها در اصلاحات سیستم آموزشی خود نسبت به گسترش آموزش‌های عمومی و دانشگاهی تمایل بیشتری نشان می‌دهند .در حالی که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در این مقایسه جایگاه چندان با اهمیتی ندارند. به‌علاوه در اکثر کشورها آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بخشی از سیستم آموزش متوسطه و یا دانشکده‌هایی که فارغ‌التحصیلان آن بنا بر نوع تقاضای جامعه به دانشگاه راه می‌یابند، محسوب می‌شود. ارزشیابی از این سیستم نشان می‌دهد که کارفرمایان از کیفیت این‌گونه آموزش‌ها راضی نیستند و غالباً از کیفیت ناچیز آموزش و فقدان مهارت‌های کاربردی کارآموزان و عدم‌آموزش و فقدان مهارت‌های کاربردی کارآموزان و عدم تناسب محتوای آموزشی رضایت ندارند (سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور،۱۳۸۷). ماهیت عصر حاضر یعنی، شرایط و چگونگی عملکرد بازار کار و ظهور اقتصاد دانش‌محور، توجه به منابع انسانی توانمند، دارای مهارت‌های فنی و حرفه‌ای را ضروری ساخته است (مهرعلیزاده و نائلی، ۱۳۸۱).

تربیت نیروی انسانی مورد نیاز جوامع در قالب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفت. در پی پیشرفت‌های علمی و صنعتی پس از جنگ جهانی دوم آموزش‌ها به‌طور بی‌سابقه‌ای گسترش یافت، تا آنجا که توسعهٔ برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای، از اهداف ملی بیشتر کشورها قرار گرفت و امروزه یکی از شاخص‌های موفقیت هر کشوری، توسعهٔ آن در سه بخش صنعت، کشاورزی و خدمات محسوب می‌شود. توسعهٔ این سه بخش نیازمند تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد در زمینه‌های فنی و حرفه‌ای متناسب با بازار کار است (نویدی و همکاران؛ ۱۳۸۲، ۵). از مهم‌ترین نیازها برای پیشرفت یک کشور، توسعهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌باشد. زیرا نیروی انسانی کار آزموده یکی از عوامل تعیین‌کننده در رشد و توسعهٔ کشورها محسوب می‌شود.

تشخیص کیفیت دوره‌های آموزشی و کارآموزی این مراکز از نظر کارآیی درونی و برونی به‌عنوان اولین گام برای کلیهٔ دست اندرکاران، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام آموزش فنی و حرفه‌ای و تربیت نیروی انسانی حائز اهمیت است (مشایخ، ۱۳۸۶، ۱). به‌طورکلی، وقتی گفتگو ها از واژهٔ آموزش همراه با صفت فنی استفاده می‌شود، منظور نوع خاصی از آموزش است که هدف اصلی آن آماده‌سازی افراد برای کار است. اما اگر بخواهیم عمیق‌تر شویم و منظور مرسوم از آموزش فنی و حرفه‌ای در نزد کسانی که آن را ارائه می‌دهند یا دریافت می‌کنند، همین‌طور کسانی که به آن عمل می‌کنند و به‌طورکلی، از نظر همهٔ کسانی که به نوعی به آن می‌پردازند را درک می‌کنیم. چشم‌اندازهای متفاوتی نسبت به آموزش‌های فنی و

حرفه‌ای وجود دارد. به عبارت دیگر، تفاوت در نوع نگاه و تعریفی که برای آموزش فنی و حرفه‌ای وجود دارد، انتظارات و توقعات متفاوتی را نسبت به آن ایجاد می‌کند. جهانی شدن اقتصاد، افزایش رقابت بین‌المللی، تغییرات جمعیتی و بازار کار همواره ضرورت نیاز به استراتژی‌های نوین در امر آموزش فنی و حرفه‌ای را مطرح ساخت، این استراتژی‌ها و مکانیزم‌ها به دنبال مجموعه تحولات مفهومی صورت پذیرفت که در نهایت سبب تعریف نوین از آموزش فنی و حرفه‌ای گردید. ساختار تحولات مفهومی بر پایهٔ برنامه‌ریزی‌های آموزشی و درسی نوین صورت گرفته است (بیب[1]، ۲۰۰۴ ؛ به نقل از صالحی، ۱۳۸۴).

امروزه ملت‌ها سخت در تلاش هستند تا با ایجاد نظام‌های آماده‌سازی افراد برای اشتغال، منابع خود را مورد استفادهٔ بهینه قرار دهند. در حقیقت، همهٔ افراد-حتی مردم کشورهای در حال توسعه -به شرطی می توانند در بازار کار رقابت کنند که در کاربرد تکنولوژی‌های نوین مهارت داشته و از مهارت‌های تخصصی برخوردار باشند (نفیسی، ۱۳۸۲). بدون شک در نظر گرفتن احتیاجات جامعه، تأسیس مراکز فنی و حرفه‌ای دردی را دوا نمی‌کند، نکتهٔ اساسی این است که برنامه‌های تربیتی حرفه‌ای باید به موازت برنامهٔ تربیت عمومی در دبیرستان‌ها گنجانده شود، و همچنین برنامهٔ حرفه‌ای مانند برنامهٔ عالی علمی باید اختیاری باشد (شریعتمداری، ۱۳۸۸).

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در مقایسه با آموزش‌های نظری از لحاظ هزینه‌ها گران‌ترند. از سوی دیگر، لازم است بین آموزش‌های عرضه‌شده و نیاز بازار کار تناسب و هماهنگی وجود داشته باشد. یکی از ضعف‌های عمدهٔ کشورهای در حال توسعه این است که برای پرورش نیروی انسانی خود از غرب الگو برداری کرده‌اند. در حالی‌که کشورهای صنعتی غرب به‌طور منظم نظام آموزشی خود را با شرایط جدید فنی- اقتصادی جهان مورد تجدید نظر قرار می‌دهند. ولی این نوع نوآوری‌ها در کشورهای در حال توسعه مشاهده نمی‌شود. چنانچه صنعت و سایر بخش‌های اقتصادی کشور بایستی به تحولات سریع تکنولوژی توجه کند و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای نیز باید رشته‌ها و استانداردهای آموزشی خود را متناسب با پیشرفت‌های تکنولوژیک سریعاً بهبود بخشند، به‌همین دلیل در کشورهای صنعتی در صورت احساس نیاز صنعت به رشتهٔ جدیدی که در پیشرفت تکنولوژی مؤثر باشد، طی کوتاه‌ترین زمان ممکن است آن رشته در مراکز آموزشی صنعتی و غیره راه‌اندازی شود (والایی و همکاران،۱۳۸۲).

چهار عنصر اصلی هدف، محتوا، روش‌های یاددهی-یادگیری و ارزشیابی در تدوین برنامهٔ درسی مدنظر می‌باشند که البته می‌توان مواد و وسایل آموزش را نیز افزود. این عناصر در تعامل و تأثیر متقابل با یکدیگر قرار دارند. بنابراین، تغییر در هر عنصر، عناصر دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و این یک ویژگی مثبت برای اصلاح و بهبود واقعی برنامهٔ درسی و آموزشی می باشد (یارمحمدیان و همکاران، ۱۳۶۷).

با در نظر گرفتن ماهیت، محتوا و شیوهٔ کار، آموزش حرفه‌ای از یک سو ریشه‌های ستبری در آرمان‌ها و هدف‌های آموزش و پرورش دارد، از سوی دیگر، معیارها و استانداردهای بازار

1. Bibb

کار به‌طور کامل بر آن سایه افکنده است. برای رعایت هر دو جنبهٔ انسانی و حرفه‌ای-تخصصی آموزش حرفه‌ای، دو بعد عمده همواره باید راهنمای طراحی طرح‌ها و نظام‌ها باشند که عبارتند از آموزش و کار. بعد آموزش بیشتر نیازهای انسانی را برآورده می‌کند، در حالی که در بعد کار یا اقتصاد بیشتر پاسخ‌گوی نیازهای اجتماعی و الزامات بازار کار است. فراتر از آن، رویکردهای جدید این اصل را مفروض گرفته‌اند که طرح‌ها و برنامه‌های آموزش حرفه‌ای نمی‌توانند به شکلی طراحی شوند که فقط متناسب با یک کار خاص باشد به همین دلیل لازم است که طرح‌ها و برنامه‌ها آزادانه‌تر و با مبنای گسترده‌تری طراحی شوند، تا آن‌که شکوفایی توانایی‌ها، وسعت میدان فرصت‌های شغلی و بهبود تحرک شغلی و تحصیلی بیانجامد. یکی از چالش‌های عمده‌ای که هنوز سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های آموزشی حرفه‌ای در کشورهای در حال توسعه همانند کشورهای توسعه‌یافته با آن روبه‌رو هستند، توانایی عملیاتی کردن مفهوم درهم‌تنیدگی، و نه منحصراً هم‌آهنگی و هم‌زیستی استانداردها و ارزش‌های آموزشی و شغلی است. شکاف یا جدایی میان نظام آموزش و دنیای کار، به‌ویژه بیش از همه در کشورهای در حال توسعه به چشم می‌خورد، یکی از عمده‌ترین نارسایی‌های آموزش حرفه‌ای در این کشورهاست (نفیسی،۱۳۸۲).

باتوجه به اینکه یکی از ملاک‌های اصلی اثربخشی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، توانمندی این آموزش‌ها در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز بازار کار است، این عبارت حاوی دو مفهوم اصلی است: اول اینکه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای باید نیروی انسانی برای آن دسته از مشاغلی تربیت کند که نسبت به مشاغل دیگر اهمیت بیشتری دارند یا به بیان دیگر از بازار کار بهتری برخوردارند، دوم اینکه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای باید در تربیت شغلی آن دسته از دانش‌ها و مهارت‌هایی را آموزش دهد که لازمهٔ ایفای نقش مؤثر شغلی از سوی شاغل است. اصل مشترک این است که تربیت نیروی انسانی باید مبتنی بر برنامه‌ریزی آموزشی و درسی باشد. بدین ترتیب ابتدا در حوزهٔ برنامه‌ریزی آموزشی، مشاغل مورد نیاز بازار کار مورد شناسایی قرار گیرند و سپس مشاغل شناخته‌شده برای تعیین دانش، نگرش و مهارت‌های شغلی به متخصصان برنامه‌ریزی درسی سپرده شود. هرچه فرایند نیازسنجی به‌منظور شناسایی مشاغل و نیز نیازسنجی به‌منظور تعیین دانش، نگرش و مهارت‌های شغلی از اعتبار و دقت بیشتری برخوردار باشد، می‌توان به کار آمدی دانش‌آموختگان در بازار کار اطمینان بیشتری داشت. انجام نیازسنجی در حوزهٔ برنامه‌ریزی آموزشی و درسی موضوعی اجتناب‌ناپذیر است. اما با توجه به اینکه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بیش از آموزش‌های نظری معطوف به مهارت‌های خاص شغلی است، می‌توان ضرورت تبعیت از فرایند نیازسنجی در حوزهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را قوی‌تر از حوزهٔ آموزش‌های نظری دانست. در آموزش‌های نظری عمدتاً مهارت‌های پایه و مشترک مانند درک مفاهیم ریاضی و فیزیک وجه‌نظر برنامه‌ریزان درسی است (یعنی مهارت‌های عمدتاً ذهنی). اما آموزش‌های فنی و حرفه‌ای هم از حیث نوع شغل و هم از حیث دانش و مهارت‌های شغلی بسیار متأثر از تغییرات و تحولات فناوری و بازار کار است.

پاسبان (۱۳۸۵) در پژوهش خود دریافته است که مدیران صنایع به تعیین اهداف در برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای تأکید دارند. نتایج حاصل از مطالعات شیروانی (۱۳۸۵)

نشان می‌دهد که بین متغیرهایی از قبیل نیازسنجی از بازار کار، بین عقد قرار داد برای تأمین نیروی انسانی ماهر با کارفرمایان بخش خصوصی، توزیع مناسب نیروی انسانی ماهر در بازار کار، بین بهبود مستمر فرآیند آموزشی، بین اطلاع‌رسانی صحیح فرصت‌های شغلی، بین حمایت‌های قانونی دولت از دارندگان مدرک فنی و حرفه‌ای، بین ارتقاء کمّی و کیفی دوره‌های آموزشی و نگرش مثبت جامعه و جذب جوانان به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای رابطهٔ معناداری وجود دارد (نیکخو، ۱۳۸۶).

مطلوبیت اهداف آموزشی و مطلوبیت محتوایی آموزشی برنامه‌های آموزشی در حد متوسط به بالا بوده است. مطالعات هانن[1](۲۰۰۳) مشخص کرده است که اهداف آموزش کشاورزی باید متناسب به نیازهای جامعه تدوین شود. نتایج پژوهش طائی (۱۳۸۲) نشان می‌دهد که سهم سطوح تحصیلی زیر دیپلم از۵۷/۷ به ۵/۴ درصدکاهش یافته و سهم سطوح تحصیلی دیپلم و عالی از ۴ درصد به ۱۶/۵درصد افزایش یابد که این پدیده نیز می‌تواند مؤید نامتناسب بودن الگوی توسعهٔ آموزش فنی و حرفه‌ای در بعد اهداف با نیازهای بازار کار کشور باشد.

باتومز[2](۲۰۰۶) تحقیقی تحقیقی تحت عنوان استانداردهای آموزشی و ارزیابی مهارت‌های شناسایی‌شدهٔ صنعتی جهت بهبود مسیر شغلی انجام داد. معمولاً استاندارد آموزشی در خصوص اهداف و محتوای آموزشی و به تناسب آن طول دوره و ساختار آموزشی را توضیح می‌دهد. این استانداردها محور اصلی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از یک سو و تطابق محتوا با بازار کار جامعهٔ متبوع از سوی دیگر می‌باشد. نتایج نشان داد که بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با اهداف و محتوای برنامه‌های درسی وجود ندارد. باباخانی (۱۳۸۳) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی نقاط ضعف و قوت شاخهٔ کاردانش از نظر محتوا، امکانات و روش اجرا در استان سمنان از دیدگاه مدیران و مسئولان به این نتایج دست یافت: الف) بین نظرات دبیران و مسئولان شاخهٔ کاردانش در مورد نقاط قوت و ضعف این شاخه از نظر محتوا تفاوت وجود ندارد؛ ب) بین نظرات دبیران و مسئولان شاخهٔ کاردانش در مورد نقاط قوت و ضعف این شاخه از نظر روش اجرا تفاوت وجود ندارد؛ ج) بین میانگین نظرات مسئولان شاخهٔ کاردانش شهرستان شاهرود در مورد نقاط قوت و ضعف این شاخه از نظر محتوای آموزشی، امکانات آموزشی و روش اجرا تفاوت وجود دارد؛ د) بین میانگین نظرات دبیران شاخهٔ کاردانش شهرستان شاهرود در مورد نقاط قوت و ضعف این شاخه از نظر محتوای آموزشی، امکانات آموزشی و روش اجرا تفاوت وجود دارد.

مطالعات سلیمی (۱۳۸۴) مشخص کرد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای توفیق قابل‌توجهی در پرورش نیروی ماهر کار (سرمایهٔ انسانی) و تربیت نیروی انسانی خوداشتغالی (کارآفرین) داشته و می‌توانند به‌عنوان یک راه میانبر در جهت توسعهٔ سرمایهٔ انسانی ایفای نقش نمایند. با وجود این، توفیقات بیشتر در تشکیل چنین سرمایه‌ای، نیازمند توجه جدی‌تری به بعد آموزشی (محتوا و روش) دارد.

1. Hanan
2. Bottoms

معروفی (۱۳۸۴) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که ادارهٔ آموزش فنی و حرفه‌ای در برنامهٔ آموزشی خود تجدید نظر نماید و مهارت‌های فنی را در محتوای آموزش‌ها و ارزیابی آموزشی وارد نماید. طبق نتایج مطالعات قائدی (۱۳۸۴) ارزیابی اجرا در همان مرحلهٔ طراحی نمرهٔ خوبی کسب کرده است، در مرحلهٔ ارزیابی پایان دورهٔ آموزشی ارزیابی خوبی به‌دست نیامده است و این نشان می‌دهد که این دورهٔ آموزشی با مشکلاتی مواجه است، به‌ویژه در موارد روش‌ها، امکانات و تسهیلات، کیفیت تدریس و تحقق هدف‌ها نسبت به سایر بخش‌ها نمرهٔ بهتری به‌دست نیاورده است.

امانی (۱۳۸۵) در تحقیق به این نتیجه دست یافت که باتوجه به داده‌های به‌دست آمده از پرسش‌نامه‌ها، ۷۰٪ مربیان و ۷۷٪ مدیران بیان نموده‌اند که آزمون‌های پایان دوره دربرگیرندهٔ محتوا و اهداف دوره می‌باشد. شریعت‌زاده (۱۳۸۵) دریافت که ارتباطی نظامدار و مشخص بین اجرای (روش) آموزش‌های مهارتی کاردانش درسطح سازمان آموزش و پرورش شهر تهران و نیازهای بازار کار برقرار نیست و سیاست کمیت‌گرایی و پاسخگویی به تقاضای دانش‌آموزان، این امر را به شدت تحت تأثیر قرار داده و آن را به حاشیه رانده است. زین‌آبادی (۱۳۸۶) در پژوهش خود با عنوان ارزشیابی کیفیت ابعاد فردی، اجتماعی، اقتصادی بروندادهای آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای شهر تهران به این نتایج دست یافت: در بعد فردی، کیفیت پیشرفت و افت تحصیلی در فارغ‌التحصیلان و دانش، نگرش و خلاقیت در سطح نسبتاً مطلوب و ادامهٔ تحصیل در سطح نامطلوب و در بعد اجتماعی، کیفیت تحقق اهداف اجتماعی- آموزشی در سطح نسبتاً مطلوب و در بعد اقتصادی، کیفیت اشتغال و کار آفرینی در سطح نامطلوب و رضایت کارفرما در سطح نسبتاً مطلوب قرار دارد. بنابراین، اهداف فردی و اقتصادی در سطح نامطلوب و در بعد اجتماعی در سطح نسبتاً مطلوب ارزشیابی شد.

عمادزاده (۱۳۸۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که چون در بعضی استانداردها، چندین مهارت گنجانده شده است و به دلایلی مثل تخصصی بودن مطلب یا نیاز به تجهیزات خاص که در آن کارگاه موجود نیست و همچنین نداشتن فضای کافی و ...در هیچ‌یک از رشته‌ها صد در صد محتوای استاندارد تدریس نمی‌شود.

یافته‌های پژوهش خالدی (۱۳۸۷) نشان داد که: که اکثر فراگیران علاقهٔ زیادی به رشتهٔ تحصیلی خود داشته‌اند. به عبارت دیگر، پتانسیل لازم برای موفقیت در رشتهٔ تحصیلی و فعالیت مرتبط با آن وجود داشته است. آموزش‌های ارائه‌شده توانسته است برای ۱۸/۷درصد از فراگیران بیکار ایجاد اشتغال نماید.

با توجه به زمان یا مدت دورهٔ آموزش کارآیی آموزش‌های غیررسمی (مراکز فنی و حرفه‌ای) بر ایجاد شغل نسبت به آموزش‌های رسمی به مراتب بالاتر است. مقایسهٔ بین مراکز خصوصی و دولتی نشان می‌دهد که مراکز خصوصی موفقیت بیشتری در ایجاد شغل داشته‌اند. یافته‌های تحقیق توسط هوانک جانک (۲۰۰۲) نشان داد: بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بازار کار و صنعت مطابقت ندارد، به‌طوری که او معتقد است، پایین بودن محتوای برنامهٔ آموزشی با صنعت، به‌عنوان مشکلات برنامهٔ درسی مراکز فنی و حرفه‌ای است. لوش (۲۰۰۳) در تحقیق خود دریافت که ارزشیابی دوره‌های آموزشی، در به‌کارگیری

استانداردهای مهارت در رشد و توسعهٔ برنامهٔ درسی و آموزشی فنی و حرفه‌ای نقش به‌سزایی ایفا می‌کند.

تونتوپاس(۲۰۰۹) در پژوهشی نتایج زیر را عنوان کرد، کشورهای جهان سوم برای حل مسائل و مشکلات آموزشی خود تنها دو راه را در پیش دارند: راه اول آنکه مانند گذشته نظام آموزشی خود را از نظر کمّی، با تعدیلاتی جزیی در برنامه‌های درسی، روش‌های تدریس و آزمون‌ها توسعه دهند، ولی ساخت نهادی بازار کار و سیاست‌های پرهزینهٔ آموزشی را همچنان حفظ کنند، که این خود موجب تشدید و ادامهٔ بیکاری، فقر، نابرابری و در نهایت تسلط فکری دیگر کشورها برآنها خواهدشد.

راه دوم که به نظر وی برای کشورهای در حالت توسعه مطلوب به نظر می‌رسد آن است که کل نظام آموزشی خود را با دخل و تصرف در شرایط عرضه و تقاضای امکانات آموزشی فنی، با به‌کارگیری برنامه‌های درسی مطابق با نیازها و خواسته‌ای واقعی کشور اصلاح کنند. بنابراین، باید خاطر نشان ساخت که رشد و گسترش دانشگاه‌ها و افزایش تعداد دانشجویان به تنهایی ملاک و شاخص توسعهٔ کشور نیست.

با توجه به آنچه گفته شد؛ هدف تحقیق حاضر، بررسی ضرورت تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با عناصر برنامهٔ درسی کارآموزان شهرستان سنندج می‌باشد. سؤال‌های تحقیق عبارتند از:

۱. بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد اهداف به چه میزان تناسب وجود دارد؟
۲. بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد محتوا به چه میزان تناسب وجود دارد؟
۳. بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد روش‌ها به چه میزان تناسب وجود دارد؟
۴. بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد ارزشیابی به چه میزان تناسب وجود دارد؟

روش‌شناسی

در این پژوهش ضرورت تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با عناصر برنامهٔ درسی از دیدگاه کارآموزان سازمان فنی و حرفه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است، لذا تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعهٔ آماری این پژوهش را کلیهٔ کارآموزان پسر سازمان فنی و حرفه‌ای سنندج در بهار سال ۱۳۹۱ تشکیل داده‌اند. کل جامعهٔ آماری حدود ۱۷۸۰ نفر بودند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردیده است، تعداد نمونه‌های مورد نیاز در این پژوهش بر اساس مطالعه مقدماتی و برآورد نسبت p و q ، ۳۴۴ نفر محاسبه گردیده است.

ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته می‌باشد. در ابتدا با یک مطالعهٔ اکتشافی و طرح چند سؤال باز پاسخ نظر کارشناسان و تعدادی از کارآموزان را در مورد عوامل مهم در عناصر برنامهٔ درسی و نیازهای بازار کار جمع آوری نموده و پس از بررسی آنها سؤالات پرسش‌نامهٔ نهایی متناسب با هدف‌های تحقیق به تعداد ۴۰ سؤال براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت در دو وضعیت موجود و مطلوب طرح‌ریزی گردیده است. روایی پرسش‌نامه از طریق مشورت با صاحب‌نظران به تأیید رسیده است. پایایی پرسش‌نامه با استفاده از نتایج یکبار اجرای آزمایشی بر روی حداقل ۲۳ نفر از اعضای در دسترس، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و پس از به‌دست آمدن ضریب قابل قبول(۰/۹۱) ابزار نهایی تدوین شد.

جدول ۱: ضرایب پایایی پرسش‌نامه

مؤلفه‌ها	ضریب پایایی
اهداف	٪۹۳
محتوا	٪۹۶
روش	٪۹۵
ارزشیابی	٪۹۷

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهشی در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است، در سطح توصیفی از فراوانی، میانگین و انحراف معیار و در سطح آمار استنباطی از آزمون t تک متغیره، t هتلینگ و آزمون فریدمن استفاده شده است.

یافته‌ها

جدول ۲. یافته‌های توصیفی پرسش‌نامهٔ تحقیق حاضر را به‌خوبی نشان می‌دهد.

سؤالات	میانگین	میانگین رتبه	انحراف معیار
تناسب اهداف آموزشی با نیازهای بازار کار	۳/۲۰	۷/۴۰	۱/۲۹
تناسب دقت، صراحت و روشنی اهداف با نیازهای زندگی واقعی فراگیران	۳/۱۳	۶/۳۸	۱/۲۷
تناسب اهداف با توجه به شرایط و امکانات مادی	۲/۸۸	۵/۳۹	۱/۲۰
تناسب اهداف آموزشی با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی فراگیران	۳/۱۵	۶/۲۷	۱/۱۶
تناسب اهداف آموزشی با رغبت‌ها و تمایلات شخصی فراگیران	۳/۱۱	۶/۴۳	۱/۱۶
تناسب اهداف آموزشی با سایر اهداف مواد درسی	۲/۹۵	۵/۵۵	۱/۲۱
تناسب اهداف آموزشی با بودجه و امکانات مالی	۲/۸۸	۵/۴۳	۱/۲۸
تناسب اهداف آموزشی با تحولات جهانی	۲/۷۶	۵/۳۲	۱/۲۲
تناسب اهداف آموزشی با تحولات ملی	۲/۳۰	۵/۰۹	۱/۱۷
تناسب اهداف آموزشی با تغییرات علمی و تکنولوژی	۲/۶۷	۵/۳۲	۱/۱۶
تناسب اهداف آموزشی با سطح رشد عقلانی فراگیران	۲/۸۹	۵/۲۱	۱/۳۲

نتایج آزمون فریدمن

n	خی دو	df	سطح معناداری
۳۱۱	۹۸/۹۱۲	۱۰	۰/۰۵

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمرهٔ پاسخ‌ها مربوط به تناسب اهداف آموزشی با نیازهای بازار کار با میانگین ۳/۲۰ و کمترین میانگین مربوط به تناسب اهداف با توجه به شرایط و امکانات مادی، تناسب اهداف آموزشی با بودجه و امکانات مالی و تناسب اهداف آموزشی با تحولات جهانی بوده است. اجرای آزمون فریدمن به‌منظور مقایسهٔ میانگین رتبهٔ هر یک از سؤال‌های مربوط به مؤلفه‌های پژوهش می‌باشد. براساس یافته‌ها حاصل آماره فریدمن در سطح $P \leq 05 /$ معنی‌دار بوده، بنابراین، بین میانگین رتبهٔ سؤال‌های مربوط به اهداف تفاوت وجود دارد.

جدول ۳. توزیع میانگین و انحراف معیار سؤال‌های مربوط به محتوا

سؤالات	میانگین	میانگین رتبه	انحراف معیار
تناسب محتوا با میزان سودمندی آموزش‌های ارائه‌شده جهت فعالیت	۳/۱۰	۷/۵۲	۱/۱۹
تناسب محتوا با تقویت مهارت‌های اجتماعی فراگیران	۳/۰۰	۷/۴۴	۱/۲۰
تناسب محتوا با نیازهای جامعهٔ محلی (سطح خرد)	۲/۸۸	۷/۱۲	۱/۲۰
تناسب محتوا با نیازهای ملی (سطح کلان)	۳/۱۰	۶/۷۲	۱/۲۱
تناسب اهداف آموزشی با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی فراگیران	۳/۱۱	۷/۳۷	۱/۱۶
تناسب محتوا با نیازهای شغلی فراگیران	۲/۹۵	۷/۱۹	۱/۲۱
تناسب محتوا با مقتضیات و ویژگی‌های رشد فراگیران	۲/۸۹	۶/۶۶	۱/۲۷
تناسب سازماندهی محتوا از آسان به مشکل	۳/۱۶	۸/۰۷	۱/۲۳
تناسب محتوا با فعالیت‌های عملی و کارگاهی	۳/۱۰	۷/۲۸	۱/۲۷
تناسب محتوای آماده‌شده با رئوس مطالب درسی	۲/۹۹	۷/۰۹	۱/۱۶
تناسب محتوا درسی با اهداف آموزشی	۳/۳۳	۸/۵۳	۱/۱۸

نتایج آزمون فریدمن

n	خی دو	df	سطح معناداری
۳۱۱	۷۲/۱۹۸	۱۳	۰/۰۵

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمرهٔ پاسخ‌ها مربوط به تناسب محتوای درسی با اهداف آموزشی با میانگین ۳/۳۳ بوده است و کمترین میانگین مربوط به تناسب محتوا با مقتضیات و ویژگی‌های رشد فراگیران بوده است. بر اساس یافته‌ها آماره فریدمن در سطح $P \leq 05 /$ معنی‌دار بوده و بنابراین بین میانگین رتبه سؤال‌های مربوط به محتوا تفاوت وجود دارد.

جدول ۴. توزیع میانگین و انحراف معیار سؤال‌های مربوط به روش آموزش

سؤالات	میانگین	میانگین رتبه	انحراف معیار
تناسب روش‌ها با نیازها فرهنگی جامعه	۳/۲۲	۵/۱۱	۱/۲۴
تناسب روش‌ها با توانمندی‌های شغلی مورد نیاز جامعه	۳/۰۱	۵/۰۳	۱/۱۳
تناسب روش‌ها با فرآیند یاد دهی-یادگیری	۳/۱۲	۴/۹۸	۱/۲۲
تناسب روش‌ها با شیوه‌های مدیریتی مربی	۳/۲۲	۵/۲۰	۱/۲۸
تناسب روش‌ها با شیوه‌های ارزشیابی آموزشی	۳/۱۱	۴/۹۸	۱/۲۰
تناسب روش‌ها با امکانات مالی و تسهیلات	۲/۹۵	۴/۵۲	۱/۲۱
تناسب روش‌ها با ویژگی‌های کارآموزان	۳/۵۲	۵/۳۷	۱/۲۸
تناسب روش‌ها با محتوا برنامهٔ درسی	۳/۱۲	۴/۸۹	۱/۱۸
تناسب روش‌ها با هدف‌های برنامهٔ درسی	۳/۲۳	۵/۰۹	۱/۲۴

نتایج آزمون فریدمن

n	خی دو	df	سطح معناداری
۳۱۱	۲۳/۱۶۶	۸	۰/۰۵

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمرهٔ پاسخ‌ها مربوط به تناسب روش با نیازهای فرهنگی جامعه و کمترین میانگین مربوط به تناسب روش‌ها با امکانات مالی و تسهیلات بوده است. براساس یافته‌های آمارهٔ فریدمن در سطح $\mathbf{P} \leq 05/$ معنی‌دار بوده، بنابراین، بین میانگین رتبهٔ سؤال‌های مربوط به روش تفاوت وجود دارد.

جدول ۵. توزیع میانگین و انحراف معیار سؤال‌های مربوط به ارزشیابی

سؤالات	میانگین	میانگین رتبه	انحراف معیار
تناسب شیوه‌های ارزشیابی با نیازهای واقعی جامعه	۳/۱۰	۳/۴۵	۱/۲۶
تناسب شیوه‌های ارزشیابی با مهارت‌های عملی کارآموزان	۳/۰۱	۵/۵۰	۱/۲۹
تناسب شیوه‌های ارزشیابی با تجهیزات و امکانات مالی موجود	۳/۰۲	۳/۴۴	۱/۳۲
تناسب شیوه‌های ارزشیابی با محتوای فعالیت آموزشی	۲/۹۷	۳/۳۰	۱/۱۹
تناسب شیوه‌های ارزشیابی با ویژگی فردی کارآموزان	۳/۱۵	۳/۶۰	۱/۱۷
تناسب شیوه‌های ارزشیا بی با اهداف برنامهٔ درسی	۳/۰۶	۳/۶۵	۱/۱۸

نتایج آزمون فریدمن

n	خی دو	df	سطح معناداری
۳۱۱	۴/۲۳۸	۴	۰/۰۵

یافته‌های جدول ۵ نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمرهٔ پاسخ‌ها مربوط به تناسب شیوهای ارزشیابی با ویژگی‌های فردی کارآموزان و کمترین میانگین مربوط به "تناسب شیوهای ارزشیابی با محتوای فعالیت‌های آموزشی بوده است. براساس یافته‌های آماره فریدمن در سطح $P \leq 05/$ معنی‌دار نبوده، بنابراین، بین میانگین رتبهٔ سؤال‌های مربوط به ارزشیابی تفاوت وجود ندارد.

جدول ۶. مقایسهٔ میانگین نمرهٔ تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد اهداف

مؤلفه‌ها	Min	انحراف معیار	خطای معیار	T
اهداف	۳/۱۱	۰/۷۲۲	۰/۰۵۳	۱/۵۶

بر اساس یافته‌های جدول۶، t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصدکوچکتر می‌باشد. بنابراین، بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد اهداف و در سطح متوسط تناسب وجود دارد.

جدول ۷. مقایسهٔ میانگین نمرهٔ تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد محتوا

مؤلفه‌ها	Min	انحراف معیار	خطای معیار	T
محتوا	۳/۰۸	۰/۷۵۵	۰/۰۵۴	۱/۸۶

بر اساس یافته‌های جدول ۷، t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگتر می‌باشد. بنابراین، بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد محتوا در سطح متوسط تناسب وجود دارد.

جدول ۸ . مقایسهٔ میانگین نمرهٔ تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد روش

مؤلفه‌ها	Min	انحراف معیار	خطای معیار	t
روش	۳/۱۴	۰/۸۱۱	۰/۰۵۴	۲/۹۶

بر اساس یافته‌های جدول ۸، t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگتر می‌باشد. بنابراین، بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد روش، بیش از متوسط تناسب وجود دارد.

جدول ۹. مقایسهٔ میانگین نمرهٔ تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد ارزشیابی

مؤلفه‌ها	Min	انحراف معیار	خطای معیار	t
ارزشیابی	۳/۰۲	۰/۸۲۰	۰/۰۵۵	۱/۱۴

بر اساس یافته‌های جدول ۹، t مشاهده‌شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین، بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد ارزشیابی در سطح متوسط تناسب وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

یکی از اساسی‌ترین مشکل کشور ما کمبود نیروی انسانی ماهر و یا حضور نیروهای غیر ماهر در عرصه‌های گوناگون صنعت می‌باشد. آنچه امروز کشورهای دنیا را از نظر پیشرفت از هم متفاوت می‌سازد، دارا بودن سرمایه‌های انسانی است. اکثر کشورها تلاش می‌کنند برنامه‌های آموزشی خود را به‌گونه‌ای مدون سازند تا بتوانند ضمن تقویت تکنولوژی نوین و سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی، شرایط اشتغال مناسب را فراهم آورند و همراه آن قدرت رقابت محصولات خود را در بازارهای جهانی افزایش دهند. یکی از راه‌های پاسخگویی به این نیازها، کیفیت‌بخشی به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و هماهنگ ساختن آن با نیازهای جامعه می‌باشد. نظام آموزش فنی و حرفه‌ای غیررسمی مجموعه‌ای به‌هم پیوسته از اهداف، ساختار، محتوا، روش، مدیریت و منابع آموزش فنی و حرفه‌ای غیررسمی کشور می‌باشد که مکمل نظام آموزش رسمی، ارائه می‌گردد.

این نظام بخش سوم از کل نظام آموزش کشور است که بخش اول آن نظام آموزش عمومی که وزارت آموزش و پرورش متولی آن است و بخش دوم نظام آموزش عالی است که وزارت‌خانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری با همکاری بخش غیردولتی متولی آن است و بلأخره بخش سوم که نظام آموزش غیررسمی و کوتاه‌مدت سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور با همکاری سایر دستگاه‌ها متولی آن محسوب می‌شود. نتیجهٔ سؤال اول پژوهش که به تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد اهداف می‌پرداخت نشان می‌دهد که بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد اهداف در سطح متوسط تناسب وجود دارد. این یافته‌ها با یافته‌های شیروانی (۱۳۸۵)، پاسبان (۱۳۸۵)، نیکخو (۱۳۸۶) وهنان (۲۰۰۳) همسو بوده و با تحقیقات طائی (۱۳۸۲) و باتومز (۲۰۰۶) ناهمسو بود.

از جمله دلایل همسو بودن را می‌توان در برخورداری از اطلاعات کافی در مورد نیازهای بازار کار، تناسب اهداف با نیازهای کارآموزان و جامعهٔ محلی، قابل فهم بودن اهداف و تناسب اهداف با رغبت‌ها و تمایلات شخصی افراد دانست. آموزش‌های فنی و حرفه‌ای مجموع آموزش‌های علمی و عملی است که هدف آن ایجاد شرایط لازم برای کسب دانش و ایجاد نگرش و پرورش مهارت کارآموزان به‌منظور احراز شغل و ارتقاء مهارت می‌باشد. از آنجا که یکی از ویژگی‌های مهم هر نظام اقتصادی درهم‌تنیدگی ساختارهای آموزش و اشتغال است، به عبارتی دیگر، ارتباط ارگانیک کار و آموزش همواره در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی و اجتماعی همزمان با یکدیگر در نظر بوده است و هر آموزشی باید بازدهی یا توجیه اقتصادی

داشته باشد که عالی‌ترین نوع آن ایجاد اشتغال متناسب با فراگیر است. از جمله دلایل ناهمسو بودن را می‌توان در نبود توالی اهداف، پیش‌بینی اهداف، عدم تناسب اهداف با بودجه و امکانات مالی و عدم تناسب با سطح رشد عقلی فراگیران، نداشتن روح علمی در تدوین اهداف و به‌هنگام نبودن آن از سوی دیگر دانست .بنابراین، هدف‌گزینی یا هدف‌های آموزشی دوره‌های آموزشی سازمان فنی و حرفه‌ای به‌طور دقیق و علمی انجام گیرد و هدف‌ها با توجه به نیازهای واقعی جامعه به‌منظور اشتغال‌زایی آموزش‌دیدگان طراحی شوند.

محتوای دوره‌های آموزشی فنی و حرفه‌ای با تمرکز بر مهارت آموزشی به فراگیران متنوع و مختلف می باشد. آموزش مؤثر در مراکز آموزشی و مرتبط با نیازهای واقعی جامعه، مبتنی است بر محتوا و درسی که به انتقال دانش و مهارت منطبق با بازار کار تهیه و تدوین شده باشد. محتوای آموزشی دارای سه نقش اساسی می‌باشند: ۱. تعلیم کارآموزان و آماده ساختن برای احراز شغل و ایفای وظیفه در جامعه؛ ۲. بهبود دانش و مهارت شاغلین و قادر ساختن آنان به درک اهمیت علوم و ارزش آنها در زندگی؛ ۳. پشتیبانی و کمک به اجرای برنامه‌های آموزشی و سوق دادن این برنامه‌ها به سویی که هدف‌های آموزشی برآورده شود. نظر به اینکه محتوا و مواد آموزشی قابل دیدن، شنیدن و لمس کردن است، این ویژگی را دارد که می‌توان مقدار و میزان آن برای آموزش مورد نظر و متناسب با قابلیت درک و هوش کارآموزان انتخاب گردد. سؤال دوم تحقیق مبنی بر این بود که بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد محتوا به چه میزان تناسب وجود دارد؟ نتایج تحقیق نشان داد که بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد اهداف در سطح متوسط تناسب وجود دارد.

نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های باباخانی (۱۳۸۳)، سلیمی (۱۳۸۴)، شیروانی (۱۳۸۵)، نیکخو (۱۳۸۶) و پرایس (۲۰۰۹) همسو بوده است و با یافته‌های معروفی (۱۳۸۴)، عمادزاده (۱۳۸۶)، هوانکجانک (۲۰۰۲) و باتومز (۲۰۰۶) ناهمسو می‌باشد. از جمله دلایل همسو بودن عبارتند از: تناسب محتوا با علایق، استعداد، تجربیات و یادگیری‌های بعدی و از دلایل همسو نبودن محتوا: عدم تناسب با قانونمندی‌های برنامهٔ درسی (تعادل محتوا و انسجام محتوا)، عدم تناسب با ارزش‌های اجتماعی نظیر ایده‌آل‌ها و فرهنگ و عدم قابلیت کاربرد آموزش ارائه‌شده در جامعه می‌تواند باشد.

سؤال سوم تحقیق، تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد روش را بررسی نمود، بر اساس یافته‌های تحقیق، بین آموزش‌های فنی و حرفه ای با بعد روش بیش از سطح متوسط تناسب وجود دارد. نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های باباخانی (۱۳۸۳) همسو بوده است و همچنین با یافته‌های تونتوپاس (۲۰۰۹) همسو نبوده است. بدون شک آموزش مؤثر، آموزشی است که منجر به فعالیت اقتصادی و اجتماعی شده، به‌طوری‌که فرد آموزش‌دیده بتواند با کمک مهارت کسب نموده، ایجاد اشتغال نموده یا توسط بازار موجود اشتغال جذب شود. انجام این مهم دامنهٔ وسیعی از فعالیت‌های سازمانی اعم از طراحی دوره‌های آموزشی مورد نیاز جامعه، تدوین روش‌ها و استانداردهای مورد نیاز این آموزش‌ها، تأمین منابع مالی و انسانی اجرای آموزش، ایجاد نظام مؤثر جذب و نگه‌داشت کارآموز، ایجاد اعتبار اجتماعی و اقتصادی لازم برای مهارت تعریف شده و ... را در بر می‌گیرد. اکثریت مخاطبین دوره‌های کارآموزی را جوانان و بزرگسالان تشکیل می‌دهند، بنابراین، برنامه‌ریزی و اجرای این دوره

باید با اصول یادگیری بزرگسالان سازگاری کامل داشته باشد. چون دوره‌های کارآموزی عموماً کوتاه‌مدت بوده و استفاده از روش‌ها، رسانه‌ها و امکانات آموزشی در این دوره‌ها باید در خدمت فائق ساختن بزرگسالان شاغل بر موانع توسعه و بالندگی شغلی مد نظر باشد. از جمله دلایل همسو بودن پژوهش، می‌توان تناسب روش آموزشی با توجه با امکانات کارگاهی، تناسب روش با هدف و محتوای برنامه‌های درسی، تناسب روش با توجه به سطح عقلانی بودن و درک فراگیران تغییرپذیر بوده (انعطاف‌پذیری) را نام برد.در تبیین این یافتهٔ پژوهشی می‌توان به فراگیرمحور بودن فرایند آموزشی، توجه به تفاوت‌های شخصی فراگیران، توجه به شیوهٔ ارزشیابی آموزشی و امکانات آموزشی متناسب با دوره‌ها اشاره کرد. سؤال چهارم پژوهش که به تناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد ارزشیابی می‌پرداخت، نشان می‌دهد که بین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با بعد ارزشیابی در سطح متوسط تناسب وجود دارد. به عبارت دیگر، ارزیابی‌های مرکز آموزش‌های فنی و حرفه‌ای حد معمولی بود. یافته‌های این تحقیق با یافته‌های شیروانی (۱۳۸۵)، امانی (۱۳۸۵) و خالدی (۱۳۸۷) همسو بوده است.

امروزه رویکردهای مختلفی برای ارزشیابی دوره‌های آموزشی مورداستفاده قرار می‌گیرند. بر این اساس، آموزش فنی و حرفه‌ای نیز مانند هر فعالیت آموزشی مستلزم برنامه‌ریزی صحیح و اصولی است. به عبارتی، اگر برنامه‌ریزی آموزشی، (شناسایی، اولویت‌بندی نیازهای آموزشی و ارزشیابی‌ها) به‌درستی بر حسب نیاز بازار کار طرح‌ریزی و انجام شود می‌تواند بازده اقتصادی قابل توجه داشته باشد، به‌طوری‌که ایجاد و اجرای یک سیستم ارزشیابی جامع و کامل از دوره‌های آموزشی، از ضروری‌ترین بخش‌های یک برنامهٔ آموزشی است و هر جا که به این مهم توجه نشده است، برنامه‌ها از کیفیت لازم برخوردار نبوده‌اند. بر این اساس، مفاهیم کیفیت از اهمیت زیادی برخوردار است. کیفیت با ارزشیابی رابطهٔ مستقیم دارد. کیفیت نظام آموزشی عبارت است از میزان تطابق وضعیت موجود با هریک از حالت‌های ، ۱. استانداردها (معیارهایی از قبل تعیین‌شده)؛ ۲. رسالت، هدف و انتظارات. کیفیت نظام آموزشی را معمولاً بر حسب کیفیت دروندادها، فرآیند، محصول، بروندادها و پیامدها مورد ارزیابی قرار می‌دهند. از دلایل همسویی این یافته می‌توان به تناسب شیوه‌های ارزشیابی با توجه روش‌های تدریس، تناسب شیوهٔ ارزشیابی با اهداف برنامه‌های درسی و تناسب ارزشیابی با مدت زمان دورهٔ آموزشی دانست. از نگاهی دیگر، می‌توان بیان نمود که سلیقه‌ای ارزیابی کردن، استفادهٔ غیرصحیح از انواع شیوه‌های ارزشیابی، عدم تناسب ارزشیابی با تجهیزات و امکانات مالی و عدم تناسب ارزشیابی با ویژگی‌های فردی، علت ایده‌ال نبودن و در حد متوسط بودن تناسب شیوه‌های ارزشیابی با نیاز بازار کار می‌باشد. انجام ارزشیابی‌های متعدد، دقیق و جدید توسط محققان مجرب و با تجربه به‌منظور شناخت وضعیت توسعهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، برای کمک به برنامه‌ریزی صحیح.

آموزشی و درسی توسط مسئولین یک امر ضروری است. به‌عبارت دیگر، مراکز آموزشی سازمان فنی و حرفه‌ای در حالی که جوانان را تحت تأثیر برنامه‌های آموزشی فنی، خدماتی و کشاورزی قرار می‌دهند و آنها را برای یادگیری مهارت‌های مورد نیاز آینده آماده می‌کنند، ضرورت دارد که با انجام ارزشیابی‌های مستمر دربارهٔ میزان اثربخشی برنامه‌های آموزشی سازمان فنی و حرفه‌ای قضاوت کرد و به بهبود آن کمک کرد. از آنجا که برنامه‌های

آموزش‌های عمومی و آموزش‌های عالی دوره‌های بلندمدت و رسمی هستند و در چارچوب معینی برای هرگونه تغییر و تحول در آنها به زمان زیاد و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت احتیاج خواهد داشت. ولی از آنجایی که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، آموزش‌هایی با تنوع موضوعی بسیار بالا، کوتاه‌مدت و غیررسمی هستند، به‌راحتی می‌توان در برنامه‌ریزی درسی آنها تغییر به‌وجود آورد و آنها را با نیازهای موجود در مراکز کاربردی هماهنگ کرد. از طرف دیگر، با ارتباط تنگاتنگ میان آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و صنایع مرتبط، مراحل برنامه‌ریزی آموزشی دوره‌های مربوطه و عناصر برنامهٔ درسی، تعیین استراتژی، تعیین سیاست‌های آموزشی می‌تواند توسط دو طرف انجام پذیرد که این امر نقش مهمی در همسوسازی نیاز صنایع و جامعه به نیروی کار ماهر با افراد آموزش‌دیده خواهد داشت.

منابع

امانی، فرشته. (۱۳۸۵). ارزشیابی دوره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای غیررسمی استان خراسان شمالی طی سال‌های۱۳۸۵ -۱۳۸۰، طرح پژوهشی، ادارهٔ کل آموزش‌های فنی و حرفه‌ای خراسان شمالی.

باباخانی،ح. (۱۳۸۳). بررسی نقاط ضعف و قوت شاخهٔ کار دانش از نظر محتوا ،امکانات و روش اجرا در استان سمنان از دیدگاه دبیران و مسئولان، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

پاسبان، محمد (۱۳۸۵). راهکارهای افزایش انگیزش مدیران صنایع برای مشارکت در امر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، طرح پژوهشی، ادارهٔ کل آموزش های فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی.

خالدی، محمد (۱۳۸۷). ارزیابی اثربخشی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، هنرستان‌ها و دوره های علمی وکاربردی به تفکیک خصوصی و دولتی در اشتغال، طرح پژوهشی، مؤسسهٔ کار و تأمین اجتماعی.

زین‌آبادی،حسن رضا. (۱۳۸۶). جوانان و آموزش فنی و حرفه‌ای، ارزشیابی کیفیت ابعاد فردی، اجتماعی و اقتصادی بروندادهای آموزشکده های فنی و حرفه‌ای شهر تهران، مجلهٔ پژوهش زنان، شمارهٔ ۵.

شریعت‌زاده، مهدی. (۱۳۸۵). طراحی الگوی انطباق و سازگاری رشته های کاردانش با نیازهای بازار کار در شهر تهران، طرح پژوهشی، سازمان آموزش و پرورش شهرتهران.

شریعتمداری، علی.(۱۳۸۸).جامعه و تعلیم و تربیت. تهران: انتشارات امیرکبیر.چاپ بیست و دوم.

شیروانی، علیرضا. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر جذب جوانان ۱۸ تا ۲۸ سال استان اصفهان جهت فرآگیری آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و ارائهٔ راهکار بهبود در جذب، طرح پژوهشی، ادارهٔ کل آموزش‌های فنی و حرفه‌ای استان اصفهان.

صالحی، ص. (۱۳۸۴). تحول آموزش فنی و حرفه‌ای و مکانیزم‌سازی، مجموعه مقالات دومین همایش نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در تحولات اقتصادی و اجتماعی، مازندران: ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای مازندران.

طایی، حیدر. (۱۳۸۲). نیازسنجی نیروی انسانی متخصص و سیاست‌گذاری توسعهٔ منابع انسانی، مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
عمادزاده، مصطفی. (۱۳۸۶). بررسی عوامل آموزشی در مراکز ثابت فنی و حرفه‌ای استان اصفهان، طرح پژوهشی، سازمان فنی و حرفه‌ای استان اصفهان.
قائدی، یحیی. (۱۳۸۴). الگوی ارزیابی اثربخشی برای سازمان‌های صنعتی و خدماتی، تهران: انتشارات فراز اندیش سبز.
مشایخ، فریده. (۱۳۸۶). فرآیند برنامه‌ریزی آموزشی ،تهران: انتشارات مدرسه.
مهرعلیزاده، یدالله؛ نائلیم، ع. (۱۳۸۱) . پیامدهای جهانی شدن بر برنامه‌ریزی آموزشی دانشگاهی در ایران، فصل‌نامهٔ علمی پژوهشی دانشگاه شریف، سال هجدهم، دورهٔ جدید.
نفیسی، عبدالحسین. (۱۳۸۲). آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در قرن بیست و یکم،گروه پژوهش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، تهران: انتشارات پژوهشکدهٔ تعلیم و تربیت، شمارهٔ ۱۹.
نویدی، احد و همکاران. (۱۳۸۲). آموزش فنی و حرفه‌ای، پژوهشکدهٔ تعلیم و تربیت آموزش و پرورش، تهران.
نیکخو، غلام حیدر. (۱۳۸۶). ارزشیابی کمیت و کیفیت دوره های آموزش فنی و حرفه‌ای غیر رسمی از دیدگاه مدیران، مربیان، کارشناسان آموزشی و کارآموزان ادارهٔ کل آموزش‌های فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی در سال ۱۳۸۶-۱۳۸۵، طرح پژوهشی: ادارهٔ کل آموزش‌های فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی.
والای، هما؛ اکبری، زهرا و نصیری، زهرا. (۱۳۸۰). نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و ایجاد اشتغال در صنایع کوچک، طرح پژوهشی: ادارهٔ کل سازمان فنی و حرفه‌ای استان همدان.
یارمحمدیان، محمد حسین. (۱۳۸۶). اصول برنامه‌ریزی درسی. تهران: انتشارات یادوارهٔ کتاب.

Bottoms, Gene. (2006).Using industry-recognized Skill standardassessment for improving carrier, technical education, available fromgene Bottoms strd Org.
Hannan, F. D. (2003).The role of Education in Labor Market Changes. Journalof education, 10, 23-26.
Hwang, Jenq, Jye. (2002).Curriculum standard of Vocational andTechnical Educational in Taiwan, R, O, C.
Losh, Charls. (2003).Using skills standards for Vocational and technicaleducational curriculum Development, center on education training foremployment, Inc, New York.
Price, David. (2009).Job active group grow on base the Curriculum ofVocational and technical Education and adapt With Development, journal of education and training, vol41,Iss2,Page79-97.

تأثیر عملکرد کارآفرینی بر ایجاد اشتغال
مورد بررسی: آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمان

دکتر مهدی ابراهیمی‌نژاد[۱]
مسعود مجرد کاهانی[۲]
زهره نژاداکبری[۳]

چکیده

در استان کرمان، به‌رغم داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و برخورداری از منابع طبیعی فراوان، تولید، درآمد؛ رفاه در سطح نسبتاً پایینی می‌باشند و شمار قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیل‌کرده از امکان اشتغال بی‌بهره‌اند. ازاین رو توسعهٔ کارآفرینی رویکردی بسیار ضروری برای استان می‌باشد. هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر عملکرد کارآفرینان بر ایجاد اشتغال در استان کرمان در سال ۱۳۹۱ می‌باشد. تحقیق حاضر بر اساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر چگونگی به‌دست آوردن داده‌ها و بررسی آنها جزء تحقیقات توصیفی - همبستگی می‌باشد. جامعهٔ آماری مورد مطالعهٔ این پژوهش کارآفرینان سازمان فنی و حرفه‌ای استان کرمان می‌باشند. حجم نمونه بر مبنای جامعهٔ آماری و با استفاده از دستوره‌های آماری ۱۰۰ نفر محاسبه شد و اعضاء نمونه به روش تصادفی متناسب با حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری اطلاعات، پرسش‌نامه‌ای محقق‌ساخته می‌باشد. پایایی پرسش‌نامه به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۷به‌دست آمد. همچنین به‌منظورتجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده از آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. در سطح آمار توصیفی از شاخص‌های آماری نظیر میانگین، انحراف معیار، فراوانی، درصد فراوانی، و در سطح آمار استنباطی از آزمون‌های کندال و اسپیرمن استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که بین کارآفرینی و اشتغال، بین کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری، بین کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات، و بین کارآفرینی و نیروی انسانی رابطهٔ معناداری وجود داشت.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، اشتغال، خلاقیت، فناوری اطلاعات و ارتباطات، نیروی انسانی.

---

۱. مدیر آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمان، Email:Dr_ebrahiminejad@yahoo.com
۲.دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بحران دانشگاه شهید باهنر کرمان، Email:Masoud.kahani@yahoo.com
۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بحران دانشگاه شهید باهنر کرمان، Email:Akbari_zohre67@yahoo.com

مقدمه

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعهٔ آن، موجب گردید موجی از سیاست‌های توسعهٔ کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشم‌گیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند. از جملهٔ این کشورها می‌توان ایالت متحده، کشورهای اتحادیهٔ اروپایی، کشورهای جنوب شرق آسیا، چین و اقیانوسیه را نام برد که در این کشورها خط مشی در دولت به توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینی کمک شایانی کرده است (اسدی؛ ۱۳۹۰).

اکنون در عرصهٔ جهانی افراد خلاق، نوآور و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان، منشاء و تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولید و خدماتی شده‌اند و از آنها نیز به‌عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود.

با توجه به نقشی که کارآفرینی در توسعهٔ کشورها دارد و پذیرفته شدن کارآفرینی به‌عنوان یک رویکرد توسعه در اغلب کشورها، آیندهٔ کارآفرینی روشن است. از نظر جمع کثیری از اقتصاددانان و صاحب‌نظران، کارآفرینان موتور حرکت و رشد اقتصادی یک جامعه هستند که در یک محیط رقابتی و شرایط عدم تعادل، جامعه را به حرکت درمی‌آورند و توسعه می‌بخشند.

از آنجایی که کلید موفقیت کارآفرینی یافتن روش خلاقانه است، کارآفرین با به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید و شیوه‌های نوین، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر نیازهای جامعه را به نحو احسن برآورده می‌سازد. این به معنای تولید کالای موجود با هزینهٔ کمتر یا ارتقاء کیفیت آنها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای کالاهای کاملاً جدید است. علاوه بر نقش اقتصادی کارآفرینان، آنها در اجتماع نیز تأثیرات شگرفی برجای می‌گذارند. آنها سبب پویایی و افزایش بهره‌وری در اجتماع شده و ارزش کار را افزایش می‌دهند و روحیهٔ سعی و تلاش جامعه را بالا می‌برند (نائبی، ۱۳۸۹).

اهمیت و ضرورت تحقیق

رابطهٔ بین کارآفرینی و توسعهٔ اقتصادی از زمان‌های پیش در ادبیات مورد بحث بوده است. حتی در گذشته اقتصاددان بزرگ جوزف شومپیتر (۱۹۳۴) پدیدهٔ کارآفرینی را به‌عنوان انجام ترکیبات جدید توصیف نموده است (هیلبروون،۲۰۰۵)[1]

اهمیت موضوع کارآفرینی از جنبه‌های مختلفی قابل بررسی می‌باشد، مثلاً کشورهای توسعه‌یافته با استفاده از فعالیت‌های خلاقانه، حیاتی دوباره به اقتصاد خود می‌بخشند و مشکلات ناشی از بیکاری را با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید ناشی از فعالیت‌های کارآفرینانه حل می‌نمایند، همچنین آن به‌صورت یک کاتالیزور بالقوه جهت پیشرفت تکنولوژیکی و نوآوری در محصول و بازار پذیرفته می‌شود (یونکاوآکدنیز،۲۰۰۶).[2]

---

1. heilbrunn
2. Yoncaand akdeniz

بی‌شک روند توسعهٔ اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است، به‌گونه‌ای که کارآفرینان در توسعهٔ اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه‌نیافته اهمیت آن را در توسعهٔ اقتصادی نادیده گرفته‌اند، شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد علت توسعهٔ کشورهایی همچون آمریکا، ژاپن، آلمان که از نظر صنعتی توسعه‌یافته‌اند، کارآفرینی است (فرجی قناتی، ۱۳۹۰).

بیان مسأله

بررسی تحولات چشمگیر جهانی در زمینه‌های اقتصادی و تکنولوژیک در قرن بیستم و ابتدای قرن ۲۱ به‌خوبی نشان می‌دهد که رویکرد اکثر کشورهای جهان در چند دههٔ اخیر به موضوع کارآفرینی موجب گردیده تا موجی از سیاست‌های توسعهٔ کارآفرینی در دنیا ایجاد شود و پدیدهٔ کارآفرینی راه‌حلی برای فائق آمدن بر مشکلات اقتصادی، اجتماعی و به عنوان نیروی پرقدرت پیش‌برندهٔ بیشتر اقتصادها شناخته شود.

کارآفرینی نقشی اساسی در توسعهٔ فناوری و ایجاد توانمندی‌های تکنولوژیک کشورها داشته و یکی از بهترین پیامدهای اقتصادی آن، اشتغال‌زایی در جوامع است که قادر است رشد اقتصادی کشورها را تسریع و آثار اجتماعی مناسبی را برای جوامع به ارمغان آورد. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای تازه صنعتی شده که به موضوع کارآفرینی توجه ویژه مبذول نموده‌اند، بیانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش‌آمده را به سلامت پشت سر بگذارند. تاریخچهٔ توسعهٔ اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، مستنداتی برای حمایت از این واقعیت که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است فراهم می‌آورد (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵).

در این تحقیق، محقق برآنست تا به بررسی تأثیر عوامل کارآفرینی بر ایجاد اشتغال بپردازد و در جهت توسعهٔ کارآفرینی و مؤثر بودن کارآفرینی در اشتغال‌زایی به ارائهٔ راهکار و راه حل بپردازد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی

- بررسی تأثیر عوامل کارآفرینی در ایجاد اشتغال در استان کرمان

اهداف فرعی

- تبیین رابطه بین کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری
- تبیین رابطه بین کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات
- تبیین رابطه بین کارآفرینی و نیروی انسانی

فرضیه‌های تحقیق

فرضیهٔ اصلی

- بین کارآفرینی و ایجاد اشتغال رابطهٔ معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

- بین کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری رابطهٔ معناداری وجود دارد.
- بین کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطهٔ معناداری وجود دارد.
- بین کارآفرینی و نیروی انسانی رابطهٔ معناداری وجود دارد.

ادبیات و پیشینهٔ تحقیق

اسدی شوکی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی، ترکیبی هدفمند از انسان‌ها، ایده‌ها و منابع مالی برای حل مسائل بیکاری به بررسی نقش دولت در کارآفرینی و راهبردهای توسعهٔ کارآفرینی در کشور پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد دولت برای توسعهٔ کارآفرینی می‌بایست به فرهنگ‌سازی کارآفرینی، نگرش کلان به مقولهٔ کارآفرینی، از بین بردن موانع اقتصادی کارآفرینان و از بین بردن موانع قانونی در قوانین و مقررات مربوط به کارآفرینی بپردازد. از سوی دیگر، برای توسعهٔ کارآفرینی، به‌کارگیری تمام ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود و طرح و اجرای روش‌های نوآورانه و خلاق مبتنی بر دانش و متکی بر امکانات ناشی از فناوری نوین ضروری به‌نظر می‌رسد.

خیرخواهان و اخباری (۱۳۸۴)، در مقاله‌ای به بررسی تأثیر گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و به‌طور دقیق‌تر تأثیر گسترش اینترنت بر روی انطباق شغلی و هم‌چنین نرخ بیکاری اصطکاکی پرداخته‌اند. در این مقاله با توجه به عمر کوتاه این فعالیت نوپا، تجربهٔ دو کشور ایالت متحده و انگلستان، که در این عرصه‌ها پیشتازند، مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس این تحقیق، سایت‌های شغلی و سایر ارتباطات اینترنتی بازار کار، باید کارایی انطباق کارگران به مشاغل را افزایش دهند. طبق این مقاله سایت‌های مربوط به جستجوی شغل در اینترنت، از طریق کاهش هزینهٔ مبادلاتی، تصفیه سریع‌تر بازار کار و انطباق بهتر کارگران و مشاغل الی سبب افزایش کارایی اقتصاد می‌شوند. در نهایت، چنین نتیجه‌گیری شده است که قوی‌ترین پیش‌بینی دربارهٔ اثر اقتصاد کلان اینترنت این است که انطباق‌های بهتر در بازار کار خواهد شد، اما از آنجاکه هزینهٔ جستجو کاهش یافته است و حتی کارگران شاغل نیز تمایل به جستجوی مشاغل جدید پیدا می‌کنند، در نتیجه تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر نرخ بیکاری اصطکاکی، نامشخص است.

کارد و همکاران (۱۹۹۷)، در تحقیقی به بررسی اثر کاربرد کامپیوتر بر روی نرخ اشتغال در سنین و گروه‌های تحصیلی متفاوت پرداخته‌اند. گروه مطالعه‌کننده، براساس آگاهی خود از فضای نهادی سه کشور مورد مطالعه (آمریکا، کانادا، فرانسه)، انتظار دستیابی به بیشترین اثر منفی IT بر روی اشتغال در فرانسه را داشته است. فرضیهٔ آنان این بود که اگر شوک تقاضای منفی مشابهی بر روی کارگرانی که از مهارت کمتری برخوردار بودند، به‌وجود آید، به‌طوری‌که بر روی این کارگران در هر سه کشور تأثیر بگذارد، نتیجه این خواهد شد که در

آمریکا، با فرض انعطاف‌پذیری بازار کار، در ابتدا سبب کاهش دستمزدهای نسبی کارگران کمتر ماهر می‌شود، در فرانسه که بازار کار نسبتاً غیرقابل‌انعطاف است، این شوک به‌طور عمده سبب کاهش اشتغال نسبی کارگران کمتر ماهر خواهد شد. اما به‌نظر می‌رسد نتایج، تأییدکنندهٔ این فرضیات باشند. در آمریکا، نتایج طبقه‌بندی افراد بر اساس سن و تحصیلات نشان می‌دهند که گروه‌هایی که بیشتر از کامپیوتر استفاده می‌کنند، از افزایش شدیدتری در نرخ اشتغال گروهی برخوردارند. دربارهٔ فرانسه (کارگران زن) و کانادا، ارتباط معناداری بین کاربرد کامپیوتر و اشتغال وجود ندارد.

کارآفرین: کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری. کارآفرین فردی است که فرصت ارائهٔ یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای حل یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تأثیر اندیشهٔ محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند» (موسی خانی و همکاران،۱۳۹۰).

ویلیام بای گریو معتقد است: کارآفرین کسی است که با بهره‌گیری از یک فرصت و پیگیری آن، یک کسب و کاری را راه‌اندازی می‌کند (بای گریو، ۱۹۹۴)[1].

از نظر اقتصاددان کارآفرین کسی است که منابع، نیروی کار، مواد و سایر دارایی‌ها را با هم ترکیب می‌کند تا ارزش آنها را نسبت به قبل بیشتر نماید. همین‌طور کسی است که تحولات، نوآوری‌ها و نظم جدیدی را بنیان می‌نهد (هیسریچ، ۱۳۷۹)[2].

کارآفرینی: مفهومی‌است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. جانسون (۲۰۰۶)[3] معتقد است کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی پیچیده است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب‌نظران توافق دارند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم به‌سزایی در توسعهٔ اقتصادی دارند (مقیمی،۱۳۸۱). کارآفرینی را فرآیند خلق هر چیز نو و با ارزش، با صرف وقت و تلاش با فرض همراه داشتن خطرات مالی، روحی و اجتماعی و به‌دست آوردن پاداش‌های مالی و رضایت فردی و استقلالی که از آن ناشی می‌شود، تعریف کرده‌اند. (هیسریچ و پیترس،۲۰۰۲) پس برای درک کامل واژهٔ کارآفرینی نیازمند داشتن دیدگاهی بین‌رشته‌ای خواهیم بود.

پیتر دراکر معتقد است که کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایهٔ خود شروع می‌کند، ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید (شاه حسینی،۱۳۸۳).

دکتر رضائیان کارآفرینی را فرآیند شکار فرصت‌ها به‌وسیلهٔ افراد، به‌طور فردی (کارآفرینی مستقل) یا در سازمان‌ها (کارآفرینی سازمانی)، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار آنها می‌دانند (رضائیان،۱۳۸۰).

خلاقیت و نوآوری: خلاقیت اشاره به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو دارد و نوآوری به‌معنای کاربردی ساختن آن افکار تازه و نو است. نوآوری به‌معنی به‌کارگیری تفکرات جدید ناشی از خلاقیت است که در یک سازمان می‌تواند به‌صورت یک کالای جدید خدمت و یا راه‌حل

1. Bygrave
2. Hisrich
3. johnson

جدید انجام کارها باشد. تمایزاین دو به این صورت است که اندیشه‌ای که خلق می‌شود علاوه بر بدیل بودن برای نوآوری باید در عمل قابل اجرا نیز باشد و افراد باید بتوانند که ایجاد را به نوآوری تبدیل کنند (جیمز هیگینز، ۱۳۸۰)[1].

خلاقیت یعنی به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یا تبلور یک فکر یا مفهوم جدید و نیز برخی خلاقیت را به ترکیب ایده‌ها یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها تعبیر نموده‌اند. نوآوری به‌کار گیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت می‌باشد در واقع، نوآوری عملی ساختن ایدهٔ ناشی از خلاقیت را امکان‌پذیر می‌سازد و آن را به‌صورت یک محصول جدید یا خدمت تازه ارائه می‌نماید (رابینز،۱۳۸۸)[2].

اشتغال: کسی که کار یا شغلی داراست، شاغل است. وضعیت داشتن و مشغول بودن جمعیت به شغل معینی را اشتغال گویند. به عبارت دیگر، اشتغال به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن به ازای شرکت مستقیم و فعال در جریان تولید و انجام خدمات، پاداش یا مزدی به‌صورت نقدی یا جنسی پرداخت می‌شود. اشتغال را از نظر مشمولین آن نسبت به افراد به دو نوع تقسیم می‌کنند: ۱.اشتغال کامل و ۲. اشتغال ناقص.

شرایطی از اشتغال جامعه را که در آن مشاغل جدید بیشتر از اشخاص بیکار باشد، یعنی کلیهٔ افراد فعال جامعه بتوانند کار مناسبی را به آسانی پیدا کنند و در هر زمان نسبت زیادی از جمعیت مشغول کار باشند، اشتغال کامل می‌نامند (ترابی و تقوی،۱۳۵۸).

نیروی انسانی: نیروی انسانی به‌عنوان اصلی‌ترین و مهم‌ترین سرمایهٔ هر سازمان محسوب می‌شود. نیروی انسانی معمولاً به فردی اطلاق می‌شود که در یک سازمان مشغول فعالیت می‌باشد. نیروی انسانی فردی است که دارای توانمندی، صلاحیت و کیفیت کاری است. اگر فردی در سازمان چنین شرایطی را نداشته باشد یک نفر محسوب می‌شود و نه یک نیروی انسانی (کردستانی، ۱۳۸۷).

فناوری اطلاعات و ارتباطات: عبارت است از: مجموع صنایع تولیدی و خدماتی، که برای نگهداری، انتقال و نمایش داده‌ها و اطلاعات به‌صورت الکترونیکی استفاده می‌شود (سرداری و محمودزاده،۱۳۸۲). فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، از تعامل سه بخش متمایز رایانه، اطلاعات و ارتباطات حاصل می‌شود. آن‌چه از تلفیق این سه بخش به دست می‌آید، اطلاع‌رسانی نامیده می‌شود که در حوزه‌های مختلف از جمله اشتغال، مورد استفاده قرار می‌گیرد (عماد زاده و همکاران،۱۳۸۵).

کارآفرینی به‌عنوان عامل کلیدی رشد و توسعهٔ اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است و در مرکز رقابت بین‌المللی، شرکت‌های کارآفرینانه هستند که لبهٔ تیز رقابتی آنها معطوف به انعطاف سازمانی و استراتژی تغییر مستمر در فرآیندها، محصولات و طرح‌هاست (پاولین، ۱۹۹۱)[3].

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به‌گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی

1. James
2. rabinz
3. pavlin

جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل‌الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست.

سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

به‌طورکلی و با عنایت به موارد اشاره شده در فوق، سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می‌توان به پنج دوره تقسیم نمود:

- دورهٔ اول (قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی): در این دوره به صاحبان پروژه‌های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه‌ها همانند ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و ... از سوی دولت‌های محلی به آنها واگذار گردید، کارآفرین اطلاق می‌شد، در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.
- دورهٔ دوم (قرن ۱۷ میلادی): این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره‌پذیری به کارآفرینی اضافه شد. کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می‌باشد.
- دورهٔ سوم (قرون ۱۸و ۱۹ میلادی): در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایهٔ مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند، بین کارآفرین و تأمین‌کنندهٔ سرمایه (سرمایه‌گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.
- دورهٔ چهارم (دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی): در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به‌عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.
- دورهٔ پنجم، دوران معاصر (از اواخر دههٔ ۱۹۷۰ تاکنون): در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به‌عنوان تسریع کنندهٔ این سازوکار، جلب توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چندجانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌اند (المیر، ۲۰۰۳)[1].

رابطهٔ بین کارآفرینی و اشتغال

دامنهٔ تأثیرات کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است. از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی، اما یکی از مهم‌ترین اثرات کارآفرینی، اشتغال‌زایی می‌باشد. ویژگی بارز اقتصاد امروز، تغییرات سریع است. لذا کشورهایی می‌توانند در چنین اقتصادی موفق باشند که قابلیت تطبیق با این تغییرات را داشته باشند.

1. Ellmeier

کارآفرینی مترادف ایجاد اشتغال نیست. کارآفرینی در واقع فرآیند ایجاد و تأسیس کسب و کار یا سازمان جدید است، اما یکی از اثرات قابل توجه آن ایجاد اشتغال است. مطالعاتی که در ایالات متحدهٔ آمریکا صورت گرفته است، نشان می‌دهد که از ۲۰میلیون شغل ایجاد شده و جدید در طی سال‌های ۱۹۹۰ ـ ۱۹۸۰ بیش از ۳/۵ میلیون شغل ناشی از ایجاد و تأمین کسب و کارهای‌کارآفرینانهٔ جدید بوده است. به هر تقدیر، اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال باعث شده است تا طی دهه‌های ۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی به تدریج وفاق عمومی در کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه ایجاد گردد، مبنی بر اینکه بحران بیکاری به جز از طریق توسعهٔ کارآفرینی و دمیدن روح نوآوری در کالبد اجتماعی امکان‌پذیر نمی‌باشد. به‌همین دلیل، کشورهایی نظر ایالات متحدهٔ آمریکا، کانادا، فنلاند، هند، مالزی، سنگاپور، استرالیا و آلمان سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین و به مرحلهٔ اجرا گذاشته‌اند.

نگاهی گذرا به وضعیت اقتصادی و اجتماعی جهان نشان می‌دهد که کسب و کارهای خانگی رشد فزاینده و قابل توجهی داشته و نقش مهمی در تولید ناخالص ملی کشورهای پیشرفتهٔ صنعتی دارا می‌باشند. از جمله مشاغل کوچک و متوسطی که توسط کارآفرینی ایجاد شده، مشاغل خانگی است که هزینهٔ بالایی را به خانواده‌ها تحمیل نمی‌کند و در عین حال می‌تواند سبب افزایش درآمد و در نهایت تولید ثروت در کشور شود و نرخ بیکاری را کاهش دهد. ضرورت توسعهٔ کسب و کارهای خانگی از جمله راهکارهای مناسب برای توسعهٔ اشتغال‌های خرد و متوسط به‌ویژه برای جمعیت وسیعی از زنان و جوانان که دارای مهارت کافی در انجام برخی از کارها هستند اما به دلیل بازار نامناسب اشتغال نمی‌توانند جذب بازار شوند، می‌باشد. تجربهٔ بسیاری از کشورها نشان می‌دهد مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینهٔ اشتغال زنان و جوانان، محسوب می‌شود. (اوسد، ۲۰۰۱)[1]. بنابراین، انتظار می‌رود بین کارآفرینی و ایجاد اشتغال رابطهٔ معناداری وجود داشته باشد.

رابطهٔ بین کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری

کارآفرینی فرآیندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و به شکل تغییر در نظام اقتصادی از طریق نوآوری‌های افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد و موجب ایجاد ارزش برای فرد و جامعه می‌شود. بنابراین، کارآفرینی، نیروی ناپایدار است که فرآیند تخریب خلاقانه که لازمهٔ توسعه اقتصادی است را آغاز می‌کند. کارآفرین، فردی است دارای ایده و فکر جدید، که با شناسایی فرصت‌های جدید، با ایجاد کسب و کار، محصول یا خدمت جدیدی را به بازار عرضه می‌کند. از سوی دیگر، در زمینهٔ خلاقیت، تعاریف متعدد و متنوعی ارائه شده است. آمابلی عمل خلاق را عملی می‌داند که دارای دو ضابطهٔ تازگی و مناسبت باشد. به اعتقاد افروز متداول‌ترین برداشت از خلاقیت، عبارت است از اینکه فرد فکری نو و متفاوت ارائه دهد. بیشتر روان‌شناسان بر این مطلب توافق دارند که خلاقیت به دستاوردهای تازه و ارزشمند اشاره دارد. بر این اساس، اولین معیار

1. oecd

اثر خلاق، تازگی آن است. برخی محققان بر این عقیده‌اند که زمانی می‌توان یک ایده یا دستاورد را تازه محسوب کرد که دست کم از دید ایجاد کنندهٔ آن جدید و نو باشد. اما برخی دیگر بر این باورند که واژهٔ خلاقیت را برای آثاری می‌توان به‌کار برد که تفاوت فاحشی با آنچه تا آن زمان شناخته شده است، داشته باشد. افزون بر معیار تازگی، دستاورد خلاق باید ارزشمند و کارامد نیز باشد. به این معنی که با خواسته‌های شناختی آن موقعیت، تناسب داشته و مفید فایده باشد. در واقع، معیار ارزشمند بودن، جزء اساسی تعریف خلاقیت است که ما را قادر می‌سازد اثرهای نو اما ناکارامد را از گسترهٔ خلاقیت خارج سازیم. موضوع کارآفرینی همیشه با خلاقیت و نوآوری عجین بوده، به‌طوری‌که دراکر معتقد است خلاقیت و کارآفرینی، آنچنان لازم و ملزوم یکدیگرند که می‌توان گفت کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد (فرید،۱۳۸۸).

سولومون[1](۱۹۸۹)، به نقل از فاریس با بررسی ۱۵۰ کارآفرین به این نتیجه رسید که انگیزهٔ کارآفرینان در شروع به کار، تصمیم به خلق چیزهای نو، بدیع و متفاوت بود و سود اقتصادی انگیزه و محرک اولیهٔ رفتار کارآفرینی نبود. در همین راستا شاین معتقد است که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می‌کنند تا انگیزه‌های اقتصادی. بنابراین، مطالعات پیشین و نتایج نشان می‌دهد که کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری لازم و ملزوم یکدیگرند و می‌توان گفت کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری هیچ حاصلی ندارد. بنابراین، انتظار می‌رود بین کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری رابطهٔ معناداری وجود داشته باشد. (همان)

رابطهٔ بین کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات عبارت است از مجموع صنایع تولیدی و خدماتی که برای نگهداری، انتقال و نمایش داده‌ها و اطلاعات به‌صورت الکترونیکی استفاده می‌شود. فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان مهم‌ترین محور توسعه در رشد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بوده و جایگاه ویژه‌ای در برنامهٔ توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی این‌گونه کشورها دارد. در واقع، فناوری اطلاعات و ارتباطات یکی از شاخص‌های تخصصی کار است. رشد سریع استفاده از فناوری اطلاعات به‌خصوص اینترنت در سال‌های اخیر اثرات چشمگیری بر اقتصاد و توسعهٔ منابع انسانی از جمله ایجاد کار داشته است. تسریع در انجام کارها و صرفه‌جویی در وقت از جمله دلایل گسترش این فناوری است. بنا بر بررسی‌های به‌عمل‌آمده و براساس آمارهای موجود یکی از مهم‌ترین مشکلات فراروی جوامع در حال توسعه و حتی کشورهای صنعتی مشکل بیکاری است. مجموعه راه‌حل‌هایی که برای رفع این مشکل جهانی ارائه شده است، اصطلاحاً کارآفرینی خوانده می‌شود. از کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعهٔ اقتصادی یاد می‌شود که می‌تواند در رشد اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی را بر عهده داشته باشد. فناوری اطلاعات و ارتباطات و در رأس آن اینترنت، سبب پیدایش شکل جدیدی از تجارت شده که امروزه به نام تجارت الکترونیک شناخته شده است. همهٔ این امکانات و توانمندی‌ها به‌دست توانمند کسانی به‌وجود آمده‌اند

1. solomon

که فکری خلاق و ذهنی با استعداد داشته‌اند. اینان کارآفرینان واقعی هستند؛ چراکه نه‌تنها سبب خوداشتغالی و اشتغال‌زایی برای مجموعه‌های انسانی شده‌اند، بلکه میلیون‌ها فرصت شغلی را نیز فراهم ساخته‌اند. بنابراین، اقتصاد دنیای امروز بر پایهٔ نوآوری، خلاقیت و استفاده از دانش به‌ویژه دانش اطلاعات و ارتباطات استوار است. چنین اقتصادی را اقتصاد مبتنی بر دانش یا اقتصاد دانش‌محور می‌گویند (حیدری نقندر،۱۳۹۰).

اطلاعات و ارتباطات دو ابزار اساسی مورد نیاز هر فعالیت کارآفرینی است. کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمان‌ها و انسان‌ها امکان‌پذیر نیست. کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است و کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای آن و بافت فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی آن وابسته می‌باشد. در شناسایی نیاز هر فعالیت کارآفرینانه، ایده‌پرداز می‌بایست نسبت به محیط بینش و بصیرت داشته باشد و بداند چه راه‌حل‌هایی برای رفع آن نیاز، در نقاط دیگری از دنیا ارائه شده است. مطمئناً شناسایی نیازها و ارائهٔ راه حل‌ها بدون اطلاعات امکان‌پذیر نخواهد بود. بنابراین، اطلاعات مانند ارتباطات از ملزومات هر فعالیت کارآفرینی است. این فناوری‌ها اهمیت و ارزش اطلاعات و ارتباطات را بالا برده‌اند. در نتیجه، کارآفرینی نیز مانند سایر امور از مزیت‌های این فناوری بهره برده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات به ارضای نیازهای اطلاعاتی و ارتباطی که به ایجاد دانایی کمک می‌کند می‌پردازد و امکانات جدیدی برای تبادل اطلاعات ایجاد می‌کند. فناوری اطلاعات و ارتباطات توان بالقوه‌ای دارد تا به قابلیت انسان برای ایجاد دانش جدید بیافزاید. فناوری اطلاعات و در رأس آن اینترنت، شرایط تازه‌ای را پدید آورده است که در آن‌تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان، فروشندگان و مشتریان و تقریباً همهٔ عوامل دست‌اندرکار یک چرخهٔ اقتصادی قادرند در یک فضای مجازی مشترک با یکدیگر در ارتباط باشند و به تبادل اطلاعات، خدمات، محصولات و پول بپردازند. (همان)

مشاهدهٔ نتایج مطالعات پیشین، بیانگر آن است که در دنیای متحول امروز کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات مکمل یکدیگر هستند و این دو بر اشتغال تأثیر دارند. بنابراین، انتظار می‌رود بین کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات، رابطهٔ معناداری وجود دارد.

رابطهٔ بین کارآفرینی و نیروی انسانی

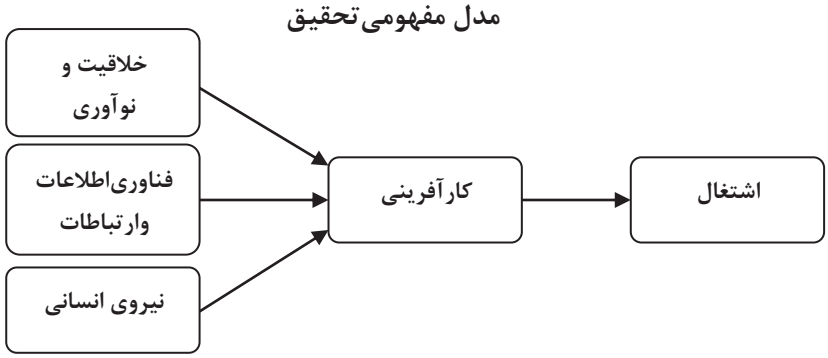
عمده‌ترین مسئله‌هایی که باعث رشد و توسعهٔ اقتصادی می‌شود، تغییر در کیفیت آموزش و توجه به کیفیت نیروی انسانی است. اگر می‌خواهیم بحث کارآفرینی را جدی بگیریم، باید به بهره‌وری نیروی انسانی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر توسعهٔ کارآفرینی توجه داشته باشیم (یگانه دلجو،۱۳۸۴).

در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی نیروی انسانی خود رابطهٔ معنی‌داری برقرار سازد. نیروی انسانی تنها عامل تولید است که توانایی ایجاد محصولات جدید و بهبود فرآیندهای تولید را دارد. سرمایهٔ انسانی اساس نوآوری است و در سطح وسیع به رشد اقتصادی منجر می‌شود. انباشت دانش و سرمایهٔ انسانی اثر مستقیمی بر بهره‌وری دارد. در واقع، وجود آموزش‌های کاربردی و متناسب با مهارت مورد نظر، می‌تواند در بهروری نیروی انسانی مؤثر

باشد. در نتیجه در اثر آموزش‌های کاربردی و مؤثر، بهره‌وری نیروی انسانی افزایش می‌یابد و بهره‌وری نیروی انسانی، در خلق محصولات جدید مؤثر می‌باشد (کردستانی،۱۳۸۷).

وجود سیستم‌های پاداش و ترفیع بر اساس کار و نوآوری می‌تواند بر روی افراد و توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی اثر مثبتی داشته باشد؛ همچنین حمایت‌های مالی و غیرمالی دولت می‌تواند به ایجاد بستر برای توسعهٔ کارآفرینی بپردازد و در توسعهٔ کارآفرینی نقش به‌سزایی داشته باشد. به منظور توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی، بهترین راه این است که با هدف آموزش مهارت‌های مرتبط در سطح خانواده، مدرسه، دانشگاه و محل کار، برنامه‌ریزی جامعی صورت گیرد. یکی دیگر از عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی، آموزش ضمن کار و توانمندسازی افراد است. در واقع، علاوه بر خانواده و مدرسه یکی از فرصت‌های مناسب برای آموزش مهارت‌های کارآفرینی و بالا بردن بهره‌وری نیروی انسانی، آموزش ضمن کار است که باعث می‌شود کارایی و بهره‌وری افراد افزایش یابد و در نتیجه به توسعهٔ کارآفرینی بیانجامد. بنابراین، انتظار می‌رود بین کارآفرینی و بهره‌وری نیروی انسانی رابطهٔ معناداری وجود داشته باشد (یگانه دلجو،۱۳۸۴).

مدل مفهومی تحقیق



روش تحقیق

از آنجا که تحقیق حاضر به بررسی تأثیر عوامل کارآفرینی بر ایجاد اشتغال، در بین کارآفرینان استان کرمان در شرایط موجود، بدون دخل و تصرف یعنی همان‌طور که هست می‌پردازد در قلمرو تحقیقات توصیفی قرار می‌گیرد و چون رابطهٔ بین کارآفرینی به‌عنوان متغیری وابسته با متغیرهای مستقل عوامل کارآفرینی همچون اشتغال؛ خلاقیت و نوآوری؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات و نیروی انسانی می‌پردازد، از نوع همبستگی است. جامعهٔ آماری این پژوهش شامل کارآفرینان استان کرمان به تعداد ۱۰۰ نفر بود که در سال ۱۳۹۱ در سازمان فنی و حرفه‌ای مشغول به‌کار می‌باشند. حجم نمونه عبارت است از تعداد افرادی که از جامعهٔ آماری انتخاب می‌شوند و به عنوان نمونهٔ تحقیق مورد مطالعه قرار می‌گیرند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه ۳۰ نفر برآورد شده است.

نمونه گروه کوچکی از جامعه است که برای مشاهده و تجزیه و تحلیل انتخاب شده است، به نحوی که با مشاهدهٔ مشخصات نمونه‌ای که از این جامعه انتخاب شده است، بتوان از

مشخصات کل جامعه استنتاج معینی به‌عمل آورد (بست،۱۳۷۴). نمونه مجموعه عناصری است که بخشی از جامعه را تشکیل می‌دهد و نمونه‌گیری، انتخاب درصدی از یک جامعه به‌عنوان نمایندهٔ آن جامعه است. در این پژوهش نمونه به روش تصادفی متناسب با حجم نمونه انتخاب شده‌است. به این صورت که از بین هر دو کارآفرین، یک نفر به صورت تصادفی انتخاب گردید و پرسش‌نامه جهت تکمیل به وی ارائه گردید.

اعتبار و روائی پرسش‌نامه

مفهوم اعتبار با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه‌اندازه نتایج یکسانی به‌دست می‌دهد. جهت سنجش اعتبار این پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبهٔ هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسش‌نامه یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کنند به‌کار می‌رود. پایایی پرسش‌نامه در این تحقیق به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۷به‌دست آمد. مفهوم روائی به این سؤال پاسخ می‌دهد که ابزاراندازه گیری تا چه حد خصیصهٔ مورد نظر را می‌سنجد. جهت سنجش روائی ابزار اندازه‌گیری این پژوهش از روائی محتوایی استفاده شده است. روائی محتوایی یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. از این‌رو، روائی محتوا به قضاوت داوران بستگی دارد. جهت سنجش روائی این پژوهش، پرسش‌نامهٔ مقدماتی در اختیار چند تن از اساتید مجرب و متخصص به‌عنوان داور قرار گرفته و آنان روائی پرسش‌نامه را تائید نمودند.

جهت اجرای پرسش‌نامه، با مراجعه به سازمان فنی و حرفه‌ای استان کرمان و پس از هماهنگی‌های لازم با مسئولین مربوطه، پرسش‌نامه‌ها به‌صورت تصادفی در اختیار کارآفرینان قرار گرفت و از این طریق آنها به تکمیل نمودن پرسش‌نامه اقدام نمودند.

روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات

به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات پس از ورود داده‌ها به رایانه و با استفاده از برنامهٔ نرم‌افزاری spss از برخی از شاخص‌های آماری توصیفی جهت توصیف و از آمار استنباطی برای تحلیل اطلاعات استفاده گردید. در سطح آمار توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و... به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته و در سطح آمار استنباطی از ضریب همبستگی اسپیرمن و کندال در جهت کشف رابطهٔ بین کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

آزمون فرض

فرضیهٔ اول: بررسی رابطهٔ کارآفرینی و ایجاد اشتغال

H_0 : بین کار آفرینی و ایجاد اشتغال رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین کار آفرینی و ایجاد اشتغال رابطه وجود دارد.

با توجه به‌این که p_مقدار به‌دست آمده در هر دو آزمون (۰/۰۰) کمتر از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرض صفر رد می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر کار آفرینی و

ایجاد اشتغال رابطهٔ افزایشی (مستقیم) معنی‌داری موجود است و مثبت بودن ضریب‌های اسپیرمن و کندال دلیل افزایشی بودن این رابطه است. لذا، زمانی که میزان کارآفرینی افزایش می‌یابد ایجاد اشتغال نیز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس.

جدول بررسی رابطهٔ بین متغیر کار آفرینی و ایجاد اشتغال

	کارآفرینی ایجاد اشتغال			
آماره همبستگی	مقدار ضریب همبستگی	p- مقدار	وجود رابطه	نوع رابطه
کندال	۰/۳۵۴	۰/۰۰۰	دارد	مستقیم
اسپیر من	۰/۴۰۵	۰/۰۰۰	دارد	مستقیم

فرضیهٔ دوم: بررسی رابطهٔ کار آفرینی و خلاقیت و نوآوری

H_0: بین کار آفرینی و خلاقیت و نو آوری رابطه وجود ندارد.

H_1: بین کار آفرینی و خلاقیت و نو آوری رابطه وجود دارد.

با توجه به این‌که p_مقدار به‌دست آمده در هر دو آزمون (۰/۰۰) کمتر از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرض صفر رد می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر کار آفرینی و خلاقیت و نوآوری رابطهٔ افزایشی (مستقیم) معنی‌داری موجود است و مثبت بودن ضریب‌های اسپیرمن و کندال دلیل افزایشی بودن این رابطه است. لذا، زمانی که میزان کارآفرینی افزایش می‌یابد، خلاقیت و نوآوری نیز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس.

جدول بررسی رابطه بین متغیر کار آفرینی و خلاقیت و نو آوری

	کارآفرینی خلاقیت و نو آوری			
آماره همبستگی	مقدار ضریب همبستگی	p- مقدار	وجود رابطه	نوع رابطه
کندال	۰/۴۷۵	۰/۰۰۱	دارد	مستقیم
اسپیر من	۰/۴۸۸	۰/۰۰۰	دارد	مستقیم

فرضیهٔ سوم: بررسی رابطهٔ کار آفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات

H_0: بین کار آفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه وجود ندارد.

H_1: بین کار آفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه وجود دارد.

با توجه به این‌که p_مقدار به‌دست آمده در هر دو آزمون(۰/۰۲) کمتر از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرض صفر رد می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطهٔ افزایشی (مستقیم) معنی‌داری موجود است و مثبت بودن ضریب‌های اسپیرمن و کندال دلیل افزایشی بودن این رابطه است. لذا، زمانی که میزان کارآفرینی افزایش می‌یابد، فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس.

جدول بررسی رابطهٔ بین متغیر کار آفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات

	کارآفرینی فناوری اطلاعات و ارتباطات			
آماره همبستگی	مقدار ضریب همبستگی	p- مقدار	وجود رابطه	نوع رابطه
کندال	۰/۳۸۶	۰/۰۲۲	دارد	مستقیم
اسپیر من	۰/۳۹۰	۰/۰۲۴	دارد	مستقیم

فرضیهٔ چهارم: بررسی رابطه کار آفرینی و نیروی انسانی:

H_0 : بین کار آفرینی و نیروی انسانی رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین کار آفرینی و نیروی انسانی رابطه وجود دارد.

با توجه به‌این که p_مقدار به‌دست آمده در هر دو آزمون (۰/۰۲) کمتر از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرض صفر رد می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر کارآفرینی و نیروی انسانی رابطهٔ افزایشی (مستقیم) معنی‌داری موجود است و مثبت بودن ضریب‌های اسپیرمن و کندال دلیل افزایشی بودن این رابطه است. لذا زمانی که میزان کار آفرینی افزایش می‌یابد، نیروی انسانی نیز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس.

جدول بررسی رابطهٔ بین متغیر کار آفرینی و نیروی انسانی

	کارآفرینی نیروی انسانی			
آماره همبستگی	مقدار ضریب همبستگی	p- مقدار	وجود رابطه	نوع رابطه
کندال	۰/۱۷۵	۰/۰۲۴	دارد	مستقیم
اسپیر من	۰/۲۰۳	۰/۰۲۴	دارد	مستقیم

نتیجه‌گیری

امروزه کشورهایی که بر توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی بها می‌دهند، حمایت از ایجاد بستر کاری بر پایهٔ فناوری دانش، ضریب موفقیت آنها را تا حد شگفت‌انگیزی فزونی داده است. اکنون جهان به سمت اقتصاد و توسعهٔ کارآفرین در حال حرکت است. کارآفرینان در واقع قهرمانان توسعهٔ اقتصادی و تجاری کشورها محسوب می‌شوند. کارآفرینی پدیده‌ای چندبعدی شامل وجود فرصت‌های سودآور، شخص مخاطره‌پذیر و ... است. بسیاری از فعالیت‌های کارآفرینی منجر به ایجاد کسب و کارهای مخاطره‌ای و ایجاد ثروت برای کارآفرینان می‌شوند. فرآیند ایجاد کسب و کارهای مخاطره‌ای جدید نه با پول، استراتژی، شبکه، تیم و برنامهٔ کسب و کار، بلکه بر اساس فرصت‌ها شروع می‌شود. از جمله اقدامات لازم در جهت توسعه و رشد کارآفرینی، بسترسازی است. فرصت‌های نوآورانه از جایگاه و منزلتی رفیع در علم کارآفرینی و کنش‌های کارآفرینانه برخوردار هستند. به بیان دیگر، فرصت‌های نوآورانه به‌عنوان دغدغه، کنجکاوی و موضوع اصلی علم کارآفرینی محسوب می‌شوند و به‌عنوان موجودیت هویت‌بخش و انسجام‌آفرین در قلمرو مطالعات کارآفرینی به‌شمار می‌روند.

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی تأثیر کارآفرینی بر ایجاد اشتغال در استان کرمان در سال ۱۳۹۱ می‌باشد. روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعهٔ آماری مورد مطالعهٔ این پژوهش؛ کارآفرینان مشغول به فعالیت در سازمان‌های کارآفرینی می‌باشند. حجم نمونه بر مبنای جامعهٔ آماری و با استفاده از فرمول کوکران ۳۰ نفر محاسبه گردید و اعضای نمونه به روش تصادفی متناسب با حجم نمونه انتخاب گردید. ابزاراندازه‌گیری اطلاعات؛ پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته می‌باشد. تعداد سؤالات مربوط به عوامل کارآفرینی مؤثر بر ایجاد اشتغال ۱۵ عدد بود که پایایی آن ۰/۸۷ می‌باشد. جهت سنجش اعتبار پرسش‌نامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

پیشنهادات کاربردی

با توجه یافته‌ها و نتایج به‌دست‌آمده در خصوص فرضیه‌های تحقیق، پیشنهاد می‌گردد:

- ✓ بررسی مدل‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت آموزش‌های مؤثر که با شرایط خاص جامعه هماهنگی داشته باشند.
- ✓ برنامه‌ریزی جهت گسترش زیرساخت‌های لازم یا بهبود آنها در جهت توسعهٔ اشتغال.
- ✓ حمایت همه‌جانبه و گستردهٔ دولت مرکزی از سیاست‌ها و فعالیت‌های کارآفرینانه.
- ✓ شناسایی و رفع موانع کارآفرینی از لحاظ اداری، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در کشور.
- ✓ توجه بیشتر به آموزش‌های ضمن کار و توانمندسازی افراد از سوی سازمان‌ها.
- ✓ سیاست‌گذاران اقتصادی کشور باید توجه ویژه‌ای به فناوری اطلاعات و ارتباطات داشته باشند.
- ✓ انجام برنامه‌ریزی‌های راهبردی به‌منظور تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کشور.
- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- ✓ آموزش کارآفرینی و آموزش کارآفرینانه در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان و دانشگاه‌ها.

منابع

اسدی شوکی، فیض الله (۱۳۹۰)، کارآفرینی ترکیبی هدفمند از انسان‌ها، ایده‌ها و منابع مالی برای حل مسائل بیکاری، ماه‌نامهٔ مهندسی مدیریت، شمارهٔ ۴۴.

احمد پور داریانی، محمود و مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، چاپ سوم.

بست، جان(۱۳۷۴)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، ترجمه پاشا شریفی و نرگس طالقانی، انتشارات رشد، تهران.

ترابی و تقوی(۱۳۵۸)، فرهنگ لغات، واژه۳۳۳، ص۳۳۷.

حیدری نقندر، فرزانه (۱۳۹۰)، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی، نظام جامع اطلاع‌رسانی اشتغال.

رضائیان، علی (۱۳۸۰)، مبانی سازمان و مدیریت، انتشارات سمت، تهران، چاپ دوم.

رابینز، استیفن(۱۳۸۸)، رفتار سازمانی، ترجمهٔ علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران، چاپ ۲۵.

سرداری، احمد و محمود زاده، محمود (۱۳۸۲)، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان، همایش اشتغال و آموزش عالی، جهاد دانشگاهی واحد دانشگاه تربیت مدرس.
شاه حسینی، علی (۱۳۸۳)، کارآفرینی، انتشارات ایبز، تهران، چاپ اول.
فرجی قناتی، سعید (۱۳۹۰)، استراتژی توسعهٔ کارآفرینی با رویکرد سازمان‌های‌آینده، ماهنامهٔ اتاق ایران، شمارهٔ ۵۳.
فرید، داریوش (۱۳۸۸)، بررسی رابطهٔ بین خلاقیت و نوآوری در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار، مطالعهٔ موردی: دانشجویان دانشگاه یزد، فصل‌نامهٔ مدیریت ورزشی.
کردستانی، غلامرضا (۱۳۸۷)، اندازه گیری و گزارشگری سرمایهٔ انسانی، نشریهٔ اقتصاد حسابرس، شمارهٔ ۴۱.
موسی خانی، مرتضی؛ سرفرازی، مهرزاد؛ خرم دبیری، محمدرضا (۱۳۹۰)، پارادایم توسعهٔ کارآفرینی سازمانی، ضرورتی اساسی در سازمان‌های هزارهٔ سوم.
مقیمی، سید محمد (۱۳۸۱)، کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای فراگیر، ماهنامهٔ تخصصی بازاریابی، شمارهٔ ۲۲.
نائبی، محمد امین و دیگران (۱۳۸۹)، اصول کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار در ایران، انتشارات فرهیختگان دانش.
هیگینز، جیمز (۱۳۸۰)، کارآفرینی: ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مسئله، ترجمهٔ محمود احمدپور داریانی.
یگانه دلجو، فرخنده (۱۳۸۴)، نقش دانشگاه در کارآفرینی، مجموعه مقالات نخستین کنگرهٔ بین‌المللی نهضت.

Bygrave, W.D. & Hofer, C.W.(1991). The organizing about entrepreneurship. Entrepreneurship, Theory and Practice. Vol. 16, No. 2:PP. 13-22
Ellmeier, A.(2003), Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment, International Journal of Cultural Policy, Vol. 9 No. 1, pp. 3-16.
Hisrich, Robert B, Peters-Michael P.(2002). Entrepreneurship. Tata MC raw graw-hill publishing company limited.Vol.12 , No.3: pp . 31-34.
Johnson –Debra , craig – justin B . L and hildebrand – Ryan. 2006 Entrepreneurship education - toward a discipline – framework jornal of management Dvelopment, vol.25 , No.1
OECD,(2001), Putting the Young in Business: Policy Challenges for Youth Entrepeneurship, The LEED Programme, Territorial Development Division, Pari. Vol. 13,No.5
Pavlin. Prokopenko – joseph. Entrepreneurship Development in public enterprises , Igor office , 1991 international Labour.Vol.14,No.4
Sibylle heilbrunn 2005 - the impact of organizational , change on entrepreneurship in community setting -journal of small business and enterprise , Development vol . 12 No . 3
Solomon, g , duffy and tarabishy , a .(2002). The state of entrepreneurship education in the united states: a national survey and analysis. International journal of entrepreneurship education,Vol.13, No1,pp 65-86
Yonca gurol and nuray Astan 2006 - entrepreneurship characteristics amongst university students some insights for entrepreneurship education and training in turkey , education + training , vol. 48 No. 1

تأثیر آموزش‌های علمی‌کاربردی و مهارتی بر شکوفایی کارآفرینی در مهارت‌آموختگان دانشگاهی

مهدی عارفخانی[1]
ملیحه اختری[2]

چکیده

جهان در هزارهٔ سوم با وجود پیشرفت‌های شگرف در تمامی ابعاد با مشکلاتی همچون افزایش جمعیت و کاهش منابع و امکانات مواجه است. فراگیری دانش و مهارت‌های تخصصی برای افراد علاقه‌مند به‌خصوص دانشجویان که جویای مشاغل مطلوب و چالش‌انگیز هستند همراه با آموزش‌های کارآفرینی، مهارتی و کاربردی می‌تواند آغاز فرایند تأسیس و رونق یک کسب و کار و قبول مخاطره در این قشر از جامعه باشد. این افراد دارای ایده و نظری نو هستند و در شرایط مناسب قادرند با تکیه بر توان مهارتی، ذهنی و ریسک‌پذیری خود به‌عنوان موتور توسعهٔ اقتصادی در جامعه مسئولیت‌پذیر باشند. بسیاری از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی کشور به علت عدم آشنایی با حوزهٔ مهارت و کارآفرینی، پس از فارغ‌التحصیلی نمی‌توانند توان علمی خود را در بعد عملی اجرایی نمایند. لذا، بسیاری از آنان حتی اگر موفق به کسب اشتغال در بخش خصوصی و یا دولتی گردند، از توان مهارتی کمی برخوردار خواهند بود. آموزش مهارت توأم با کارآفرینی در مراکز علمی‌کاربردی مهارت به دانشجویان، همواره می‌تواند منجر به تقویت، پویایی لازم نسبت به فرصت‌های محیطی، ایده‌پردازی خلاق، ریسک‌پذیری و گردآوری منابع لازم برای شروع یک کسب و کار مبتنی بر توانمندی‌های فردی و یا گروهی گردد. بررسی نظام‌های آموزشی در دیگر کشورها حاکی از آن است که آموزش‌های مهارتی در سطوح عالی و در مراکز پلی‌تکنیک ارائه می‌گردد و مدارک رسمی اعطایی دارای ارزش برابر با مدارک دانشگاه‌های آکادمیک می‌باشد. در همین راستا، آموزش فنی و حرفه‌ای کشور می‌تواند نقش به‌سزایی در رشد و شکوفایی آموزش‌های مهارتی و ارائهٔ آموزش‌های رسمی مهارتی و دانشگاهی در جامعه ایفا نموده و در روند بهبود، افزایش تولید ملی گام برداشته و نیازهای مهارتی دانشجویان و دانش‌آموختگان را مرتفع نماید.

واژگان کلیدی: علمی‌کاربردی،کارآفرینی، آموزش مهارت.

---

۱ . کارشناس ارشد و سرپرست مرکز علمی کاربردی مهارت بجنورد، ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای خراسان شمالی،
Email: mehdi.arefkhani@gmail.com

۲ . عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد.

مقدمه

پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید جوامع دنیا را دستخوش تغییرات بنیادی ساخته و فعالیت‌ها، مشاغل و مهارت‌ها را تحت‌تأثیر قرار داده است. بدیهی است از ویژگی‌های عصر جدید که عصر انفجار اطلاعات و ارتباطات نیز نامیده می‌شود، فن‌آوری‌های جدید بر کلیهٔ فعالیت‌های اجتماعی از جمله کارآفرینی تأثیر گذاشته و بسیاری از آنها تحولات اساسی بر تولید ملی داشته است. برای بهبود تولید ملی در بخش خصوصی و دولتی نیاز به کارآفرینانی با شهامت، خلاق، نوآور و ریسک‌پذیر می‌باشد (ابراهیم زاده ۱۳۸۵).

کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرهٔ یک فعالیت اقتصادی را تقبل نماید. صاحب‌نظران کارآفرینان را مهم‌ترین عامل توسعهٔ اقتصادی دانسته‌اند. دانستن یک مهارت به‌خصوص برای قشری از جامعه که اطلاعات تئوری حرفه و هنری را دارا می‌باشد، همانند دانشگاهیان منجر به افزایش شهامت و خلاقیت می‌گردد. در این قشر از جامعه نوآوری افزایش یافته و به‌دلیل اشراف بیشتر به حرفه دارای ریسک‌پذیری منطقی‌تری می‌باشند.

بسیاری از کسانی که سازمان‌های نوین را تأسیس می‌نمایند در زمرهٔ سرمایه‌داران و صنعتگران قرار نمی‌گیرند. هنر آنها در شناسایی فرصت‌ها و تأمین پول لازم است. آنان کسانی هستند که ما آنها را کارآفرین می‌نامیم.

طی سال‌ها این موضوع روشن شده که پیشرفت بازرگانی تنها به خلاقیت نیست، بلکه نیاز به کارآفرینانی دارد که در زمینهٔ امور مالی و مهارتی دارای صلاحیت لازم و دارای چشم‌انداز استراتژی و هدف‌های بلندمدت باشند. بسیاری از مخترعان مشهور در زمرهٔ کسانی قرار نمی‌گیرند که بتوان آنها را بازرگان، سوداگر یا کسبهٔ موفق نامید. این افراد نیاز به ساختاری داشته‌اند که بتوانند در درون آن به فعالیت خود ادامه داده و این ساختار را به‌صورت سازمان درآورند و ماهیت سازمان هم بدین‌گونه است که سال‌ها پس از مرگ بنیان‌گذاران و کارآفرینان به حیات خود ادامه می‌دهند. کارآفرینان با شناخت صحیح از فرصت‌ها و استفاده از سرمایه‌ها نقش مهمی در تولید و اشتغال به عهده دارند. در نقشی که کارآفرینان بر رشد و توسعهٔ اقتصادی جوامع دارند شکی نیست. اما این پرسش مطرح است که چگونه می‌توان کارآفرینان را تربیت کرد و محیط مناسب برای کارآفرینی ایجاد کرد. امروزه نیازمند افرادی هستیم که بدانند چگونه می‌توانند دانش را کشف، شناسایی و در جهت تولید از آن استفاده نمایند. (صالحی ۱۳۸۸)

بیکاری چیست

با توجه به اینکه ما برای تأمین کالاهای اساسی و لوکس موردنیاز خود باید درآمدی داشته باشیم، بیکاری یکی از بدترین اتفاقات اقتصادی یک جامعه می‌باشد. به‌همین دلیل است که نرخ بیکاری یکی از مهم‌ترین متغییرهای اقتصادی به حساب می‌آید. از بسیاری جهات نرخ بیکاری یکی از بهترین معیارهایی است که می‌تواند ما را از سلامت کلی اقتصاد هم در طول زمان و هم نسبت به اقتصادهای دیگر آگاه سازد. همان‌طور که خواهیم دید وجود میزانی از بیکاری در یک اقتصاد سالم و در حال رشد ناگزیر و اجتناب‌ناپذیر است، ولی از طرفی دیگر

سیاست‌های نادرست دولت می‌تواند باعث افزایش آن و متضرر گشتن افراد جامعه گردد (عزیزی ۱۳۸۹).

شرکت‌ها چگونه تصمیم می‌گیرند که فردی را استخدام کنند؟ سؤال اساسی این است که آیا منافعی که این شخص با استخدامش متوجه شرکت خواهد کرد بیشتر از حقوقی است که شرکت به او خواهد داد. مسلماً شرکت حقوقی را پرداخت خواهد کرد که استخدام شخص بیشتر از آن منجر به سود شرکت شده باشد و اگر بیش از حد حقوق پایین باشد رقیب شرکت می‌تواند شخص را استخدام نماید، ولی باز تا حدی که منافعی که شخص با استخدامش متوجه شرکت می‌نماید، کمتر از حقوقش نباشد. در این زمان سؤال جالبی پیش می‌آید: چرا نیروی کاری که می‌تواند ایجاد منافع کند بیکار می‌ماند؟ چراکه مطمئناً هر شرکتی مایل به دریافت منافع بیشتر است، حال این منافع هرچه‌قدر هم که می‌خواهد کم باشد. ولی چرا شرکت نیروی کار را استخدام نمی‌نماید. بیکاری می‌تواند به دلایل مختلف ایجاد شود. برای مثال اقتصاد بازار به خاطر پویایی‌اش همیشه دچار تغییر می‌شود و شرکت‌ها همواره یاد می‌گیرند که چگونه با نیروی کار کمتر خدمات بیشتری را عرضه کنند. مثلاً فناوری‌های نوین در بانک‌ها باعث بیکاری تعدادی از نیروی بانک‌ها خواهد گردید. چرا که با وجود این فناورها مراجعهٔ حضوری به بانک‌ها کمتر می‌شود و در نتیجه بانک‌ها به نیروی کار کمتری نیاز خواهند داشت. به همین ترتیب، تقاضای نیروی کار با گذشت زمان تغییر می‌کند و تعدادی افراد به ناچار موقتاً بیکار می‌شوند تا اینکه بتوانند مهارت خود را بنا به نیاز بازار وسعت یا تغییر دهند. به این نوع بیکاری، بیکاری اصطکاکی و ساختاری گویند. چرا که در هر مقطعی از زمان افرادی در اقتصاد هستند که در دورهٔ زمانی بین دو شغل‌اند یا در حال ورود به شغل جدید. این بیکاری، بیکاری طبیعی خوانده می‌شود. با توجه به پیشرفت تکنولوژی و تغییرات صنایع میزان نیاز به مهارت‌های پیشرفته در رده‌های مدیریتی صنایع کاملاً مشهود می‌شود و نرخ بیکاری طبیعی در سطوح تحصیل‌کردهٔ هر بنگاه اقتصادی بسیار زیاد می‌باشد، آموزش متناسب با بازار کار به فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که در صنایع و بنگاه‌های اقتصادی مشغول به‌کار می‌باشند، می‌تواند منجر به کاهش نرخ بیکاری در این قشر از جامعه گردد و باعث افزایش بهره‌وری نیروی کار و بهبود حقوق و دستمزد آنان گردد (انصاری ۱۳۷۸).

بسیاری از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی کشور به علت عدم آشنایی با حوزهٔ مهارت و کارآفرینی پس از فارغ‌التحصیلی توان علمی خود را نمی‌توانند در بخش عملی اجرایی نمایند. به همین دلیل بسیاری از آنان حتی اگر موفق به کسب اشتغال چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی شوند، از توان مهارتی کمتری برخوردارند. لذا، سودی که عاید بنگاه اقتصادی می‌گردد پایین بوده و منجر به بیکاری فرد یا کاهش حقوق وی می‌گردد. به‌نظر می‌رسد باید در نوع دروس دانشگاهی بازنگری بنیادی به عمل آید و دانشجویان در دوران تحصیل، بیشتر بارویکردهای عملی آشنا شوند. البته اختصاص واحد تئوری کارآفرینی شاید پاسخگوی آشنایی دانشجویان با این مفاهیم باشد، ولی کافی به‌نظر نمی‌رسد. اجرای طرح کارورزی در بخش‌های صنعتی، خدماتی و تولیدی علاوه بر افزایش مهارت در کمک‌هزینهٔ زندگی فارغ‌التحصیلان نقش به‌سزایی دارد، این در حالی است که دانشجویان کشور ما کمتر با کار

عملی در دورهٔ تحصیل مواجه‌اند و بیشتر به صورت تئوری مطالب را می‌آموزند. با توجه به نقش منابع انسانی توانمند در توسعهٔ صنعتی و فناوری، دانش‌آموختگان دانشگاهی با کسب مهارت‌های پیشرفتهٔ فنی و غیرفنی می‌توانند در جهان کسب و کار فعلی، تکنولوژی محور تمام فعالیت‌های علمی و حرفه‌ای را فراگیرند. تکنولوژی را می‌توان تمام دانش، محصولات، فرآیندها، ابزارها و ماشین‌آلات، روش‌ها و سیستم‌ها تعریف کرد که برای خلق و ساخت کالاها و ارائهٔ خدمات به‌کارگرفته می‌شود. هرچند که بسیاری تکنولوژی را چیزی در حد سخت‌افزار می‌دانند، ولی باید دانست که تکنولوژی چیزهای بسیار بیشتری از ماشین را در بر می‌گیرد، به عبارتی، تکنولوژی علاوه بر سخت‌افزار، شامل نرم‌افزار، مهارت‌های انسانی و دانش فنی نیز می‌باشد. توسعهٔ علم و نیاز جوامع (تقاضای بازار)، عوامل مؤثر در ایجاد و توسعهٔ تکنولوژی می‌باشند. توسعهٔ تکنولوژی نیز تأثیر مهمی در فرآیندها، تجهیزات و ماشین‌آلات و در نهایت تولید و ارائهٔ کالاها و خدمات جدید و در نهایت مشاغل و مهارت‌های جدید دارد. مسلم است که کسب مهارت‌های جدید مستلزم ارائهٔ آموزش‌های جدید و در نتیجه تربیت نیروی کار ماهر و متخصص جهت پاسخگویی به نیاز بازار، از سوی متولیان آموزش‌های رسمی و غیررسمی است تربیت نیروی کار ماهر و متخصص (کارگران دانش‌محور) خود تأثیری مستقیم بر روی تغییرات و توسعهٔ تکنولوژی گذاشته و موجب توسعه و تکامل چرخهٔ تکنولوژی و مهارت می‌گردد.

رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی به توانمندی‌های تکنولوژیکی و نوآوری وابسته است. این امر شامل توانایی توسعهٔ محصولات جدید و دسترسی به بازارهای جدید، به‌کارگیری تکنولوژی جدید، اعمال بهترین الگوهای مدیریتی در بنگاه‌ها و توسعهٔ سطوح مهارتی در طیف وسیعی از نیروی کار است. آموزش فنی و حرفه‌ای قادر است در تمامی این موارد نقش مهمی ایفا نماید. در نتیجه، افزایش ظرفیت تحقیقات و تکنولوژی کشور برای تبدیل دستاوردهای علمی و یافته‌های فناورانه به موفقیت‌های صنعتی و تجاری و اشتغال‌زایی به نقش کارآفرینی وابسته است. لذا، رویکرد حاکم بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی می‌بایست، رویکردی نیازگرا و در تعامل با سازمان‌های بیرونی باشد. اگر به روند رشد و توسعهٔ جهانی توجه داشته باشیم، درمی‌یابیم که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به‌طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود و کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعهٔ اقتصادی به‌شمار می‌آید. به‌طوری‌که در غرب و برخی کشورهای دیگر، دو دههٔ اخیر دهه‌هایی طلایی کارآفرینی نام گرفته است. ساختارهای موجود در دانشگاه‌های کشور با هدف آموزش تخصصی دانشجو شکل گرفته و کمتر تقویت و تربیت کارآفرینی در دانشجویان مد نظر بوده است. علاوه بر ضعف نظام آموزشی دانشگاه‌ها در آموزش مفاهیم کارآفرینی عدم ساختارهای مکمل جهت ایجاد زیرساختار فیزیکی برای توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان از ضعف‌های دیگر این نظام است. خیل عظیم فارغ‌التحصیلان دانشگاهی باعث اشباع سازمان‌های دولتی و حتی خصوصی از نظر پرسنل مورد نیاز می‌شود. برای رفع این مشکل روش‌های مختلفی امروزه در دنیا تجربه شده است. اغلب این روش‌ها در دو دستهٔ تکمیل ساختارهای آموزشی و ایجاد بسترهای لازم کارآفرینی می‌باشد.

تکمیل ساختارهای آموزشی که به‌منظور آشناسازی دانشجویان نسبت به مسائل کسب و کار و تربیت و تقویت روحیهٔ کارآفرینی ایجاد می‌شوند، آماده‌سازی روحی و روانی فارغ‌التحصیلان برای ورود به عرصه‌های اقتصادی را هدف می‌گیرد. بسترهای توسعهٔ کارآفرینی به‌منظور فراهم آوردن شرایط فیزیکی لازم برای ورود این فارغ‌التحصیلان کارآفرین ایجاد می‌شود و ایجاد حرفه‌های اقتصادی را هدف می‌گیرند. از جمله ساختارهایی که در بسیاری از کشورها برای این منظور تجربه شده‌اند، سازمان‌های آموزش فنی و حرفه‌ای و یا نهادهای مشابه هستند. مروری بر تجربهٔ کشورهای مختلف نشان می‌دهد که این کشورها با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که در آن قرار گرفته‌اند، به یکی از این راه‌حل‌ها پرداخته‌اند یا دوره‌های آموزشی با عنوان کارآفرینی راه‌اندازی کرده‌اند یا اقدام به ایجاد یک مرکز رشد در دانشگاه نموده‌اند. در بسیاری از موارد نیز این دو راهکار به‌طور همزمان به‌کار گرفته می‌شود. پیش‌بینی مکانیزم‌های لازم در بهره‌گیری از این به صورت تکمیل‌کنندهٔ یکدیگر از جمله مسائلی است که نقش به‌سزایی در اثربخشی این راه‌حل‌ها دارد، نظام آموزشی کشور در چند سال اخیر به موضوع تقویت و توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان توجه ویژه‌ای مبذول داشته و اقدام به سرمایه‌گذاری اولیه در اجرایی کردن این دو راه حل نموده است. ایجاد دوره‌ها و مراکز کارآفرینی از اقدامات اجرایی است که در این رابطه شکل گرفته و به‌منظور بهره‌گیری بیشتر از این دو حرکت، به صورت کاملاً مستقل انجام شده است.

آموزش کارآفرینی

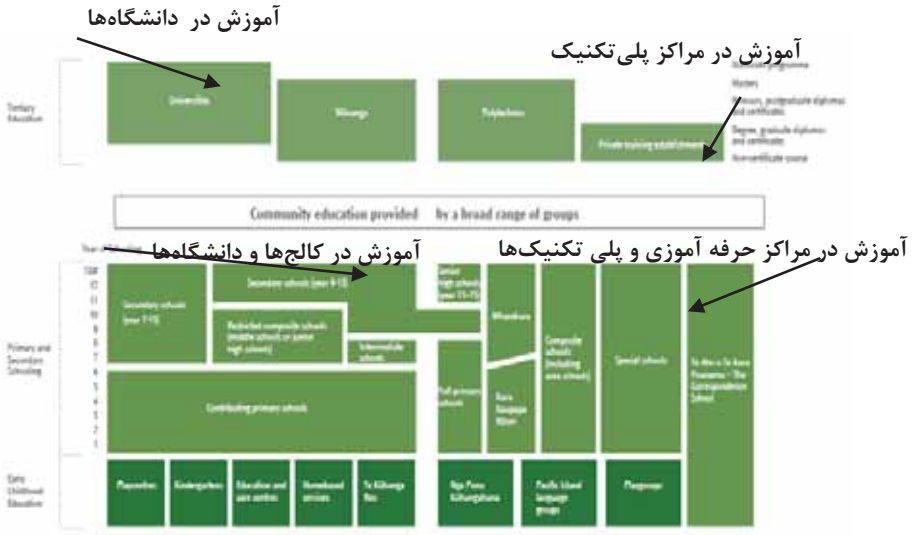
آموزش‌های کارآفرینی به دنبال بهبود و انگیزش در گرایش‌های افراد همچون فرصت‌جویی، ابتکار، مخاطره‌پذیری است. هدف از گنجاندن کارآفرینی در برنامه‌های فنی و حرفه‌ای (علاوه بر ایجاد توانایی در افراد جهت کارآفرینی و شکل‌گیری کسب و کارهای جدید) می‌تواند برونداد گسترده‌تری به شرح زیر داشته باشد:

- درک نقاط نسبی قوت و ضعف انواع فعالیت‌های مخاطره‌آمیز.
- شناخت روش‌های ممکن برای شناسایی و ارزشیابی فرصت‌های اقتصادی و عواملی که باعث حمایت یا مانع خلاقیت می‌گردند.
- درک فرایند کارآفرینانه و برنامه‌ریزی، ایجاد و توسعهٔ فرایند.
- پرورش و توسعهٔ توانایی‌های شکل‌دهی، سازماندهی و کارکردن در تیم‌های میان‌رشته‌ای.
- داشتن استراتژی‌های عمومی جهت ایجاد یک شرکت جدید.
- شناخت ویژگی‌های عمومی یک رفتار کارآفرینانه.
- شناخت عوامل کلی موفقیت و شکست در نوآوری و ایجاد یک شرکت نوپا.
- دانش فنی شناسایی، ارزشیابی و کسب منابع.
- درک امور مربوط به ایجاد و ارائهٔ یک طرح کسب و کار جدید.

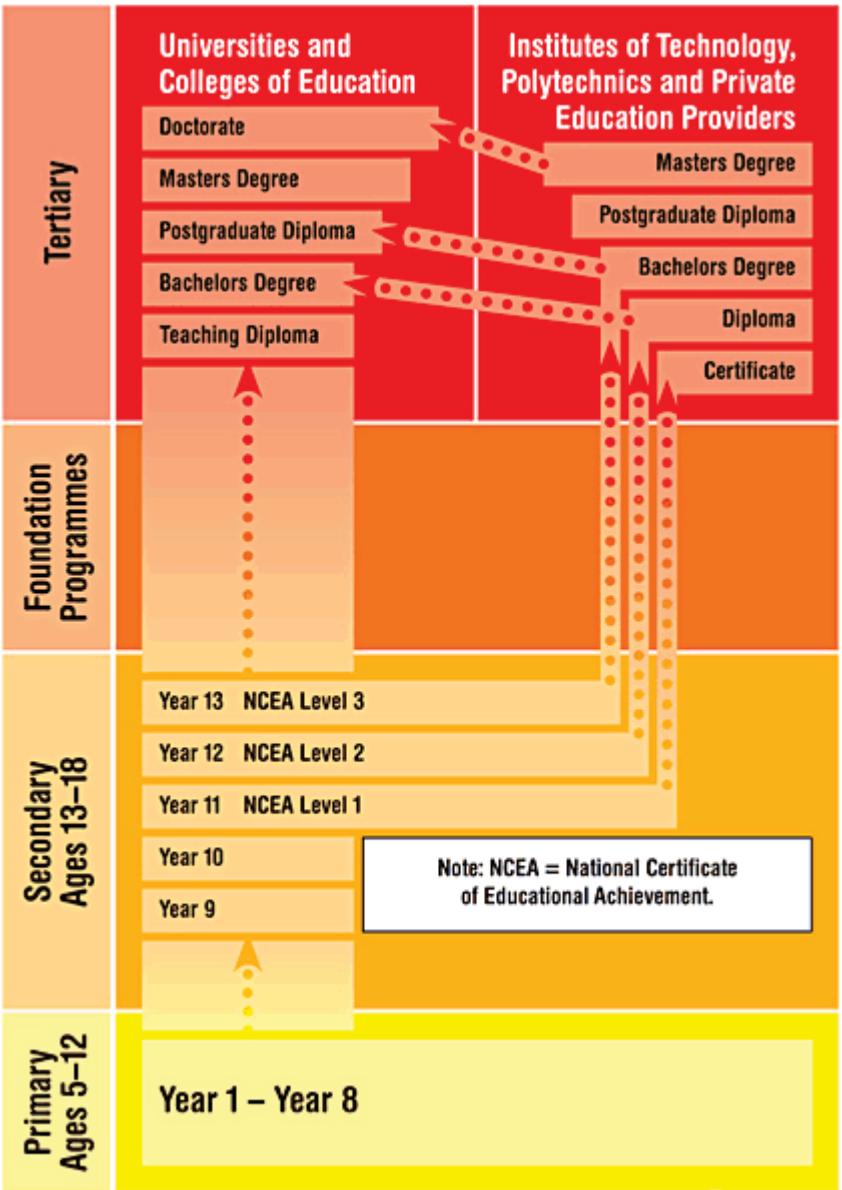
نظام آموزشی کشور نیوزلند

همان‌طور که در شکل شمارهٔ ۱ نشان داده شده است، آموزش در نیوزلند قبل از تحصیلات ابتدایی (پیش از دبستان) طی سه سطح صورت می‌گیرد و پس از آن آموزش در دبستان و

دبیرستان (primary and secondary school) ۱۳ سال به‌طول می‌انجامد. این تحصیلات برای جوانان در نیوزلند اجباری می‌باشد. اکثر دانش‌آموزان دورهٔ دبیرستان را در سال سیزده‌ام به‌اتمام می‌رسانند. اما تعداد محدودی به مدت یک تا دو سال تحصیل خود را ادامه می‌دهند. این دوره همانند دورهٔ پیش دانشگاهی بوده و جهت ورود به دانشگاه‌ها و مراکز پلی‌تکنیک که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را ارائه می‌نمایند، لازم است. مرحلهٔ سوم تحصیل در دانشگاه‌ها و مراکز پلی‌تکنیک (مراکز آموزش مهارت) را شامل می‌شود. همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود سطوح آموزشی مهارت که اصولاً در مراکز پلی‌تکنیک ارائه می‌گردد، همانند دانشگاه‌ها تا سطوح عالی و کارشناسی ارشد ادامه دارد. همچنین در شکل ۲ نشان داده شده است که کلیهٔ فارغ‌التحصیلان مراکز آموزشی حرفه‌آموزی و پلی‌تکنیک می‌توانند به‌راحتی مقاطع بعدی تحصیلی را در دانشگاه‌های آکادمیک بگذرانند، ولی عکس این عمل امکانپذیر نمی‌باشد و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها به‌دلیل قابلیت‌های ضعیف مهارتی نمی‌توانند در مراکز مهارت‌آموزی ادامهٔ تحصیل دهند. این اقدام منجر به ارزش‌گذاری بالاتر مدارک مهارتی نسبت به مدارک آکادمیک و تئوری محض می‌شود.



شکل ۱. نظام آموزشی دانش و مهارت در نیوزلند



شکل ۲. نظام آموزشی دانش در دانشگاه‌ها و مهارت در مراکز پلی تکنیک نیوزلند

مجریان آموزش‌های مهارتی در نیوزلند (پلی‌تکنیک‌ها و انستیتوهای تکنولوژی)

۲۰ مؤسسه در نیوزیلند به‌عنوان بخشی از سیستم آموزش فنی این کشور وجود دارند و وظیفهٔ آنها آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص در محدودهٔ وسیعی از تخصص‌ها می‌باشد. بسیاری از این مؤسسات فارغ‌التحصیلان خود را تا سطح لیسانس و فوق‌لیسانس تربیت می‌کنند. نمونه‌ای از رشته‌های پلی‌تکنیک‌ها شامل: مکانیک موتور، ساخت و ساز، تجارت، نقشه‌برداری، تکنولوژی جنگلداری و غیره می‌باشد. برخی از مؤسسات پلی‌تکنیک نیوزلند به نام انستیتوهای تکنولوژی معروف بوده و به‌صورت دولتی اداره می‌شوند، آموزش‌های آنها شامل سه مرحله بوده و از تحصیلات مقدماتی تا مراحل کاملاً پیشرفته ادامه دارد. برنامه‌های تحصیلی این مؤسسات توسط دولت نیوزلند تبیین می‌شود و برای حصول اطمینان از نحوهٔ عملکرد آنها ادارهٔ استاندارد آموزشی نیوزلند (NZQA) برفعالیت آنها نظارت دارد. در نیوزلند دانشگاه‌ها ارتباط نزدیکی با انستیتوهای تکنولوژی و پلی‌تکنیک‌ها دارند و در نتیجه مدارک تحصیلی این مؤسسات مورد پذیرش دانشگاه‌ها و درحد درجات دانشگاهی می‌باشد. برخی از این مؤسسات قراردادهایی با دانشگاه‌های نیوزلند بسته و طبق آن دانشجو می‌تواند سال اول تحصیل خود را در انستیتوها سپری نموده و پس از کسب مهارت‌های لازم و آموزش‌های مورد نیاز برای ادامهٔ دورهٔ تحصیلی خود به دانشگاه محل تحصیل خود مراجعت نموده و به تحصیلاتش ادامه دهد.

پذیرش در پلی‌تکنیک‌های نیوزلند

شرایط پذیرش در این مؤسسات بستگی به سطح مدرک متقاضی دارد. اگر حرفه‌آموزی مستقیماً سطح علمی مورد نیاز برای ورود به پلی‌تکنیک را دارا نباشد، باید ابتدا یک دورهٔ مقدماتی را شروع کند تا از این راه آموزش‌های مورد نیاز را ببیند و حائز شرایط ورود به دورهٔ اصلی آموزشی شود. شرایط ورود به پلی‌تکنیک مانند شرایط ورود به دانشگاه می‌باشد و دانش‌آموزان باید از لحاظ علمی و نیز زبان انگلیسی شرایط لازم برای ورود به دورهٔ اصلی آموزشی را دارا باشند.

آموزش‌های علمی‌ـ کاربردی در نیوزلند

در نیوزلند دو سیستم آموزشی بعد از دبیرستان وجود دارد. سیستم آموزش‌های آکادمیک معمول که دارای مقاطع متعارف و دوره‌های کوتاه‌مدت که همراه با اعطای گواهی‌نامه می‌باشد و سیستم دوره‌های به اصطلاح علمی‌ـ کاربردی، که عمدتاً به دوره‌های کاردانی و کوتاه‌مدت و تا حد کمتری به دوره‌های لیسانس و بالاتر اختصاص دارد.

بعضی از نکات قابل توجه در دوره‌های آموزش عالی به شرح زیر است:

۱. برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت مبتنی بر نیازهای کاملاً اختصاصی و دارای بهره‌وری بسیار بالا از سوی هر دو نظام آموزش عالی.

۲. معمولاً برای کسب مدرک کاردانی، ابتدا افراد گواهی‌نامه‌های لازم را، که شامل دوره‌های ۵ تا ۶ ماهه می‌باشد، دریافت می‌دارند سپس در طی دوره‌های ۴ سالهٔ پاره‌وقت، مدرک کاردانی (تکنسین درجهٔ ۱) را دریافت می‌کنند.

۳. در نیوزلند روشی برای اشتغال جوانان پیش‌بینی شده است، به این صورت که یک فرد جوان با صاحب یک مزرعه شریک می‌شود و با وامی که از بانک می‌گیرد می‌تواند در امور دامداری و کشاورزی مشارکت کند و سود حاصل را با صاحب مزرعه تقسیم کند.

اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط

نگاهی کوتاه به ساختار نظام اقتصادی کشورهای مختلف ما را با اهمیت و جایگاه شرکت‌ها و بنگاه‌های کوچک و متوسط بیشتر آشنا می‌کند. درخصوص اهمیت این شرکت‌ها، همین بس که حداقل ۲/۳ میلیون مؤسسهٔ کوچک و متوسط در آلمان وجود دارد که تعداد کارکنان آنها ۲۰ میلیون نفر است و ۷۰ درصد کل شاغلان این کشور را در خود جای داده‌اند. در ایالات متحده نیز حدود ۲۵ میلیون بنگاه کوچک وجود دارد که بیش از ۵۰ درصد از نیروی کار بخش خصوصی را در اختیار دارد. این بنگاه‌ها به تنهایی نیمی از تولید ناخالص داخلی ایالات متحده را تأمین کرده و ۹۶ درصد از کل صادرات این کشور نیز توسط این شرکت‌ها تولید می‌شوند. شرکت‌های کوچک از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار بوده و کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری بیشتری در آنها صورت می‌پذیرد. این شرکت‌ها راحت‌تر می‌توانند خود را با تغییرات پرشتاب محیطی تطابق داده و نسبت به مؤلفه‌های محیطی همچون عوامل اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیکی سیاسی، و قانونی سریع‌تر واکنش نشان دهند. جالب است بدانیم که بیش از ۵۵ درصد از نوآوری‌ها و اختراعاتی که در ایالات متحد آمریکا به ثبت می‌رسد، در شرکت‌های کوچک و متوسط رخ می‌دهد. بنگاه‌های کوچک و متوسط عامل جذب و اشتغال بخش عظیمی از جمعیت کشورها و آموزش و تربیت نیروی کار ماهر هستند. به‌عنوان مثال، در آلمان، ۸۰ درصد از نیروی کار ابتدا جذب صنایع کوچک و متوسط می‌شوند و آموزش‌های لازم و مهارت‌های فنی و حرفه‌ای مورد نیاز را کسب می‌کنند، به‌گونه‌ای که این صنایع برای دانش‌آموزان و دانشجویان به کارگاهی برای کسب مهارت‌های فنی و حرفه‌ای تبدیل شده‌اند. تأمین نیروی انسانی متخصص برای شرکت‌های بزرگ، غالباً توسط شرکت‌های کوچک و متوسط صورت می‌گیرد. این مسئله به‌صورت یکی از مشکلات کنونی این‌گونه بنگاه‌ها درآمده است، زیرا غالباً افراد متخصص پس از کسب تجربه در شرکت‌های کوچک و متوسط، جذب صنایع بزرگ‌تر و جذاب‌تر می‌شوند. از آنجا که بنگاه‌های کوچک و متوسط در مقایسه با صنایع بزرگ با سرمایهٔ کمتری می‌توانند ایجاد اشتغال کنند، تعداد مشاغلی که این دسته از شرکت‌ها ایجاد می‌کنند، بیشتر از شرکت‌های بزرگ است. امکان ایجاد مشاغلی به صورت، خویش فرما باعث می‌شود تا کارآفرینان با انگیزهٔ بیشتری به این دسته از شرکت‌ها روی آورند. جذب و پذیرش کارکنان با شرایط خاص در این بنگاه‌ها با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. این شرکت‌ها توانسته‌اند امکان اشتغال برای افراد جوان، سالمندان، زنان، کارکنان پاره‌وقت و حتی افراد معلول نیز فراهم کنند. در این‌گونه بنگاه‌ها به‌راحتی می‌توان بدون نیاز به برنامه‌ریزی و تغییرات گسترده در ساختار، گروه‌های میان‌وظیفه‌ای یا گروه‌های کاری با ترکیبی ازمتخصصان مختلف را گردهم آورد. هزینهٔ بیرون آمدن از صنعت برای این‌گونه شرکت‌ها در مقایسه با شرکت‌های بزرگ کمتر است. از این رو، بسیاری از کشورهای جهان توجه خاصی به این گروه از بنگاه‌ها دارند و با مطالعه و بررسی در مورد مسائل و

مشکلات آنها سعی در استفاده از مزیت‌های گوناگونی دارند که این شرکت‌ها ایجاد می‌کنند (ریاحی۱۳۸۹).

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب ذکرشده، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای می‌تواند با اجرای دوره‌های آموزشی رسمی عملی و مهارتی جهت افراد جویای کار، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی خلاء ضعف در آموزش‌های دانشگاهی را پوشش دهد و سعی نماید با اجرای دوره‌های فنی و غیرفنی و نرم‌افزارهای تخصصی بین سطوح تحصیلی در جهت اشتغال افراد جویای کار اقدام نماید. تنوع دوره‌های مختلف مهارت‌های پیشرفته، هم‌راستا با تغییرات و پیشرفت‌های علمی و صنعتی، همچنین به‌روز بودن این آموزش‌ها و در نظر گرفتن نیاز منطقه منجر به پر کردن خلأهای آموزش‌های دانشگاهی می‌شود و با توجه به اعتبار مدارک رسمی آموزشی در سطوح آموزش‌های عالی، معادل‌سازی آموزش‌های مهارتی در مراکز مهارت‌آموزی و مراکز علمی‌کاربردی مهارت می‌تواند منجر به ارائهٔ آموزش فنی همراه با مدارک رسمی دانشگاهی گردد و استقبال جوانان جویای کار را در پی خواهد داشت.

منابع

ابراهیم زاده، فریمان (۱۳۸۵) ضرورت ایجاد دانشگاه کارآفرین در روند توسعهٔ اقتصادی کشور، پنجمین سمینار ارتباط دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعهٔ ملی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد.

انصاری، ابراهیم (۱۳۷۸)، نقش نخبگان در توسعه، سمینار نقش مدیریت در توسعه، واحد دهاقان، ۳۰ مهر.

اسگویی، اکبر (۱۳۸۹)، مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط.

جهانیان، رمضان (۱۳۸۴)، کارآفرینی در نظام آموزشی، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، دهم اسفند، ۱۳۸۴.

دافی، برنادت، (۱۳۸۱)، تشویق خلاقیت و تخیل در کودکان، ترجمه : مهشید یاسائی، تهران، انتشارات ققنوس.

ریاحی، حسین (۱۳۸۹) مدیریت ریسک در صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، واحد علوم و تحقیقات.

صالحی عمران، ابراهیم (۱۳۸۸) آموزش عالی و پرورش روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان.

عارفخانی، مهدی (۱۳۹۰) مطالعهٔ تطبیقی نظام آموزشی نیوزلند با تأکید بر رویکردهای برنامه‌ریزی در ایجاد اشتغال، همایش منطقه‌ای مهارت‌آموزی، خوزستان.

عزیزی، بهارک (۱۳۸۹)، نقش آموزش و توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد.

لعلی، مهرداد (۱۳۸۶)، نخبگان در توسعه، انتشارات بنیاد ملی نخبگان.

تبیین ارتباط میان سبک رهبری مدیران و کارآفرینی سازمانی

طهمورث آقاجانی[1]
غلامرضا عزیزی[2]
بهزاد شوقی[3]

چکیده

این پژوهش با هدف تبیین ارتباط میان سبک رهبری و ابعاد آن (تحول‌گرا، تبادلی و عدم مداخله‌گر) با کارآفرینی سازمانی شرکت آلومینیوم پارس ساوه در سال ۱۳۹۱ صورت گرفت. جامعهٔ آماری تحقیق شامل ۶۵۰ نفر از کارکنان بود که از این میان با استفاده از جدول جسی و مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۲۴۲ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. روش جمع‌آوری داده‌ها براساس پرسش‌نامه انجام گرفت. پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامهٔ استاندارد سبک رهبری بس- اولیو MLQ، ۰/۹۲ و برای پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته کارآفرینی سازمانی ۰/۸۶ به‌دست آمد و همین‌طور از روایی محتوا به‌منظور آزمون روایی پرسش‌نامه استفاده شد که بدین منظور پرسش‌نامه‌ها مورد تأیید متخصصین مربوطه قرار گرفت. تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از اجرای پرسش‌نامه‌ها از طریق نرم افزار spss در دو بخش توصیفی (فراوانی، فراوانی درصدی، میانگین، انحراف استاندارد) و استنباطی (رگرسیون چندمتغیره، ضریب همبستگی پیرسون و آزمون شاپیرو –ویلک) انجام پذیرفت. نتایج تحقیق نشان داد که ارتباط معناداری بین سبک رهبری و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، سبک رهبری، تحول‌گرا، تبادلی، عدم مداخله‌گر.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس، Email:Taghajani@yahoo.com
۲. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه، Email:Ghazizi@yahoo.com
۳. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساوه، باشگاه پژوهشگران جوان، ساوه، ایران، Email:Behzad.shoghi@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

در عصر حاضر که تغییر و تحولات محیطی از مهم‌ترین چالش‌های فراروی سازمان‌ها به‌شمار می‌روند، بهره‌گیری مناسب از استعدادها و توانایی‌های افراد در تدوین چارچوب‌ها و الگوهای فکری جدید، نقشی حیاتی دارد. امروزه سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و با اجرای چند طرح کارآفرینانه به رقبای چابک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم‌هزینهٔ خود فائق آیند. این سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم کنند تا همهٔ کارکنان از چنین روحیهٔ کارآفرینانه‌ای بهره‌مند شده و بتوانند به‌راحتی و به‌طور فردی یا گروهی، فعالیت‌های کارآفرینانهٔ خود را به‌اجرا درآورند. سازمان‌های کارآمد و موفق سازمان‌هایی هستند که کارآفرینی را به‌عنوان جزء تفکیک‌ناپذیری از ویژگی‌ها و خصایص خود دانسته و در جهت تقویت روحیهٔ کارآفرینی سازمانی، از هیچ کوششی فروگذار نباشند. در جهان امروز تفکر نوآوری، کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. امروزه توسعه و ارتقای کارآفرینی نه تنها لازمهٔ یک اقتصاد سالم است بلکه برای رشد روزافزون جامعه و خلق مشاغل جدید حائز اهمیت و حیاتی است (صمد آقایی، ۱۳۸۱).

در جهان امروز تفکر نوآوری، کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. سازمان‌های کارآفرین به‌دلیل توانایی تطبیقشان با تغییرات محیطی و ساختار منعطفشان مورد حمایت دولت‌ها قرار می‌گیرند (گاراوان و اوسینید[1]، ۱۹۹۴، ص۱). اگر برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و کارکنان سازمان کارآفرین باشند، فرصت‌های اقتصادی را بهتر درک کرده و قادرند از منابع موجود به‌منظور نوآوری استفاده بیشتری نمایند و در نتیجه سریع‌تر رشد کرده و در صحنهٔ رقابت دوام آورند. خلاقیت و نوآوری و توان کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های افراد کارآفرین است و اصولاً خصوصیات روانی و رفتاری‌این‌گونه افراد از قبیل استقلال‌طلبی، نیاز به موفقیت، ریسک‌پذیری و غیره و ماهیت طبیعی نوآوری، شرایط خاص و متفاوتی را در سازمان می‌طلبد. لذا، شناسایی ویژگی‌های بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان یکی از اساسی‌ترین مسائل روز سازمان‌ها می‌باشد.

از نظر آکتان و بیولت (۲۰۰۸) کارآفرینی سازمانی شامل چهاربعد نوآوری بالا، ریسک‌پذیری و فعالیت‌های پیشتازانه و رقابت تهاجمی می‌شود (آکتان و بیولت، ۲۰۰۸).

نوآوری بالا[2]: نوآوری بالا عبارت است از بیشترین میزان نوآوری که می‌تواند در محصول، خدمات و یا تکنولوژی باشد. نایت (۱۹۹۷) توسعه یا ارتقای محصولات و خدمات و همچنین فنون و تکنولوژی‌ها در تولید را به‌عنوان بخشی از نوآوری سازمانی قرار داده است (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵).

ریسک‌پذیری[3]: ریسک‌پذیری شامل جهت‌گیری‌های سازمانی به‌منظور دست یافتن به ابتکارات جدید برای سود و رشد سازمانی با کمترین ضرر احتمالی است (آکتان و بیولت، ۲۰۰۸).

---

1. Garavan & Ocinneide
2. Innovativeness
3. Risk-Taking

فعالیت‌های پیشتازانه[1] :این بعد مربوط به پیشگامی در پیگیری فرصت‌ها با ورود به بازارهای جدید است. پیشگامی، میزان یا اندازه‌ای است که سازمان‌ها در مواردی مانند حوزه‌های کلیدی تجاری، هنگام معرفی محصولات و خدمات، به‌کارگیری تکنولوژی و تکنیک‌های اداری سعی در رهبری رقبا دارند تا پیروی آنها (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵).

رقابت تهاجمی[2]: تمایل سازمان در به چالش درآوردن یا رقابت کردن با رقبا تعریف شده است. در واقع، رقابت تهاجمی پاسخ به تهدیدات است (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵).

رهبری به‌عنوان یکی از وظایف مهم مدیران علم و هنر نفوذ در افراد به‌منظور دستیابی به اهداف می‌باشد. سبک رهبری یا مدیریت تعیین‌کنندهٔ جو، فرهنگ و راهبردهای حاکم بر سازمان است. سبک رهبری مجموعه‌ای از نگرش‌ها، صفات و مهارت‌های مدیران است که بر پایهٔ چهار عامل نظام ارزش‌ها، اعتماد به کارمندان، تمایلات رهبری و احساس امنیت در موقعیت‌های مبهم شکل می‌گیرد (مصدق راد،۱۳۸۴). امروزه کارکنان از تحصیلات بالایی برخوردار هستند و کارها بیشتر تخصصی شده است. بنابراین، نمی‌توان مثل گذشته آنها را وادار به انجام کار کرد. در سازمان‌های امروزی نیاز بیشتری به مشارکت کارکنان در مدیریت سازمان می‌باشد. در حقیقت تغییر سبک مدیریت از حالت مدیریت استبدادی به سمت مدیریت مشارکتی منجر به موفقیت هرچه بیشتر سازمان می‌گردد. سبک رهبری که منجر به مشارکت گروهی کارکنان و تشکیل گروه‌های کاری گردد، موجب انجام اثربخش، کارآمد، منظم و هماهنگ کارها می‌گردد (سان جون،۱۹۹۸). علاوه بر این، به‌کارگیری سبک رهبری حمایت‌گرانه و مشارکت‌طلبانه منجر به افزایش لذت انجام کار در کارکنان می‌گردد (مصدق راد، ۱۳۸۴).

همچنین، با توجه به سرعت شتابندهٔ تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... در عصر حاضر، سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعهٔ امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را نیز در آینده پیش‌بینی کنند و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند .چراکه به گفتهٔ تافلر[3] تنها با بهره‌گیری خلاقانه از تغییر برای هدایت کردن خود تغییرات است که می‌توانیم از آسیب شوک آینده در امان بمانیم و آینده‌ای بهتر و انسانی‌تر دست یابیم. بنابراین، سازمان‌های موفق به رهبرانی نیازمند هستند که با ژرف‌نگری، جهت مناسب و مسیر آیندهٔ سازمان را مشخص سازند، افراد را به آن مسیر هدایت کنند و انگیزهٔ ایجاد خلاقیت را در کارکنان به‌وجود آورند، تا نهایتاً سازمانی کارآفرین داشته باشیم. در این پژوهش از سبک رهبری باس و اولیو استفاده شد، که در آن ابعاد سبک رهبری شامل رهبری تحول‌آفرین، تبادلی، و عدم مداخله‌گر می‌باشد. در ادامه به توضیح هریک از آن‌ها می‌پردازیم:

1. Proactiveness
2. Competitive Aggressiveness
3. Tafler

رهبری تحول آفرین

مفهوم اولیهٔ رهبری تحول‌آفرین توسط برنز[1] پیرامون تحقیقاتش در مورد رهبران سیاسی ارائه گردید. برنز رهبری تحول‌آفرین را به‌عنوان فرآیندی که در آن رهبران و پیروان همدیگر را به سطح بالاتری از اخلاق و انگیزه ترقی می‌دهند، تعریف کرد. رهبران تحول‌آفرین به پیروان خود کمک می‌کنند که به مسائل قدیمی از دیدگاه جدیدی بنگرند و آن‌ها را برای تلاش فراتر از حد معمول برمی‌انگیزانند. رهبران تحول‌آفرین به پیروان خود چنین القاء می‌کنند که فراتر از اهداف و علایق شخصی بیاندیشند و بر اهداف بزرگ‌تر تیمی، سازمانی، ملی و یا جهانی توجه کنند. این رهبران با ارائهٔ چشم‌انداز آینده، چنان تأثیری بر پیروان خود می‌گذارند که آن‌ها چشم‌انداز را متعلق به خود دانسته و تلاش وافری برای رسیدن به آن نشان می‌دهند. این رهبران قادرند با هماهنگ کردن کارکنان و ایجاد انسجام در کل سیستم، مجموعهٔ سازمانی را در جهت چشم‌انداز مورد نظر به حرکت درآورند (کاسیوپ[2]، ۱۹۹۷، ص ۳۳۶).

رهبران تحول‌آفرین به آن دسته از رهبران اطلاق می‌شود که درصددند تا با خلق‌ایده‌ها و چشم‌اندازهای جدید، مسیر تازه‌ای از رشد و شکوفایی را فراروی سازمان‌ها قرار دهند و با ایجاد تعهد و اشتیاق وافر در بین مدیران و کارکنان، اعضای سازمان را برای ایجاد تغییرات بنیادین، تحول در ارکان و شالودهٔ سازمان به‌منظور کسب آمادگی‌ها و توانمندی‌های لازم جهت حرکت در مسیر جدید و فتح قله‌های بالاتری از عملکرد آرمانی بسیج نمایند (سنجقی، ۱۳۸۰، ص ۴۴).

رهبران تحول‌آفرین، خلاقیت، انگیزه و معنویات پیروان خود را بالا می‌برند، در حالی که رهبران تبادلی به منافع شخصی و آتی پیروان خود می‌پردازند. رهبران تحول‌آفرین بر این امر تأکید دارند که شما چه کاری می‌توانید برای کشور خود انجام دهید، در حالی که رهبران تبادلی تأکیدشان بر این است که کشور شما چه کاری می‌تواند برای شما انجام دهد (ازگلی، ۱۳۸۳، ص ۲۰۶).

ابعاد رهبری تحول‌آفرین شامل موارد زیر می‌باشد:

- **کاریزما (نفوذ آرمانی)[3]:** رهبری کاریزماتیک جزئی از رهبری تحول‌آفرین بوده و نفوذ آرمانی شامل ویژگی‌های آرمانی و رفتار آرمانی می‌باشد. نفوذ آرمانی در برگیرندهٔ ایجاد اطمینان و استانداردهای بالا برای پیروی و رقابت می‌باشد. کاریزما، رهبران را برای این‌که احیاگر سازمان باشند، توانا می‌سازد. رهبران موفق به‌عنوان یک عامل تغییر بینش، مجموعه‌ای از ارزش‌های محوری و اساسی را هدایت و مشخص می‌کنند. این‌ها خصوصیات رهبر کاریزماتیک محسوب می‌شود که جزئی از ساختار رهبری تحول‌آفرین می‌باشد. باس به عنصر کاریزماتیک به‌عنوان یک نوع نفوذ آرمانی اشاره می‌کند (محرم‌زاده، ۱۳۸۶، ص ۸۴).

---

1. Burns
2. Cacioppe
3. Charism (Idealized influence)

- **انگیزش الهام بخش**[1]: انگیزش الهام‌بخش را بالا بردن و برانگیختن پیروان با استفاده از احساسات آن‌ها توصیف کرده‌اند. این عامل شامل صحبت و بیان نوعی دیدگاه جالب و جذاب از آینده و ارائهٔ تصویری مهیج از آنچه که باید مورد ملاحظه قرار گیرد می‌باشد. باس این عمل را به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از کاریزما توصیف کرده، اما عنوان می‌کند که رهبران مجبور نیستند الهامی یا کاریزماتیک باشند (موغلی، ۱۳۸۴، ص ۷۲).
- **ترغیب ذهنی**[2]: ترغیب ذهنی به‌عنوان یکی از توانائی‌های رهبران تحول‌آفرین، نقش مهمی در فرآیند دگرگون‌سازی (تغییر) در سازمان دارد. رهبران تحول‌آفرین سعی می‌کنند پیروان خود را به خلاقیت و نوآوری ترغیب کنند. این رهبران، تغییر در روش‌های تفکر در مورد حل مسائل را تشویق کرده و از تمثیل و استعاره استفاده می‌کنند. بنابراین، ممکن است از ایده‌های جدید و خلاق برای حل مسائل استفاده کنند. باس ترغیب ذهنی را به‌عنوان عاملی محرک در پیروان برای تفکر در مورد باورها و ارزش‌ها و نیز آگاهی از مشکلات و حل آن‌ها بیان می‌کند (موغلی، ۱۳۸۴، ص ۷۳).
- **ملاحظات فردی**[3]: توجه به تفاوت‌های فردی پیروان، ارتباط با تک‌تک آن‌ها و تحریک آن‌ها از طریق واگذاری مسئولیت‌ها برای یادگیری تجربیات، مباحث اصلی در ملاحظات فردی می‌باشند. رهبران تحول‌آفرین به زیردستان در برآورده کردن استعدادهای بالقوه‌شان برای این‌که باعث افزایش مسئولیت شاغل در سازمان شود، کمک می‌کند. رهبران تحول‌آفرین با رهبران تبادلی در تشخیص نیازهای پیروان متفاوتند، زیرا تلاش رهبران تبادلی برای برآورده ساختن نیازهای پایین‌تر است تا نیازهای بالاتری همچون توسعه و بلوغ. رهبران تحول‌آفرین تمام افراد را با هدف پیشرفت آن‌ها، از پیروان به رهبران، تشویق می‌کنند. آن‌ها توجه ویژه‌ای به نیازهای هر پیرو، به‌عنوان رفتار مربی یا استاد برای دستیابی به موفقیت یا رشد دارند. ملاحظهٔ فردی، عنصری کلیدی در ارتباط بین رهبر تحول‌آفرین و پیروان به حساب می‌آید. رهبران تحولی ممکن است از تفویض به‌عنوان وسیله‌ای جهت کمک به رشد پیروان توسط چالش‌های شخصی استفاده کنند (نورث‌هاوس، ۲۰۰۱، ص ۲۱۴).

رهبری تبادلی

همچنین به اعتقاد برنز، رهبری تبادلی عبارت است از رهبری مبتنی بر مبادلهٔ بین رهبر و پیرو به‌طوری که تمایلات فردی طرفین تأمین گردد. به عبارت دیگر، وی معتقد است در این مکتب به هرچیز از دید میزان منفعتی که عاید افراد می‌کند، نگریسته می‌شود و رابطهٔ رهبر با پیروان سوداگرانه و بر مبنای مبادلهٔ یک چیز برای چیز دیگر است. رهبری تبادلی به رابطهٔ تبادل رهبر و پیرو و برای تأمین منافع شخصی آنان اشاره دارد.

این نوع رویکرد رهبری تأکید بر اهمیت روابط میان رهبر و پیرو دارد و بر مزایای دو جانبه که از طریق یک قرارداد ایجاد شده تمرکز دارد و براساس این قرارداد، رهبر برخی از

1. Inspirational Motivation
2. Intellectual stimulation
3. Individual Consideration

چیزها مانند پاداش و شناخت را در قبال تعهد و وفاداری پیروان به آن‌ها اعطا می‌کند (رابینز، ۲۰۰۵، ص ۳۱۷). ابعاد رهبری تبادلی شامل موارد زیر می‌باشد:

- **پاداش‌های مشروط**[1]: پاداش‌های مشروط به فرآیند مبادله میان رهبران و پیروان که در آن تلاش پیروان با پاداش‌های خاصی مبادله می‌شود، اشاره می‌کند. در این نوع رهبری، رهبر تلاش می‌کند تا توافق پیروان را بر سر آن‌چه نیاز به انجام آن است و آنچه که به خاطر این تلاش‌ها پرداخته می‌شود، به‌دست آورد (نورث‌هاوس، ۲۰۰۱، ص ۱۴۰).
- **مدیریت بر مبنای استثناء(فعال– منفعل)**[2]: مدیریت بر مبنای استثناء ماهیتاً یک عمل صحیح است. مدیریت بر مبنای استثناء، اشاره به رهبری دارد که دربرگیرندهٔ انتقادهای اصلاح‌کننده، بازخور منفی و تقویت منفی می‌باشد. مدیریت مبتنی بر استثناء، دو شکل دارد: فعال و منفعل.

رهبران تبادلی که بر مبنای یک مدیریت استثناء فعال عمل می‌کنند بر کار زیردستان نظارت می‌نمایند و از انجام کارها اطمینان حاصل می‌کنند. رهبر برای تشخیص انحراف از استانداردها و پیدا کردن اشتباهات و خطاها، وظایف ضروری و لازم را انجام می‌دهد. مدیرانی که مدیریت بر مبنای استثنای غیرفعال را اعمال می‌کنند، تنها پس از این‌که استانداردها برآورده نشد، مجازات‌های اقتضایی را اعمال می‌کنند. یعنی به‌طور منفعل منتظر اشتباه پیروان می‌شوند تا توجه آن‌ها را قبل از انجام اقدامات اصلاحی به بازخور منفی یا توبیخ رسمی جلب کنند. با توجه به این‌که این روش غیرمؤثر بوده، با این‌حال بعضی وقت‌ها رهبران، مدیریت بر مبنای استثنای منفعل یا غیرفعال را به‌کار می‌گیرند تا تعداد زیادی از زیردستان را که به‌طور مستقیم به آن‌ها گزارش می‌دهند سرپرستی و نظارت نمایند. این فرآیند نسبت به پاداش‌های مشروط و اجزای رهبری تحول‌آفرین کمتر مؤثر است (حمیدی‌زاده ابرقویی، ۱۳۸۷، ص ۲۴).

رهبری عدم مداخله گر

منظور از رهبری عدم مداخله یا غیرمراوده‌ای، آزاد گذاشتن پیروان در زمان عدم حضور رهبر یا اجتناب از رهبری کردن است که در واقع در طیف رهبری، غیرفعال‌ترین نوع رهبری به‌شمار می‌آید. در مقابل رهبری تبادلی، حالت عدم مداخله یک حالت کاملاً غیرتبادلی و بی‌تفاوت را نمایان می‌سازد. در این حالت رهبر از تصمیم‌گیری خودداری می‌کند و مسئولیت‌ها را واگذار می‌نماید (امیر کبیری، ۱۳۸۴، ص ۲۱).

البته پژوهش‌هایی در ارتباط با این پژوهش صورت گرفته است که به اختصار به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌شود:

سلطان‌پناه و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر سبک رهبری بر میزان کارآفرینی کارکنان سازمان‌های دولتی نشان دادند که بین سبک رهبری و ابعاد آن (استبدادی، خیرخواهانه، مشورتی و مشارکتی) با کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

---

1. Contingent reward
2. management by exeption (active – passive)

قاسمی (۱۳۸۹)، در پایان‌نامهٔ خود تحت عنوان بررسی رابطهٔ سبک‌های رهبری با خودکارآمدی در کارکنان شعب بانک ملی استان البرز، نشان داد که میان سبک رهبری و ابعاد آن (تحول‌آفرین، تبادلی و عدم مداخله‌گر) با خودکارآمدی رابطهٔ مثبت، مستقیم و معنادار وجود دارد.

ثمری خلج (۱۳۸۷) در تحقیقی تحت عنوان ارتباط بین سبک رهبری مدیران با خلاقیت معلمان مدارس ابتدایی منطقهٔ ۶ تهران، به این نتیجه رسید که بین سبک رهبری ضابطه‌مدار با خلاقیت معلمان رابطه وجود دارد که با افزایش سبک رهبری ضابطه‌مدار در مدیران، خلاقیت مدیران نیز افزایش می‌یابد.

ایرجی نقندر و پور جعفریان (۱۳۸۹) تحقیقی را تحت عنوان بررسی ارتباط سبک رهبری مدیران با خلاقیت معلمان تربیت‌بدنی استان خراسان رضوی در سال ۱۳۸۸ نشان دادند که سبک رهبری به‌عنوان عامل تسهیل‌کننده و برانگیزاننده به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر خلاقیت افراد اثر دارد.

کتابدار (۱۳۸۷) در تحقیقی تحت عنوان رابطهٔ بین سبک رهبری مدیران با خلاقیت و نوآوری سازمانی آنها در مدارس شهر ساوه، اعلام کرد بین سبک رهبری وظیفه‌مدار و خلاقیت آنان و نیز بین خلاقیت مدیران زن و مرد تفاوت معنی‌دار وجود ندارد ولی بین سبک رهبری ملاحظه‌مدار و خلاقیت آنان رابطهٔ معنی‌دار وجود دارد.

جانگ (۲۰۰۰) در تحقیقی تحت عنوان رهبری تحول‌گرا و عملکرد و تأثیر آنها بر خلاقیت در گروه، بر این نکته تأکید دارد که خلاقیت افراد تحت مدیریت تحول‌گرا به‌طور معنی‌داری بیش از خلاقیت افراد تحت مدیریت عملگرا است.

شین و زوها[1] (۲۰۰۷) در تحقیقی تحت عنوان اثبات خلاقیت رهبری تحول‌آفرین در کره که بر روی ۲۶۰ کارمند و سرپرستانشان از ۴۶ شرکت را بررسی کردند، به این نتایج رسیدند که کارمندان خلاقانه‌تر تحت نظر رهبری تحول‌آفرین هستند و رهبری تحول‌آفرین یک رابطهٔ مثبت با خلاقیت و نوآوری سازمانی دارد.

قاماس اوغلو وایلسو[2](۲۰۰۹) در تحقیقی تحت عنوان رهبری تحول‌آفرین، خلاقیت فردی و نوآوری سازمانی که رابطهٔ بین رهبری تحولی، خلاقیت فردی و نوآوری سازمانی را مورد بررسی قرار دادند، به این نتیجه رسیدند که رهبری تحول‌گرا از طریق توانمندسازی روانی، خلاقیت کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نتایج حاصل از مدل سلسله‌مراتبی خطی نشان داد که بین رهبری تحول‌گرا و خلاقیت کارکنان رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، تجزیه و تحلیل آزمون رگرسیون نشان داد که رهبری تحول‌گرا رابطهٔ مثبتی با نوآوری سازمانی دارد. همچنین، نتایج فرضیهٔ مربوط به اثرات مستقیم رهبری تحول‌گرا و خلاقیت در نوآوری سازمانی، با استفاده از آزمون رگرسیون که متغیر کنترل سن شرکت‌کنندگان بود نشان داد که این فرضیه تأیید می‌شود.

سرحدی (۱۳۸۹)، در تحقیقی تحت عنوان بررسی رابطهٔ مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی با میزان کارآفرینی سازمانی نشان داد که مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی از

1. zhou-shin
2. Gumusluoglu & Ilsev

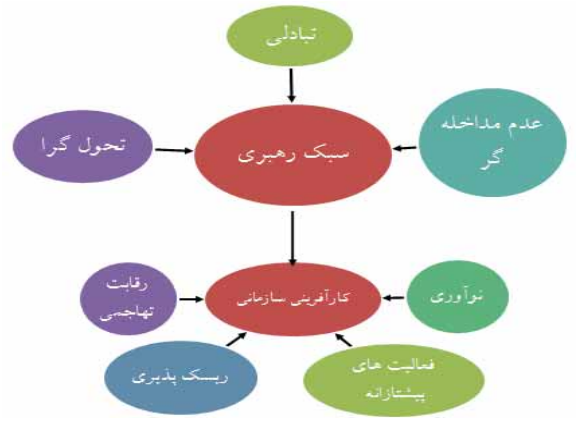
قبیل مهارت‌های شخصی، مدیریتی و فنی با میزان کارآفرینی سازمانی دارای رابطهٔ مثبت، مستقیم و معنادار هستند.

جابر انصاری و همکارانش (۱۳۸۹) در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی وضعیت توسعهٔ کارآفرینی سازمانی (مطالعهٔ موردی: شرکت خزرخرم بروجرد)، نشان دادند که از بین متغییرهای تحقیق و توسعه، فرهنگ سازمانی، تشویق و پاداش، سبک مدیریت، مدیریت تغییر، آموزش، استراتژی سازمان، نگرش بلندمدت و نوآوری میانگین متغییرهای نوآوری، مدیریت تغییر، سبک مدیریت و فرهنگ سازمانی کمتر از حد متوسط می‌باشد که نشان از ضعف سازمان در این زمینه‌هاست و بقیهٔ متغییرها بیشتر از حد متوسط است.

با توجه به موارد بیان‌شده، لزوم و اهمیت مطالعهٔ سبک‌های رهبری برای رشد افراد کارآفرین در سازمان‌ها مشخص می‌شود، زیرا سازمان‌ها از نظر ایجاد بستر مناسب برای کارآفرینی یکسان نیستند. گرایش به کارآفرینی بیانگر تمایل مشخص به کشف و پی‌گیری فرصت‌های ارزشمند و تبدیل آنها به کسب و کار جدید می‌باشد. بنابراین، از آنجایی که برای گرایش به کارآفرینی در سازمان‌ها بسترهای مناسب مورد نیاز است، مسألهٔ اصلی در این پژوهش این است که آیا بین سبک رهبری مدیران با کارآفرینی سازمانی شرکت آلومینیوم پارس رابطه وجود دارد؟ که سؤالات فرعی این تحقیق در راستای بررسی سؤال اصلی، شامل موارد زیر می‌باشد:

- سؤال اول: آیا بین سبک رهبری تحول‌گرا با کارآفرینی سازمانی شرکت آلومینیوم پارس ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال دوم: آیا بین سبک رهبری تبادلی با کارآفرینی سازمانی شرکت آلومینیوم پارس ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال سوم: آیا بین سبک رهبری عدم مداخله‌گر با کارآفرینی سازمانی شرکت آلومینیوم پارس ساوه رابطه وجود دارد؟

همچنین مدل مفهومی‌تحقیق مطابق شکل زیر می‌باشد:



شکل۱. مدل مفهومی تحقیق (محقق‌ساخته)

روش‌شناسی تحقیق

جامعهٔ آماری تحقیق، ۶۵۰ نفر از کارکنان شرکت آلومینیوم پارس ساوه می‌باشد که کلیهٔ پرسنل اعم از پرسنل ستادی و صفی را در بر می‌گیرد. این شرکت واقع در شهرک صنعتی کاوه در ۱۰ کیلومتری شهر ساوه، به‌عنوان بزرگترین تولیدکنندهٔ کویل، ورق و فویل آلومینیوم در کشور با استفاده از تجربهٔ موفق ۳۴ سال حضور در صنعت آلومینیوم کشور و با هدف مشتری‌مداری توانسته خود را به‌عنوان عاملی نقش‌آفرین در بازار داخلی و یک رقیب مهم در بازارهای خارجی مطرح کند.

با استفاده از جدول جسی و مورگان برای جامعهٔ ۶۵۰ نفری حجم نمونه‌ای معادل ۲۴۲ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده محاسبه گردید. روش مورد استفاده در این پژوهش بر حسب هدف از نوع کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی- همبستگی می‌باشد.

متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق که برگرفته از ادبیات تحقیق است، عبارتند از: سبک رهبری و کارآفرینی سازمانی. در این تحقیق از ابعاد سبک رهبری به بررسی رهبری تحول‌گرا، تبادلی و عدم مداخله‌گر می‌پردازیم. برای جمع‌آوری اطلاعات سبک رهبری از پرسش‌نامهٔ استاندارد ۳۶ سؤالی (بس-اولیو،۲۰۰۰) استفاده شد که دارای ۹ خرده‌مقیاس سبک رهبری است و به ارزیابی شاخص‌های رهبری تحول‌آفرین، تبادلی و عدم مداخله‌گر می‌پردازد. برای پاسخ به این پرسش‌نامه از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شد (شامل خیلی‌زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی‌کم می‌باشد).

در این تحقیق از ابعاد کارآفرینی سازمانی به بررسی نوآوری، ریسک‌پذیری، فعالیت‌های پیشتازانه و رقابت تهاجمی که برگرفته از مدل آکتان و بیولت (۲۰۰۸) است، می‌پردازیم. برای جمع‌آوری اطلاعات کارآفرینی سازمانی از پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته ۲۴ سؤالی با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد (شامل خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی‌کم می‌باشد).

به‌منظور اندازه‌گیری پایایی، یک نمونهٔ اولیه شامل ۴۰ پرسش‌نامه از پرسش‌نامه‌های سبک رهبری و کارآفرینی سازمانی پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به‌دست آمده از پرسش‌نامه‌ها و به‌کمک نرم‌افزار SPSS میزان پایایی با روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که عدد ۰/۹۲ برای پرسش‌نامهٔ سبک رهبری و عدد ۰/۸۶ برای پرسش‌نامهٔ کارآفرینی سازمانی به‌دست آمد، که این اعداد نشان‌دهندهٔ آن است که پرسش‌نامه‌های مورد استفاده، از پایایی لازم برخوردار می‌باشد. به‌منظور سنجش روایی سؤالات پرسش‌نامه‌ها از اعتبار محتوا (روایی صوری) استفاده شد، که بر این اساس پرسش‌نامه‌ها به رؤیت و تأیید کارشناسان و متخصصان مربوطه رسید.

جدول۱. سؤالات مربوط به هریک از مؤلفه‌های پرسش‌نامهٔ رهبری تحول‌آفرین، تبادلی و عدم مداخله‌گر

سبک‌های رهبری	مؤلفه‌های سبک‌های رهبری	شمارهٔ عبارات پرسش‌نامه
رهبری تحول‌آفرین	نفوذ آرمانی (صفات و رفتار)	۶،۱۰،۱۴،۱۸،۲۱،۲۳،۲۵،۳۴
	ترغیب‌ذهنی	۲،۸،۳۰،۳۲
	انگیزش الهام‌بخش	۹،۱۳،۲۶،۳۶
	ملاحضات فردی	۱۵،۱۹،۲۹،۳۱
رهبری تبادلی	پاداش مشروط	۱،۱۱،۱۶،۳۵
	مدیریت مبتنی بر استثنا فعال	۴،۲۲،۲۴،۲۷
	مدیریت مبتنی بر استثنا غیرفعال	۳،۱۲،۱۷،۲۰
رهبری عدم مداخله‌گر	رهبری عدم مداخله گر	۵،۷،۲۸،۳۳

یافته‌های پژوهش

❖ یافته‌های حاصل از ویژگی‌های دموگرافیک

در این پژوهش تمامی افراد شرکت‌کننده را مردان تشکیل می‌دهند که ۵۷ درصد از آنان مجرد هستند، و این در حالی است که تنها ۴۳ درصد از آنها متأهل می‌باشند. بیشترین گروه نمونه را کارکنانی تشکیل می‌دهند که دارای تحصیلات فوق‌دیپلم می‌باشند (یعنی ۵۴/۷ درصد)، در حالی که تحصیلات تنها ۳۱ درصد از آنها لیسانس است. این رقم در مورد کارکنان با سطح تحصیلات دیپلم و زیردیپلم به ۱۴/۳ درصد می‌رسد. گسترهٔ سن آزمودنی‌ها بین ۲۲ تا ۴۳ سال قرار دارد که بیشترین فراوانی مربوط به کارکنانی است که سن آنها ۳۱ سال می‌باشد. توزیع سنی افراد دارای میانگین ۳۳/۲۹ سال و انحراف استاندارد ۴/۱۷ می‌باشد. همچنین ۴۰/۸ در صد از کارکنان دارای سابقهٔ کاری بین ۱۰ تا ۲۰ سال می‌باشند، ۴۹/۷ در صد نیز دارای سابقهٔ کار زیر ۱۰ سال و بقیهٔ کارکنان که ۹/۵ درصد از آنان را تشکیل می‌دهند دارای سابقهٔ کار بالای ۱۰ سال هستند.

❖ بررسی نرمال بودن متغیرها

جدول۲. خلاصهٔ آزمون شاپیرو- ویلک (n=۲۴۲)

متغیرها	آماره ی آزمون	سطح معنی داری
تحول گرا	۰/۹۷۶	۰/۳۵
تبادلی	۰/۹۷۷	۰/۳۱
عدم مداخله‌گر	۰/۹۷۲	۰/۴۶
کارآفرینی سازمانی	۰/۹۷۶	۰/۱۸

جهت بررسی نرمال بودن شکل متغیرهای پژوهش، از آزمون شاپیرو-ویلک[1] استفاده شد. چنان که در جدول بالا ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون در همهٔ توزیع‌ها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، به‌عبارت دیگر نمرات افراد در همهٔ متغیرها از توزیع نرمال پیروی می‌کند.

1. Shapiro-Wilk

آزمون فرضیه‌ها

فرضیهٔ اول تا چهارم : همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید، فرضیهٔ اول تا چهارم که به بررسی ارتباط میان سبک رهبری (تحول‌گرا، تبادلی و عدم مداخله‌گر) با کارآفرینی سازمانی پرداخت، نشان داد که در سطح اطمینان ۹۹٪ بین سبک رهبری و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی رابطهٔ مستقیم، مثبت و معناداری وجود دارد، که میزان همبستگی در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۳. آزمون همبستگی بین سبک رهبری با کارآفرینی سازمانی

نام متغیر	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری	رابطهٔ معنی‌داری
سبک رهبری	./۵۸۷	./۰۰۵	وجود دارد
تحول‌گرا	./۵۸۰	./۰۰۶	وجود دارد
تبادلی	./۵۵۹	./۰۰۴	وجود دارد
عدم‌مداخله‌گر	./۵۴۶	./۰۰۲	وجود دارد

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی به‌عنوان مهم‌ترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، می‌تواند نقش بسیار ارزنده‌ای را در توسعهٔ جوامع جهان سومی ایفا نماید. مهم‌ترین اقدام برای توسعهٔ کارآفرینی در کشورهای جهان سوم آموزش آن در بین نیروهای جوان و تحصیل‌کردهٔ بخش آموزش عالی است. تغییر و تحولات دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعهٔ اقتصادی قرار داده است. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقهٔ درخشان کارآفرینان در توسعهٔ بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور ما ترویج، اشاعهٔ مفهوم کارآفرینی و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است.

ما از دورانی با ثبات به زمانه‌ای وارد شدیم که تغییرات آن سریع و در عین‌حال مبهم است. پیشرفت علوم و تکنولوژی سبب بروز تغییراتی در دنیای امروزی شده، تغییراتی که اگر سازمان‌ها خود را با آن وفق ندهند، چه بسا به ورطهٔ نابودی کشانده شوند. این تغییرات مستلزم این است که سازمان‌ها بیاموزند که چطور کارآفرین باشند. زیرا به مرور زمان، سازمان‌های غیرکارآفرین از دور خارج می‌شوند یا مجبور می‌شوند سیستم خود را اصلاح کنند.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که بین سبک رهبری به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی با کارآفرینی سازمانی ارتباط مستقیم و معناداری برقرار است و این بدان معناست که با بهبود کیفیت سبک رهبری، تمایل سازمان برای کارآفرین شدن افزایش می‌یابد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین سبک رهبری (تحول‌گرا، تبادلی و عدم مداخله‌گر) با کارآفرینی سازمانی ارتباط مستقیمی وجود دارد. مهم‌ترین نتایج این پژوهش که پس از مطالعهٔ عمیق و موشکافانهٔ ادبیات داخلی و خارجی در این حوزه و همچنین انجام مطالعات میدانی، در قالب موارد زیر می‌توان ارائه نمود:

با توجه به فرضیهٔ اول دریافتیم که میان سبک رهبری با کارآفرینی سازمانی رابطهٔ مثبت، مستقیم و معنادار وجود دارد که میزان این همبستگی ۵۸۷/. به‌دست آمد. همچنین، فرضیه‌های دوم و سوم و چهارم که عنوان می‌داشت میان رهبری تحول‌گرا، تبادلی و عدم مداخله‌گر با کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد، همگی تأیید شدند و ضرایب همبستگی در جدول ۳ قابل مشاهده است. همچنین، به‌منظور بررسی رابطهٔ همزمان سه بعد سبک رهبری با کارآفرینی سازمانی از رگرسیون چند متغیره استفاده شد و فقط بعد عدم مداخله‌گر را واردمدل کرده و سنجیدیم، زیرا با افزایش ابعاد دیگر مقدار مجذور ضریب همبستگی تغییری نمی‌کند .اما دیده می‌شود که با افزایش یک واحد در رهبری عدم مداخله‌گر،۲/۱ به کارآفرینی سازمانی افزوده می‌شود (رهبری عدم مداخله‌گر) ۲/۱- ۹۵/۸=(Y) کارآفرینی سازمانی پیش‌بینی شده) و چون مؤلفهٔ رهبری تحول‌آفرین و تبادلی و عدم مداخله‌گر به‌طور معنادار با هم رابطه دارند و همبسته هستند، پس ارتباطشان را به‌طور همزمان با کارآفرینی سازمانی، توسط معادلهٔ رگرسیون نمی‌شود سنجید. رهبری تحول‌آفرین و تبادلی به‌طور مستقل با کارآفرینی سازمانی رابطه داشتند اما با وارد کردن رهبری عدم مداخله‌گر در رگرسیون، نقش خود را از دست می‌دهند. نتایج این پژوهش با یافته‌های سلطان‌پناه و همکاران (۱۳۸۹)، ایرجی نقندر و پورجعفریان (۱۳۸۹)، جانگ (۲۰۰۰)، قاماس اوغلو وایلسو (۲۰۰۹) و جابر انصاری و همکارانش (۱۳۸۹) هم‌خوانی دارد.

پیشنهادات بر اساس یافته‌های پژوهش

- ✓ آموزش مدیران جهت شناخت سبک‌های مختلف رهبری به‌خصوص رهبری اقتضایی. چراکه هر سازمانی سبک رهبری خاص خود را نیاز دارد.
- ✓ در این شرکت پیشنهاد می‌شود، مدیران تحول‌آفرین شناسایی مورد حمایت و تشویق قرار بگیرند و از تجارب آن‌ها استفادهٔ لازم به‌عمل آید.
- ✓ مدیران به کارکنان تفویض اختیار کنند و آن‌ها را در انجام وظایفشان آزاد بگذارند.
- ✓ به‌منظور ارتقای بهره‌وری و شناسایی عوامل و دلایل عدم کارایی و اثربخشی، باید به مدیران آموزش‌ها و آگاهی‌های لازم و کافی داده شود تا سبک رهبری مناسب را برای سازمان خود انتخاب کنند.
- ✓ تعهد مدیریت عالی سازمان به کارآفرینی: مدیران عالی شرکت آلومینیوم پارس باید به مفهوم کارآفرینی به‌طور اعم و کارآفرینی سازمانی به‌طور اخص حساس باشند و آن را به‌عنوان یکی از عوامل عمده برای بقاء و رشد سازمان در نظر بگیرند.
- ✓ تشویق کارکنان به نوآوری و خلاقیت: هستهٔ اصلی کارآفرینی، نوآوری است و نوآوری در سازمان‌ها یک فرآیند پایین به بالا است. کارآفرینی سازمانی تنها وقتی به وقوع می‌پیوندد که کارکنان سطح پایین‌تر سازمان نوآوری داشته باشند. اما تنها وقتی که به کارکنان اختیار لازم داده شود و آنها تشویق شوند، نوآوری و کارآفرینی سازمانی امکان بروز خواهد یافت.
- ✓ به کارکنان اجازه دهید تا در تصمیمات مربوط به خویش شرکت کنند و نیز تا حد امکان به دانش سازمانی دسترسی داشته باشند. به جای تأکید سنتی بر کنترل افراد و

رفتارهای آنها با تعریف اهداف و روش‌ها، مدیر باید سازمان را به‌عنوان مجموعه‌ای انسانی تلقی کند که قادر است معانی متنوع نسبت به بروندادهای اطلاعات تولیدشده توسط نظام‌های مبتنی بر فناوری را فراهم کند.

- ✓ کارکنان نیاز دارند که تمرکز بیشتری بر روی رقبای خارجی به‌جای رقبای داخلی داشته باشند. چراکه در این‌صورت اتحاد و همکاری از طریق تشکیل گروه‌های عملکردی عرضی انجام می‌گیرد.
- ✓ پیشنهاد می‌شود از تمسک به دیدگاه‌ها و روش‌های سنتی کار پرهیزد گردد و این روش‌ها و طرز کارها به‌طور مداوم از چندین نظر ارزیابی شود تا با محیط بیرونی که به‌گونه‌ای پویا در حال تغییر می‌باشد، سازگار شود.
- ✓ سازمان خود را ملزم به تغییر و تحول در، قوانین، روش انجام کار، تغییر در محصولات و خدمات سازمان کنند و برای کاهش تنش ناشی از این تغییرات با آموزش و اطلاع‌رسانی افراد زمینهٔ لازم برای انجام این کار را فراهم کنند.
- ✓ از آنجا که اغلب فعالیت‌های سازمان انحصاری است از این‌رو توصیه می‌شود برای افزایش رقابت در سازمان، فعالیت در عرصهٔ خدمات و تولیدات در آن از حالت انحصاری خارج شود. در این زمینه بهتر است برخی از فعالیت‌های سازمان به دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف که در زمینه‌های مورد نظر طرح یا ایدهٔ جدیدی دارند واگذار شود.

منابع

ازگلی، محمد، (۱۳۸۳)، رهبری استراتژیک چشم‌انداز، تهران، انتشارات دانشگاه امام حسین.

امیرکبیری، علیرضا، (۱۳۸۴)، مفهوم و بالندگی رهبری تحول‌گرا و تبادل‌گرا، جزوهٔ منتشرنشده.

ایرجی نقندر، رامین و پورجعفریان، مریم (۱۳۸۹)، مقالهٔ بررسی ارتباط سبک رهبری مدیران با خلاقیت معلمان تربیت‌بدنی استان خراسان رضوی در سال ۱۳۸۸، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (۲۷ و ۲۸ بهمن ۸۹- شیراز).

تسلیمی. محمد، منوریان. عباس، آشنا، مصطفی (۱۳۸۵)، بررسی رابطهٔ بین سرمایهٔ اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شمارهٔ چهاردهم.

ثمری خلج، سمیرا، (۱۳۸۷)، ارتباط بین سبک رهبری مدیران و خلاقیت معلمان مدارس ابتدایی منطقهٔ ۶ تهران، پایان‌نامهٔ دانشگاه آزاد اسلامی ساوه.

جابر انصاری، محمد رضا،آراسته، احمد، عالم زاده، مهرداد، (۱۳۸۹)، مقالهٔ بررسی وضعیت توسعهٔ کارآفرینی سازمانی: (مورد مطالعه شرکت خزر خرم بروجرد: ۱۳۸۹)، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (۲۷ و ۲۸ بهمن ۸۹- شیراز).

حمیدی‌زاده ابرقویی، علی، (۱۳۸۷)، بررسی رابطهٔ سبک رهبری و هوش سازمانی در ادارات دولتی منتخب قم، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.

سرحدی، پیمان (۱۳۸۹)، مقالهٔ بررسی رابطهٔ مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی با میزان کارآفرینی سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (۲۷ و ۲۸ بهمن ۸۹- شیراز).

سنجقی، محمد ابراهیم، (۱۳۸۰)، تحلیلی بر ماهیت و ابعاد نظریهٔ رهبری تحول آفرین، فصل‌نامهٔ علمی و پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء، سال یازدهم، شمارهٔ ۳۷ و ۳۸.
صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۱)، سازمان‌های کارآفرین، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
کتابدار، زهرا (۱۳۸۷). رابطهٔ بین سبک رهبری مدیران با خلاقیت و نوآوری سازمانی آنها در مدارس شهر ساوه، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه.
قاسمی، شکوفه (۱۳۸۹). بررسی رابطهٔ سبک‌های رهبری با خودکارآمدی در کارکنان شعب بانک ملی استان البرز، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه.
مصدق راد، علی محمد (۱۳۸۴). بررسی رابطهٔ بین سبک‌های رهبری مدیران و کارایی بیمارستان‌های دانشگاهی شهر اصفهان. مجلهٔ دانشکدهٔ علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، سال هفدهم، شمارهٔ ۴.
محرم زاده، مهرداد، (۱۳۸۶)، بررسی و توصیف میزان انعطاف‌پذیری و اثربخشی سبک‌های رهبری مدیران کل تربیت بدنی استان‌ها و مدیران ورزشی دانشگاه‌ها، رسالهٔ دکتری، دانشکدهٔ تربیت بدنی دانشگاه تهران.
موغلی، علیرضا (۱۳۸۴)، رهبری تحول‌آفرین در سازمان‌های اداری ایران، رسالهٔ دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی.

Aktan, B., Bulut, C.(2008),Financial Performance Impacts of Corporate Entrepreneurship in Emerging Markets: A case of Turkey, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, available at: www.eurojournalsn.com.
Garavan, T. N. and O'Cinneide, B.(1994) Literature review of problems associated with entrepreneurship education and training programs. Journal of European Industrial Training 18(8), 3-12.
Gumusluoglu,L., Ilsey, A.(July 2009), Transformational leadership, creativity, and organizational innovation, Journal of Business Research 62.(2009). PP 461-473.
Jung D. I.(2000), Transformational and transactional leadership and their effects on creativity in groups. Creativity research Journal, 132.(2001). PP. 185-195.
Shin sj & zhou j.transformational leadershipconcervatin creativity evidence from korea. Academy of management journal 200746(6);703-14.
San Juan S. P.(1998). Team building: a leadership strategy. J Philipp Dent Assoc, 50(1):49-55
Cacioppe.R.(1997). leadership moment by moment by moment: leadership and organization development, jornal, Vol.18,No, pp335-345.
Nurthhouse, P.G,(2001).leadership theory and practice London : sage.
Robbins, S.P.(2005), Organizational Behavior: Concepts,Controversies Applications, 7th ed, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

تبیین جایگاه مهارت کارآفرینی در نظام آموزشی

علی تقی‌پور خلفلو[1]
سید سعید حسینی[2]

چکیده

امروزه در کشورهای درحال توسعه معضلاتی چون ازدیاد جمعیت، بیکاری و نیروی انسانی ناکارآمد و همچنین بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، نبود فرصت‌های شغلی و غیره، توسعه و آموزش و پرورش افراد کارآفرین را بیش از پیش ضروری می‌سازد. لذا، از نظام آموزشی انتظار می‌رود که برنامه‌ریزی آموزشی و درسی را طوری طراحی و تنظیم نماید که به موجب آن فارغ‌التحصیلان و ایجادکنندگان کسب و کارهای جدید پرورش یابند. و با توجه به اهمیت پرورش خصوصیات و ویژگی‌های مهارت کارآفرینی در مراکز و نهادهای آموزشی، گامی مؤثر و مفید در این امر برداشته شود، در این مقاله که با روش توصیفی- تحلیلی تدوین شده است، سعی شده است تا با ارائهٔ مفاهیم کارآفرینی و مهارت کارآفرین و سطوح مختلف آن و نیز ویژگی‌های افراد کارآفرین به تبیین جایگاه و سطوح آموزش مهارت کارآفرینی در نظام آموزشی بپردازیم.

واژگان کلیدی: مهارت کارآفرین، نظام آموزشی، آموزش کارآفرین.

۱. کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی تهران، Email:ali.taghipour1@yahoo.com
۲. کارشناسی ارشد رشتهٔ فقه و مبانی حقوق دانشگاه خوارزمی تهران، Email:hsaeends@yahoo.com

مقدمه

در عصر کنونی خلاقیت و نوآوری جایگاه ویژه‌ای در پیشرفت و توسعهٔ کشورها داشته و صاحب‌نظران اقتصادی آن را موتور توسعهٔ اقتصادی و کارآفرینان موفق را قهرمانان اقتصاد نوین یا سازندگان دنیای جدید قلمداد کرده‌اند، که با وجود ارزشمندی و پایان‌ناپذیری در اختیار همگان قرار دارد. جامعه‌ای که پیشرفت خود را متکی به قوهٔ تفکر و ابداع بداند موفق‌تر از جامعه‌ای است که وابسته به منابع مادی و طبیعی است. در برخی از کشورها به‌دلیل عدم وجود منابع مادی و طبیعی به نیروی خلاقیت و ابتکار و به عبارتی کارآفرینی روی آورده و طی چند دههٔ، خود را جزء کشورهای پیشرو قرار داده‌اند. به‌ویژه در عصر دانایی محور کنونی که تلفیق اندیشه و ابتکار همراه با تکنولوژی‌های پیشرفته موجبات ابداعات بی‌نظیر می‌گردد. توجه به افراد کارآفرین پیش از پیش اهمیت یافته است (سعیدی کیا، ۱۳۸۸). درکارآفرینی بحث از به‌کار گرفتن فکر، ابتکار، فرصت‌جویی و فرصت‌آفرینی مطرح می‌شود، اینها مباحثی است که برای عملی شدن در نظام آموزشی در کشور ما بایستی پیش از پیش مورد توجه مسئولین نظام آموزشی قرارگیرد. تا فراگیران در محیط‌های آموزشی با بهره‌گیری از آموزش‌های لازم، بتوانند به مهارت‌های کارآفرینی مجهز شوند. با توجه به سرعت تغییرات و تحولات کشورها می‌بایست توسعهٔ صنعتی و رشد اقتصادی خود را براساس نوآوری و خلاقیت شکل دهند. تغییرات و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصهٔ علمی و فنی و چالش‌های پی‌درپی نظام اقتصادی، اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی، افزایش فقر و بیکاری موجبات توجه عمیق‌تر سیاست‌گذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم نموده، بنابراین، نظام آموزشی کشور بایستی ضمن همسویی با دنیای کار و پیش‌بینی نیازهای اجتماعی، ظرفیت‌های کارآفرینی، ابتکار و خلاقیت را در نیروی انسانی توسعه دهد تا توان و امکان اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی فراهم شود. با توجه به این‌که یکی از مشکلات جامعه ما عدم توانمندسازی و اشتغال فارغ‌التحصیلان است و چون آموزش کارآفرینی می‌تواند بسیاری از مشکلات و بحران بیکاری را حل کند و باعث نوآوری در زمینه‌های متعدد گردد و در حالی که این امر در نظام آموزشی ما مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد در این مقاله ضمن پرداختن به این مسأله به بیان اهمیت و جایگاه آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال می‌پردازیم.

روش‌شناسی و نظری

روش‌شناسی: روش مورد استفاده در این پژوهش روش توصیفی تحلیلی می‌باشد.

پیشینهٔ کارآفرینی

در تعریف مفهوم کارآفرینی هر محقق با توجه به زمینهٔ تخصصی خود به آن موضوع نگریسته است. اقتصادانان بیشتر نقش‌های کاربردی کارآفرین را مورد توجه قرار داده‌اند و جامعه‌شناسان و روان‌شناسان ابعاد فرهنگی و اجتماعی تأثیرات محیط بر فرد و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را بررسی کرده‌اند. لذا، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است. واژهٔ کارآفرینی ترجمهٔ کلمهٔ فرانسوی «Entreprendre» به معنای متعهد شدن است که در زبان انگلیسی به آن «Entrepreneur»نیز گفته می‌شود. اصطلاح

کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که متعهد می‌شود، مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل می‌کند. همچنین در فرهنگ وبستر «Entrepreneur»این‌گونه تعریف شده است. کسی که سازمان می‌دهد، اداره می‌کند و مخاطرات بعدی یک سرمایه‌گذاری یا یک طرح را می‌پذیرد. اقتصادانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند و از قرن شانزدهم میلادی تاکنون تقریباً کلیهٔ مکاتب اقتصادی آن را مورد توجه قرار داده‌اند. ژوزف شومپیتر[1] کارآفرین را نیروی محرک اصلی در توسعهٔ کارآفرینی می‌داند و می‌گوید: نقش کارآفرین نوآوری است (شومپیتر، ۱۹۳۴). از دیدگاه وی ارائهٔ کالایی جدید، ارائهٔ روشی جدید در فرایند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت‌های کارآفرینان است (پالمر، ۱۹۸۷).

طی قرون متوالی کارآفرینی در صدر نظریه‌های اقتصادی مطرح بوده و از کارآفرینان به‌عنوان موتور توسعهٔ اقتصادی نام می‌بردند. اما از اواسط قرن بیستم اندیشهٔ بحث کارآفرینی در اندیشهٔ اقتصادی کم‌رنگ شد. عده‌ای منشاء کم‌رنگ شدن مبحث کارآفرینی را جایگزینی واژهٔ سرمایه‌داری به‌جای کارآفرینی توسط آدام اسمیت می‌دانند. برخی ایفای نقش کارآفرینی توسط دولت و عده‌ای استفاده از شیوه‌های آماری و ریاضی در تحلیل اقتصادی را دلیل این امر می‌دانند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۶). اخیراً با توجه به پایه‌گذاری مکتب جدید در تفکرات اقتصادی که براساس رفتار شناسی بنا نهاده شده است، مجددا به نقش کارآفرین در اندیشه‌های اقتصادی توجه بیشتری شده است. که باعث شده تا برای تحلیل کارآفرینی علاوه بر دیدگاه اقتصادی از مقوله‌های دیگری چون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت نیز استفاده شود. امروزه کارآفرینی از ابزار اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزاری کارآمد و مؤثر برای کاهش تعداد بیکاران محسوب می‌شود. کارآفرینی فرایند کسب سود از ترکیبات جدید، منحصر به فرد ارزشمند منابع موجود در محیط همراه با عدم قطعیت می‌باشد (شائمی‌برزکی و تیموری، ۱۳۸۵، ص۲۵۲).

مفهوم آموزش کارآفرینی

به خاطر عدم توافق و اجماع عمومی در زمینهٔ کارآفرینی، نوعی سردرگمی و اختلاف عقیده در زمینهٔ ادبیات و محدوده‌های آموزش کارآفرینی وجود دارد؛ به‌طوری‌که تفاسیر و تعاریف مختلفی از آموزش کارآفرینی ارائه شده است (اسکندری، ۱۳۸۵). در رابطه با واژهٔ آموزش کارآفرینی دو مفهوم ادبیات مشاهده می شود:

- آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه[2]: به دامنهٔ وسیعی از شایستگی‌ها و توانمندی‌ها جهت یادگیری کارآفرینانه تأکید دارد. در این آموزش، اعتقاد بر این است که با توجه به شرایط متغیر جامعهٔ جهانی و سرعت تغییرات، افراد بایستی یاد بگیرند که چگونه در سرتاسر زندگی به‌صورت کارآفرین رفتار کنند و لذا، دامنهٔ آن بسیار وسیع‌تر از صرفاً کسب و کار می‌باشد (کوریلسکی[3]،۲۰۰۴،گیب،۲۰۰۲).

1. schumpeter
2. Enterprise Education
1. Kourilsky

- آموزش کارآفرینی: تأکید بر ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و مهارت‌هایی دارد که افراد برای راه‌اندازی، رشد و مدیریت کسب و کار بایستی به آنها مجهز شوند (کوریلسکی، ۲۰۰۴، گیب، ۲۰۰۲).
- گیب (۲۰۰۲) بیان می‌کند که تفاوت اصلی میان دو مفهوم این است که آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه در معنای وسیع بر روی مهارت‌ها و توانمندی‌هایی تأکید دارد که در هر شرایط و محیطی کاربرد دارد، اما آموزش کارآفرینی عمدتاً بر روی مهارت‌های لازم جهت راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار تأکید دارد؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که در آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه بر روی ابعاد کسب و کار تمرکز نمی‌شود و مهارت‌هایی نظیر راه‌اندازی یک کسب و کار و مدیریت آن مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ در حالی که در آموزش کارآفرینی، بخش عمدهٔ تأکید آموزش بر روی این است که چگونه می‌توان آن یک کسب و کار مستقل را به‌صورت انفرادی و یا گروهی راه‌اندازی و مدیریت کرد.

ویژگی شخصیتی کارآفرینان

ویژگی شخصیتی تفاوت و تکرار رفتارهای انسان را توضیح می‌دهد و به فهم این مطلب کمک می‌کند که چرا در موقعیتی یکسان، انسان‌ها به شیوه‌های متفاوت رفتار می‌کنند. ویژگی شخصیتی افراد رفتارها و نیت‌های کارآفرینانه را توضیح می‌دهند. مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینی با روان‌رنجوری و وظیفه‌شناسی اندک، برون‌گرایی بالا رابطه دارد. همچنین، مطالعات دیگر ثابت کرده‌اند که کارآفرینان موفق نسبت به کارآفرینان ناموفق، حس وظیفه‌شناسی بیشتری دارند (Gartner, 1988).

کارلند[1] و همکارانش انواع ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی که بررسی شده و مورد تأیید قرار گرفته بودند، جمع‌آوری نمودند که اهم آن عبارتند از:

۱) نیاز به توفیق: نیاز به توفیق عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی است. امروزه این حقیقت ثابت شده است که با آموزش دادن می‌توان نیاز به توفیق را در افراد تقویت نمود.

۲) مرکز کنترل درونی: افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع بیرونی غیرقابل کنترل، سرنوشت آنها را تعیین می‌کنند در حالی که کارآفرینان به خود ایمان دارند و موفقیت و شکست را به سرنوشت، شانس یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند و خود را عامل اصلی موفقیت‌ها یا شکست‌ها می‌دانند.

۳) تمایل به مخاطره‌پذیری: هرچند عموماً کارآفرینان را عاشق مخاطره می‌دانند که ویژگی مشترک آنان مخاطره‌پذیری است، لیکن تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینان نوعاً چنین نیستند، بلکه او در اقدام به مخاطره بسیار حساب شده و با دقت عمل می‌کند و تمام تلاش خود را انجام می‌دهد تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهد.

۴) نیاز به استقلال: فرای[2] معتقد است که ویژگی بارز کارآفرین، سلطه‌جویی درونی و استقلال عمل اوست. سلطه‌جویی درونی بدین معنی است که فرد احساس کند، بر سرنوشت خویش حاکم است (فرای،۱۹۹۳).

---

2. Carland, j.w
1. Fry,f

۵) خلاقیت: خلاقیت، توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به خدمات یا محصولات جدیدی منجر شود. برای تعریفی دقیق از خلاقیت باید ابتدا جایگاه نوآوری مشخص شود. نوآوری در واقع ارائهٔ محصول، فرایند و خدمات جدید به بازار است. خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. خلاقیت و نوآوری از اجزای لاینفک کارآفرینی به‌شمار می‌روند. وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا نمود، کارآفرینی بدون آن وجود ندارد، همچنان که خلاقیت بدون نوآوری بی‌نتیجه است (علوی، حداد سبزوار، ۱۳۸۰).

سطوح آموزش کارآفرینی در نظام آموزشی

آموزش کارآفرینی یک فرایند یادگیری چندمرحله‌ای است حداقل در پنج مرحلهٔ متفاوت صورت می‌گیرد (بلاک،۲۰۰۲). آموزش‌های هریک از مراحل فرایند آموزش کارآفرینی ممکن است با فعالیت سایر دروس ترکیب شده یا به‌عنوان یک دورهٔ درسی مجزا تدریس شود (نیاروا[1] ، ۲۰۰۲). مراحل آموزش کارآفرینی به ترتیب سطح عبارتند از:

۱) سطح پایه: برانگیختن برای یادگیری بیشتر و درک فرصت‌های منحصر به فرد اقتصادی از نتایج مورد انتظار این سطح است.
۲) سطح پرورش شایستگی‌ها: سطح پرورش شایستگی‌ها به آموزش حرفه‌ای نیاز دارد (رضائیان، ۱۳۸۰).
۳) سطح کاربرد خلاق: این سطح در برگیرندهٔ کاربرد خلاق می‌باشد.
۴) سطح راه‌اندازی کسب و کار: هدف این مرحله راه‌اندازی یک کسب و کار توسط فراگیرانی که آموزش‌های لازم را در سه مرحله کسب نموده‌اند می‌باشد (تامه گو[2] ، ۲۰۰۳) بعد از کسب تجارب شغلی خاص و آموزش‌های لازم، به مساعدت‌های خاص مربیان خود لازم دارند تا تجارب مرتبط با شغلی را که دیده‌اند را بالفعل نمایند.
۵) سطح رشد و توسعه: دوره‌ها و گردهمایی‌های مستمر علمی- آموزشی می‌تواند در ارتقاء توانایی‌های کسب و کار افراد و شناخت مشکلات بالقوه و چگونگی برخورد با آنها مؤثر باشد.

هدف‌های آموزش کارآفرینی

برنامه‌های آموزش کارآفرینی، اهداف مختلفی دارند. از اهداف خاص و قابل ارزیابی آنها می‌توان میزان یادگیری دانشجویان (همچون آزمون عملکرد)، رضایت دانشجو از واحد درسی و اهداف کلی مانند اکتساب مهارت‌ها در استفاده از فنون مختلف و تحلیل‌هایی را که موجب بهبود قضاوت صحیح فرد به‌عنوان یک کارآفرین می‌شود نام برد (احمدپور داریانی،۱۳۸۶). هدف‌های دیگر آموزش کارآفرینی را می‌توان به ترتیب زیر برشمرد:

کسب دانش مربوط به کارآفرینی: دانش بسیاری را می‌توان از طریق آموزش کارآفرینی در زمینه‌هایی چون تعریف کارآفرین، کارآفرینی، تاریخچهٔ کارآفرینی، ویژگی‌های افراد

2. Nyarwa
3. Tomecko

کارآفرین، سیر تئوریک مباحث کارآفرینی، مزایای کارآفرینی و زندگی‌نامهٔ کارآفرینان بزرگ کسب کرد (جزنی،۱۳۸۷).

- حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره‌وری: با توجه به اینکه دیگر اشتغال‌زایی کشاورزی کم شده و از سوی دیگر فراگیری و ورود به کارهای سودآور نیز برای همه میسر نیست، به‌نظر می رسد آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای حل مشکلات اشتغال و بهره‌وری است. در این زمینه افراد بسیاری که در نقاط جغرافیایی متعددی پراکنده هستند، باید آموزش ببینند که این کار به‌طور معمول از طریق اینترنت، آموزش مجازی و از راه دور و توسط مؤسسه‌های کارآفرینی صورت می‌گیرد. برای مثال، مؤسسهٔ اینگ نو در سال ۱۹۸۵ در هند تأسیس شد و آموزش دروس مربوط به کارآفرینی و مدیریت مؤسسه‌های کوچک نیز برعهدهٔ یکی از کمیته‌های آن قرارگرفت.
- شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه: ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه نیازمند شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های آن است. این هدف به‌طور عمده در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی، ترویجی و آموزشی پیگیری می‌شود.
- هیلز (۱۹۹۸) با مطالعه روی مربیان دانشگاهی که کارآفرینی را تدریس می‌کنند، اهداف آموزش کارآفرینی را افزایش آگاهی و درک فرآیند شروع و راه‌اندازی کسب و کار جدید، توسعهٔ یک مسیر شغلی، درک روابط میان رشته‌های دانشگاهی و افزایش و تقویت مهارت‌های کارآفرینانه می‌داند. هدف اصلی در آموزش کارآفرینی از دیدگاه هیلز، پرورش و توسعهٔ افراد کارآفرین و پرورش افراد متکی بر خود از طریق فرآیند یادگیری بیان شده است. همچنین باید به این مسئلهٔ مهم توجه داشت که لازم است برای دانشجویان مزایا و مضرات تصمیم‌گیری دربارهٔ مسیر شغلی، استراتژی‌های آمادگی و زمان ورود به شغل را مشخص نمود. علاوه بر آن باید مهارت‌های تحلیلی شاگردان را با استفاده از مفاهیم و ابزارها و روش‌های جدید، پرورش و توسعه داد و حساسیت آنان را نسبت به شناسایی فرصت‌های کسب و کار بیشتر نمود و اعتماد به نفس را در آنها بالا برد، به‌طوری‌که با پتانسیل بالایی در کسب و کار تلاش نمایند. اگر آموزش به این نحو صورت پذیرد، ضمن ارتقای فرهنگ کارآفرینی بین دانشجویان، توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و رفاه را نیز به دنبال خواهد داشت (scotte tel,2008).

انواع برنامه‌های آموزش کارآفرینی

جمیسون[1] (۱۹۸۴) برای سازمان‌دهی آموزش کارآفرینی چارچوبی ارائه نموده است. در چارچوب وی آموزش کارآفرینی در سه دسته، تقسیم‌بندی شده است. دسته‌بندی نخست به آموزش دربارهٔ شرکت اختصاص دارد. این دسته‌بندی با آگاهی دربارهٔ ایجاد شرکت، جنبه‌های مختلف شروع و ادارهٔ شرکت و عمدتاً هم از دیدگاه تئوریکی، همراه است. در واقع، این دسته‌بندی تلاش می‌کند تا مهارت‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های متناسب با شروع، مالکیت، مدیریت یا کار کردن در یک شرکت تجاری موفق را تقویت نماید. دسته‌بندی دوم، آموزش برای شرکت است و بیشتر با آمادگی الهام بخشیدن به کارآفرینان برای مسیر پیشرفتی است

1. Jamieson

که به خوداشتغالی فرد در ایجاد و ادارهٔ کسب و کارش ختم شود، همراه است. در این دسته‌بندی به افراد، مهارت‌های علمی مورد نیاز برای ایجاد و مدیریت کسب و کار کوچک و نحوهٔ تهیهٔ برنامهٔ کسب و کار آموزش داده می‌شود. دسته‌بندی سوم، آموزش در شرکت است و عمدتاً با کارآموزی مدیریت برای کارآفرینانی که کسب و کارشان را راه‌اندازی کرده‌اند، همراه است. در این دسته‌بندی تلاش می‌شود تا آموزش‌هایی ارائه شود که کارآفرینان بتوانند مراحل رشد و بهبود کسب و کارشان را طی کنند (هنری،۲۰۰۵، ص۱۰۲).

دسته‌بندی دیگر برنامهٔ آموزش کارآفرینی را شامل مراحل زیر می‌داند:

- دستهٔ اول برنامه‌هایی برای «آگاهی و جهت‌گیری» به سوی کارآفرینی است. هدف از این دوره‌ها، افزایش آگاهی، درک و بینش نسبت به کارآفرینی به‌عنوان یک انتخاب شغلی برای تمامی اقشار اجتماع است. این برنامه‌ها در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه تدریس می‌شود تا انگیزه و تمایل دانش‌آموزان را برای کارآفرین شدن افزایش دهد.
- دستهٔ دوم شامل برنامه‌های آموزشی است که «توسعه و تأسیس شرکت‌ها» را پوش می‌دهد. این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند.
- دستهٔ سوم برنامه‌هایی است که برای «رشد و بقای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک» طراحی شده است که شرکت‌های کوچک موجود را پوشش می‌دهد. واقعیت آن است که این گروه از شرکت‌ها در هر کشوری باید مورد توجه قرار گیرند.
- دستهٔ چهارم برنامهٔ «توسعه آموزش کارآفرینی» است که شامل شیوه‌های جدید آموزشی و تعیین نقش‌های نوین دانشجو و استاد در فرآیند آموزش کارآفرینی است. هدف دیگر این برنامه‌ها آموزش و گسترش کمّی استادان جدید از میان صنعتگران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است (احمدپورداریانی، مقیمی،۱۳۸۰).

راهکارهای بهبود برنامهٔ آموزش کارآفرینی در کشور

- تشویق افراد به مطالعات بیشتر در زمینهٔ کارآفرینی.
- نیازسنجی آموزشی با توجه به نیاز مقاطع تحصیلی و رشته‌های تحصیلی، تدوین اهداف آموزشی، تعیین استانداردها و معیارها، انتخاب محتوا و سازماندهی، تعیین روش‌های آموزشی.
- ایجاد روحیهٔ کارآفرینی، استفاده از کارآفرینی بومی و فرهنگی در نظام آموزش عالی (براتلو،۱۳۸۶).
- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینهٔ کارآفرینی.
- ایجاد مرکزی در دانشگاه و مراکز آموزشی با عنوان «خانهٔ ارتباط با صنعت و بازار» این خانه می‌تواند با ایجاد ارتباط بین دانش‌آموختگان و دانشجویان کارآفرین و خلاق و ارائهٔ ایده‌ها طرح‌های آنان به بخش صنعت و بازار و همچنین آگاهی دانشجویان از خواسته‌های کارفرمایان اقدام کند.
- ترویج دانشگاه‌های علمی- کاربردی.
- همگرایی و رابطهٔ نزدیکتر بین تحقیقات بنیادی و کاربردی. یعنی تأکید بر فرایندی که دانش به سرمایه، پول و توسعهٔ صنعتی و عوامل تولید کارآفرینی و اشتغال و هم دینداری تقویت خواهدکرد (سعیدی کیا، ۱۳۸۰).

- ایجاد تسهیلات بانکی و اقتصادی برای دانشجویان کارآفرین: تخصیص منابع مالی به نظام آموزش عالی به‌خصوص در زمینهٔ کارآفرینی و انجام پژوهش‌ها.

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر کنونی با توجه به سرعت تغییرات و تحولاتی که روز به روز شدت می‌یابد، پیشرفت جوامع به انسان‌های سازنده و خلاق وابسته است و زمانی یک جامعه خواهد توانست رشد و توسعه پیدا کند که نیروهای خلاق در جامعه تربیت شوند. بنابراین، با اهمیت دادن به آموزش کارآفرینی و توجه جدی به نسل جوان و بالفعل ساختن استعداد و ظرفیت‌های نامحدود نهفتهٔ آنان، می‌توان زمینهٔ پیشرفت جوامع را فراهم کرده و نقاط ضعف را از میان برداشت و در نتیجه توسعهٔ اقتصادی کشور را ممکن ساخت. با توجه به اهمیت آموزش کارآفرینی و اینکه باید پرورش کارآفرینان در کشور در نظام آموزش و پرورش پایه‌گذاری گردد و به دانشگاه‌ها و سایر مراکز آموزش راه یابد، این مهم بدون ایفای نقش فعالانه در نظام آموزشی محقق نخواهد شد. کارآفرینی فرایندی است که از طریق آن مراکز آموزشی و دانشگاها می‌توانند با تبدیل علم و دانش به کسب و کار و پول هم بر منابع مالی خود بیفزاید و هم سهم ارزنده‌ای در توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی داشته باشند. همچنین، نظام آموزشی از طریق کارآفرینی و آموزش آن می‌توانند با جامعه و صنعت ارتباط عمیق برقرار کنند و چون در شرایط فعلی توانمندساختن و اشتغال فارغ‌التحصیلان یکی از مشکلات اصلی کشور می‌باشد، با شناسایی عوامل مرتبط با این مشکلات می‌توان زمینهٔ اشتغال دانش‌آموختگان را فراهم کرد. لازم به ذکر است که توجه صرف به کارآفرینی و کارآفرینان باعث کاهش بیکاری و افزایش خوداشتغالی میان نسل جوان نمی‌شود. بلکه با برنامه‌ریزی و آموزش صحیح کارآفرینی است که می‌تواند بستری مناسب را فراهم کرده، و بیکاری را از جامعه ریشه‌کن و توسعه و پیشرفت جوامع را سبب شد. پس در این برهه از زمان ما در شرایطی هستیم که شکاف بین آنچه که فکر و تصور می‌کنیم و آنچه واقعاً هست از بین رفتنی نیست. آینده از آن کسانی است که امروز به فکر آن هستند و برای رسیدن به آیندهٔ ایده‌آل برنامه‌ریزی و تلاش می‌کنند. امروزه ما باید با تلاش و عملی‌کردن برنامهٔ کارآفرینی و آموزش افراد در این زمینه و با ایجاد اشتغال و نوآوری در زمینه‌های متعدد زمینهٔ پیشرفت و توسعهٔ کشور را فراهم کرده و به جایگاه و نقش واقعی خود برسیم.

در پایان چند پیشنهاد جهت مهارت‌آموزی و اشتغال‌زایی توصیه می‌گردد: لازم است در برنامه‌های آموزشی مراکز کارآفرینی و دانشگاه‌ها تجدید نظر شود، رویکرد بین رشته‌ای در الگوی آموزش کارآفرینی دانشگاه‌ها اتخاذ شود و درس آموزش کارآفرینی در دروس عمومی یا اصلی دانشگاه‌ها قرار داده شود. نظام آموزش عالی در برنامه‌های آموزش کارآفرینی برای افزایش کارایی و اثربخشی باید به ایجاد تغییرات در موارد ذیل توجه کند: ۱. توجه به محتوا در برنامهٔ درسی آموزش کارآفرینی. ۲. توجه به راهبردهای یادگیری در برنامهٔ درسی آموزش کارآفرینی. ۳. توجه به شیوهٔ مدیریت در برنامهٔ درسی آموزش کارآفرینی.

منابع

احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۸۶). کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). انتشارات پردیس، تهران.

اسکندری، ف. (۱۳۸۵). بررسی و تبیین راه‌کارهای توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. رسالهٔ دکترا، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران.

احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمّد. (۱۳۸۰). نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک، مجلهٔ تدبیر، شمارهٔ ۱۱۳، صص۲۷-۲۲.

براتلو، فاطمه (۱۳۸۶).کارآفرینی فرهنگی، پیام‌هایی برای بومی‌سازی. ماه‌نامهٔ اطلاعات، سال بیست و یکم، شمارهٔ نهم و دهم، خرداد و تیر.

جزنی، جمال. (۱۳۸۷). فرهنگ کارآفرینی سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، تهران.

رضائیان، علی. (۱۳۸۸). مبانی سازمان و مدیریت چاپ سیزدهم، تهران سمت.

سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۵). اصول و مبانی کارآفرینی، تهران. انتشارات کیا.

شائمی‌برزکی، علی، تیموری، هادی. (۱۳۸۵). رابطه کارآفرینی و نوآوری در سطح خرد و کلان؛ مجموعه مقالات نخستین کنفرانس ملی مدیریت تحول، اصفهان، دانشگاه اصفهان.

علوی، سید ابولفضل، حداد سبزوار، محسن. (۱۳۸۰). خلاقیت و نوآوری در دانشگاه‌ها، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی تحقیقاتی کشور، مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.

Blake, M. (2002). "Entrepreneurship: Theory and Practice". Academy of Management Review, No. 15, PP. 5-20.

Fry, f. (1993). Entrepreneurship: A Planning Approach, Englewood Cliffs NJ, Prentice-Hall.

Gibb, A. (2002). Crating conductive environments for learning and entrepreneurship. Industry
and higher education. Pp 135-148.

Gartner, WB (19988).Who is an entrepreneur? is the wrong question American - journal of small business.vol.12.pp 11-13.

Henry ،Colette; Hill ،Frances ،and Leitch ،Claire ،(2005) ،
"Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I" ،Education & Training journal ،Vol. 47 ،No.2 ،PP.98-111.

Kourilsky, M. (2004). Entrepreneurship education: opportunity in search of curriculum. Business education forum.

palmer, m.(1987). The application of psychological testing to entrepreneurial potential, Inc-Baumback, &J. mancuso(eds), Entrepreneurship and venture management n.J., prentice-Hall, Inc.

Schumpeter.J.(1934).the theory of Economic Development. nline ge: Harvard universitypress.

Scott, A. J., Denslow, D., Janssen, F., Knyphausen, D. Z. (2008). Teaching international entrepreneurship through student exchange: Observations, obstacles and recommendations. Journal of Entrepreneurship Education, annual, onlin format, 11(5), 1-14.

Tomecko, J. (2003). "Entrepreneurship Training for Enterprise Growth".GTZ Laos.

تبیین نقش مهارت‌آموزان صنایع دستی در ایجاد اشتغال و کارآفرینی کشور

قاسم رحیمی[1]

چکیده

موضوع مقاله عبارت است از، تبیین نقش مهارت‌آموزان صنایع دستی در ایجاد اشتغال و کارآفرینی کشور. در این مقاله علاوه بر تشریح اهمیت مهارت‌آموزی و نقش آن دراشتغال‌زایی، ضرورت توجه به نقش مهارت‌آموزان در کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است. زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین، به‌ویژه در محیط‌های آموزشی باشد، از محرک‌های تجاری، اقتصادی، اجتماعی و... قوی‌تری برخوردار است. چراکه ضمن ایفای نقش در تولید علم و دانش، نقش عظیمی در توسعه و نوآوری تکنولوژی کشور ایفا می‌کند. اهداف این مقاله در چهار بخش ذیل مورد مطالعه واقع شده است. بخش اول: مروری بر مفاهیم صنایع دستی و نقش مهارت‌آموزان صنایع دستی در توسعهٔ اقتصادی، فرهنگی و... کشور. بخش دوم: خلاقیت و نوع‌آوری مهارت‌آموزان در رشته‌های صنایع‌دستی برای ایجاد اشتغال پایدار. بخش سوم: تعاریف کارآفرینی و الزامات و چالش‌های پیش‌روی کارآفرینان. بخش چهارم: بررسی ویژگی‌های بارز کارآفرینان و زمینه‌های شغلی متعدد رشته‌های صنایع‌دستی به‌عنوان عاملی برای توسعهٔ اشتغال. نوع پژوهش توصیفی می‌باشد و روش تحقیق کتابخانه‌ای و مرور و بررسی تازه‌ترین مقالات موجود در زمینهٔ فوق و برخورداری از تجربیات مفید در عرصهٔ فعالیت در صنایع‌دستی می‌باشد، که برای جمع‌آوری این اطلاعات از ابزار گردآوری اطلاعات فیش‌برداری استفاده شده است. لذا، نتیجه بررسی فوق در پایان نوشتار با ارائهٔ راهکارهایی برای رشد و توسعهٔ صنایع دستی وایجاد اشتغال پایدار در این زمینه به پایان رسیده است.

واژگان کلیدی: مهارت‌آموزی، صنایع دستی، کارآفرینی، اشتغال.

---

۱. رئیس ادارهٔ آموزش، پژوهش و برنامه‌ریزی ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان اردبیل،
Email:Amozesh.artvto@yahoo.com

مقدمه

طی نیم قرن گذشته، صنایع‌دستی به‌عنوان یکی از زمینه‌های فعالیت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جوامع مختلف، عامل بسیار مؤثری در توسعهٔ همه‌جانبهٔ کشورهای در حال رشد شناخته شده است. این تلاش‌ها هم در سطح ملی و هم در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی شاهد این مدعاست که صنایع دستی در راستای ایجاد اشتغال و کارآفرینی نقش به‌سزایی را دارد. مؤسسات و آموزش‌های مهارت‌آموزی از جمله مراکز فنی و حرفه‌ای و صنایع‌دستی از جمله مؤسساتی هستند، که به سبب انعطاف‌پذیری نشأت گرفته از تأثیرات و نیازمندی‌های بازارکار و اوضاع اقتصادی کشور و نیز به دلیل آموزش و ایجاد مهارت‌های لازم در افرد برای توانایی در احراز مشاغل نقش به‌سزایی در اشتغال دارد. این آموزش‌ها هم مهارت‌های خاص مورد نیاز صنعت و هم مهارت‌های عمومی بازار کار را فراهم می‌سازد و همچنین برای شاغلینی که به دلیل تغییرات تکنولوژی دچار کاهش کارآیی می‌شوند، امکان به‌روز شدن و تکمیل مهارت را فراهم می‌کند. لذا، به این نوع آموزش‌ها به‌عنوان ابزاری برای مقابله با بیکاری بالأخص بیکاری ساختاری که ناشی از تغییرات در اقتصاد جهانی است، نگریسته می‌شود. در واقع خصیصهٔ این آموزش‌ها، نوعی پرورش «کارآفرین» است، به این معنی که افراد پس از کسب مهارت و تخصص دانش فنی، قادر خواهند بود که فرصت‌های شغلی مناسبی را به‌دست آورند و یا در نهایت فرصت شغلی ایجاد نمایند. چرا که از طریق دانش‌افزایی، باعث افزایش فرصت‌های بازار شده و سطح تقاضای کارآفرینی را ارتقاء بخشد.

مروری بر مفاهیم صنایع دستی و نقش آن در توسعهٔ اقتصادی، فرهنگی و ... کشور

❖ تعاریف صنایع دستی

تعاریف گوناگونی تا کنون برای صنایع‌دستی ذکر گردیده که به دو مورد از تعاریف بومی‌شده در زیر اشاره شده است:

- صنایع‌دستی به آن رشته از صنایع اطلاق می‌شود که تمام یا قسمتی از مراحل ساخت فراورده‌های آن با دست انجام گرفته و در چهارچوب فرهنگ و منش‌های فلسفی و ذوق و هنر انسان‌های هر منطقه با توجه به میراث‌های قومی آنها ساخته و پرداخته می‌شود.
- صنایع‌دستی به مجموعه‌ای«هنر-صنعت»ها اطلاق می‌شود که اغلب با استفاده از مواد اولیه بومی و انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید، به‌کمک دست و ابزاردستی موجب تهیه و ساخت محصولاتی می‌شود که در هر واحد آن، ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به‌نحوی تجلی یافته و همین عامل وجه تمایز اصلی این‌گونه محصول‌ها از مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه‌ای است (سلیمان نوری، ۱۳۸۹).

وجه اجتماعی، اقتصادی صنایع دستی

از این وجه می‌توان به کاربرد اجتماعی صنایع دستی اشاره کرد که ضرورت اجتماعی آن در حضور ملی ملت ما در جهان تک ساحتی شده در سایهٔ قدرت‌های سیاسی و اقتصادی جهان دید و نیز در حاضر شدن حافظهٔ قومی ما، در زندگی روزمره اجتماعی و اتصال انسان امروزه

به امر تاریخی خود؛ که انسان به تعبیری خود امر تاریخی است. نیز خود آگاه کردن حضور ملی در جامعه و ایجاد شناسنامه‌ای که خود بازدارندهٔ اغتشاش اخلاقی و آیینی جامعه است از این‌وجه صنایع دستی ما رسانه‌ای است که به دائم در روزمره پیام فرهنگ ما را در مفهوم آیینی متالهٔ خود اشاعه می‌دهد.

- اقتصاد خرد کارگاهی در صنایع دستی، بی‌ارتباطی مکانیکی مراکز بزرگ صنعتی را می‌توان جبران کرد و رابطهٔ انسانی بین کارگزاری وجوه مختلف تولید را فراهم آورد؛
- در برابر صنایع و اقتصاد کلان که اکنون اقتصاد خرد را به حوزهٔ کشورهای در حال رشد رانده و خود در پی تولید بازار است. بازار گسترده‌ای از برای تولید صنایع دستی بازگشوده و به ساز و کار گسترش یابنده‌ای از صادرات می‌توان دست یازید (اصلانی، ۱۳۸۸).

خلاقیت و نوآوری

❖ خلاقیت

دانشمندان خلاقیت را با تعابیر متعدد و متنوعی تعریف کرده‌اند؛ به‌طوری‌که گاهی هر تعریف فقط بیانگر یک بعد از ابعاد مهم فراگرد خلاقیت است؛ برای مثال، هربرت فوکس معتقد است که «فراگرد خلاقیت عبارت است از هر نوع فراگرد تفکری که مسأله‌ای را به‌طور مفید و بدیع حل کند»؛ همچنین به اعتقاد جرج سیدل، «توانایی ربط دادن و وصل کردن موضوع‌ها، صرف‌نظر از اینکه در چه حوزه یا زمینه‌ای انجام گیرد، از مبانی بهره‌گیری خلاق از ذهن است». اریک فروم نیز معتقد است که «خلاقیت، توانایی دیدن (آگاه شدن) و پاسخ دادن است».

❖ نوآوری مهارت‌آموزان در سازمان‌های یادگیرنده

سازمان‌های یادگیرنده، سازمان‌های مناسب برای عصر حاضرند. سازمان‌هایی که با بهره‌گیری از فضایل، هنرها، ارزش‌ها و توانایی‌های افراد خود و براساس درس‌هایی که با تجربه می‌آموزند، به‌طور مستمر تغییر کنند و عملکرد خود را بهبود بخشد. در این عصر، شعار اصلی «خلاقیت و نوآوری» است. اگر سازمان‌ها و مدیرانشان بخواهند به حیات خود ادامه دهند و در بلندمدت کامیاب باشند و به‌طور مستمر خود را با وضعیت‌های جدید تطبیق دهند.

❖ کارآفرینی به‌طور معمول شامل چهار گام می‌باشد که در این‌جا به طور خلاصه توضیح داده می‌شوند:

گام اول) خلاقیت یا ایده‌یابی کارآفرین

- پایه و اساس هر نوع کارآفرینی، یک فکر جدید یا راه‌حل نو برای رفع یک نیاز می‌باشد. از این‌رو، اولین گام برای اقدام به فعالیت کارآفرینی، «ایده‌یابی یا طرح‌یابی کارآفرینی» است. این گام، مرحله‌ای خلاق و اکتشافی است که در طی آن، نیاز جامعه شناسایی می‌شود و به‌عنوان یک مسأله، با خلاقیت، راه‌حل آن تعیین می‌گردد. این نیاز می‌تواند نیاز فردی (نیاز ورزشی، بهداشتی، درمانی، تفریحی و ...) و یا نیاز یک سازمان (نیاز یک واحد تولیدی و صنعتی یا نیاز یک مرکزآموزشی) باشد.

گام دوم) نوآوری یا تحقق بخشیدن به فکر خلاق

- در این مرحله بایستی به فکر خلاق یا ایدهٔ کار آفرینی، عینیت و وجود خارجی بخشید. اگر کسی از میان فکرهای خلأ، پاسخ‌هایی برای رفع نیاز در یک موضوع خاص، انتخاب کرده (در فاز خلاقیت)، در این مرحله باید آنها را عملی کند. برای نمونه اگر فکر اختراع «ویلچری» که بتواند از پله، پایین و بالا برود و یا فکر اختراع یک ابزار کنترل‌کنندهٔ عصبانیت، ایجاد شده باشد، پس از اولویت‌بندی و انتخاب، بایستی فرد امکان تحقق و اجرایی شدن ساخت وسیلهٔ مورد نظر را بررسی کند و در صورت امکان‌پذیر بودن، در خصوص ساخت یک نمونه از آن اقدام نماید و مورد تحلیل قرار دهد.

گام سوم) طراحی یا برنامه‌ریزی کارآفرینی

- در صورت انتخاب نهایی موضوع فعالیت کارآفرینی، یعنی تعیین شدن ارائهٔ محصول یا خدمت خاص، برای عرضهٔ عمومی و ارائهٔ به بازار مصرف، لازم است طرح و برنامهٔ کارآفرینی شامل اطلاعات ضروری و مهمی مانند طرح و برنامهٔ تولید، سازمان‌دهی مالی، بازاریابی و نیروی انسانی و... می‌باشد و در واقع پاسخ‌گویی سه سؤال اساسی است: «اکنون کجا هستیم؟ کجا می‌خواهیم برویم؟ و چگونه می‌خواهیم برویم؟»

گام چهارم) اقدام یا مدیریت خلاقانه

- مدیریت خلاق و کارآفرینانه شامل فعالیت‌های مختلف مدیریتی مانند مدیریت استراتژیک، مدیریت اجرایی، مدیریت تولید، مدیریت تبلیغات و بازاریابی و مدیریت نیروی انسانی می‌باشد و در همهٔ آن‌ها نیز همواره از خلاقیت و حل خلاق مسأله استفاده می‌شود (رضائیان، ۱۳۸۰).

تعریف کارآفرینی و الزامات و چالش‌های پیش‌روی کارآفرینان

❖ مفاهیم کارآفرینی و کارآفرین

تعاریف کارآفرینی

از ابتدای طرح واژهٔ کارآفرین در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از آن براساس دیدگاه‌های گوناگون ارائه شده است که عمده‌ترین آنها عبارتند از:

- کارآفرینی از طریق فردی است که به‌طور عمده به‌منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را ایجاد می‌کند که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت استراتژیک است، ایجاد می‌شود.
- کارآفرین فردی دارای ایده و نظری نو و جدید است که از طریق فرایند تأسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعهٔ خود معرفی می‌کند (فیضی و همکاران، ۱۳۸۲).
- کارآفرینی مقوله‌ای علمی و دارای ابعاد روان‌شناختی، مدیریتی و جامعه‌شناسی است. کارآفرینی در حقیقت فرآیندی است که امکان مواجهه را با ریسک فراهم می‌آورد و کارآفرین به فردی گفته می‌شود که در مقابل سرمایه‌گذاری در یک فعالیت اقتصادی انواع ریسک‌های مختلف را قبول نموده و به آن متعهد می‌گردد و نیز فردی است که دارای قدرت خلاقیت و نوآوری است. در صنایع دستی با توجه به حجم کم سرمایه‌گذاری مقولهٔ ریسک چندان اساسی نبوده ولی نوآوری و خلاقیت از اهمیت بالایی برخوردار است.

صنایع دستی می‌تواند ارتباط مستحکم بین نیروهای فنی و مهندسی از یک سو و نیروهای هنری را از سوی دیگر فراهم نماید (احمدپور، ۱۳۷۷).

بررسی ویژگی‌های بارز کارآفرینی و زمینه‌های شغلی متعدد رشته‌های صنایع دستی به عنوان عاملی برای توسعه اشتغال

❖ ویژگی‌های خاص کارآفرینان

- ابتکار عمل: کارآفرین ابتکار عمل را در فراهم نمودن تمام منابع اقتصادی برای ارائهٔ محصول یا خدمت به امید کسب و کار سودآور به دست می‌گیرد.
- قدرت تصمیم‌گیری: کارآفرینی، در مورد سیاست‌های اساسی برای کار، تصمیماتی اتخاذ می‌کند که به این وسیله جریان کاری تعیین می‌شود.
- خلاقیت: کارآفرین فردی است که تلاش می‌کند محصولات جدیدی تولید کند.
- خطرپذیری: کارآفرین، دقت، تلاش و اعتبار کاری‌اش را در معرض خطر قرار می‌دهد. منابع مالی را در یک کار مخاطره‌آمیز سرمایه‌گذاری می‌کند و شکست یک طرح را به عنوان یک تجربهٔ یادگیری تلقی می‌کنند نه به‌عنوان یک نمایش غم‌انگیز فردی.
- درگیر شدن در فرایند مستمر نوآوری، انطباق و یادگیری: کارآفرینان افراد نوآوری هستند که قالب‌های جدیدی به‌وجود می‌آورند و روش‌های جدید تدوین می‌کنند.
- محدود نشدن به منابع موجود: کارکنان اجازه نمی‌دهند تا منابع محدود، آنها را از جست و جوی اهدافشان باز دارند. بلکه در انجام کارها بیشتر با امکانات کمتر و از منابع محدود به شکل محدود و اثربخش استفاده می‌کنند.
- توانایی رهبری: کارآفرینان، رهبران اثربخشی هستند و برخلاف برخی از افراد که کارکنان را افرادی مستقل و تک‌رو می‌شناسند که ترجیح می‌دهند تنها کار کنند، آنها افراد اثرگذاری هستند که می‌توانند همکاران خود را هدایت کنند (دریابر، ۱۳۸۴).

دلایل عدم رشد و موفقیت کارآفرینان

- مقررات دست و پاگیر اداری: وجود بوروکراسی اداری و مقرارت بعضاً زائد باعث سرخوردگی و حتی فرار کارآفرینان می‌شود که جایی برای بیان طرح‌های خود را در کمند بوروکراسی و روابط ناسالم سازمان‌های تصمیم‌گیرنده می‌بینند.
- توقف به‌خاطر حفظ استانداردها: بسیار اتفاق می‌افتد که عدم توجه به یک نوآوری، تنها به‌دلیل مغایرت با استانداردهای تعریف‌شدهٔ یک سازمان به شکست یک طرح‌های خلاقانه که اکنون در بایگانی‌های سازمان دولتی و غیر دولتی مسکوت مانده‌اند.
- خانواده و نگرش جامعه به کار: خانواده، فرد فعال به جامعه تحویل می‌دهد و اگر خانواده و یا جامعه‌ای که بنیاد آن استفاده از تلاش دیگران و تنبلی و کاهلی باشد، باعث می‌شود که افراد حتی کارآفرینان از همان ابتدا مسیر را به عکس پیموده و خواهان کسب درآمدهای هنگفت از طریق عرف جامعه باشند.
- عدم توجه لازم به کارآفرینی و تولید: در بسیاری از کشورهای جهان سوم، از کارآفرینان حمایت‌های لازم نمی‌شود و به عکس مشاغل دلالی و واسطه‌گری و رانت‌خواری از رونق

بیشتری برخوردار هستند و برای افرادی که در این بخش برای توسعهٔ اقتصادی نه تنها نافع، بلکه مضر هم هستند، سودآوری بسیار بالایی دارد؛ بنابراین، انگیزه‌های حرکت و تلاش کارآفرینان را که قصد خدمت به توسعهٔ اقتصادی کشور را دارند کم‌رنگ و یا کند می‌کند (دریابر، ۱۳۸۴).

زمینه‌های شغلی متعدد صنایع دستی بر مبنای روش و تکنیک ساخت این‌گونه محصولات

- بافته‌های داری: شامل محصولاتی که به‌کمک دارهای افقی یا عمودی مستقر در زمان بافت تولید می‌شوند، مانند: قالی، گلیم، زیلو و نظایر آن؛
- دستبافی (نساجی سنتی): شامل فرآورده‌هایی است که به کمک دستگاه‌های ساده و سنتی بافندگی تولید می‌گردد، نظر جاجیم، زری ، ترمه، شال و ...؛
- بافتنی: شامل انواع مصنوعاتی است که با کمک میل، قلاب و نظیر آن و با الیاف طبیعی تولید می‌شود. مانند دستکش، جوراب، کلاه، شال گردن و...؛
- روکاری (رودوزی): شامل کلیهٔ مصنوعاتی است که از طریق دوختن نقوش سنتی بر روی پارچه‌های نقش و یا کشیدن قسمتی از نخ‌های تار و پود به‌وجود می‌آید. نظیر سوزن‌دوزی، قلاب‌دوزی، خوس‌دوزی، گلابتون‌دوزی، پته‌دوزی و ...؛
- چاپ‌های سنتی: شامل کلیهٔ پارچه‌هایی است که به‌وسیلهٔ قلم مو، مهر و نظایر آن رنگ‌آمیزی شده و نقش می‌پذیرد. مانند چاپ قلمکار و چاپ کلاقه‌ای (باتیک)؛
- نمد مالی: شامل انواع مصنوعاتی است که بر اثر درگیری و متراکم نمودن پشم و کرک در شرایط فنی مناسب از طریق ورز دادن تهیه می‌شوند. نظیر کلاه نمدی، پالتوی نمدی، نمد زیراندازه و نمد پادری؛
- سفالگری و سرامیک‌سازی: شامل محصولاتی است که با استفاده از گل رس و همچنین گل حاصله از سنگ کوارتز و خاک کائولن، به کمک دست و چرخ سفالگری ساخته و سپس پخته می‌شود. مانند انواع پارچ و لیوان، ظروف غذاخوری، گلدان...؛
- شیشه‌گری: شامل محصولاتی است که از طریق شکل دادن مواد معدنی ذوب‌شده نظیر سیلیس و خرده‌شیشه که با ترکیبی از این دو و با استفاده از روش دمیدن توسط لولهٔ مخصوص و با به‌کارگیری ابزار دستی شامل انبر، قیچی و... حاصل می‌شود؛
- تولید فرآورده‌های پوستی و چرم: شامل محصولاتی است که با استفاده از پوست و چرم دباغی‌شده به شیوهٔ سنتی تولید می‌گردد، نظیر پوستین، کلاه‌پوستی، چاروق، محصولات تکمیلی چرمی با محصولات دستباف و...؛
- ساخت محصولات فلزی و آلیاژ: شامل فرآورده‌هایی است که به شیوهٔ سنتی و با استفاده از ابزار دستی و انواع فلزات (مس، نقره، طلا و آن) و انواع آلیاژ (برنج و ورشو) تولید می‌شود. نظیر انواع ظروف خانگی، چاقو، قند شکن، قلم تراش، قفل و... ؛
- سنگ‌تراشی، حکاکی روی سنگ و معرق سنگ: شامل مصنوعاتی است که مواد اولیهٔ اصلی آن را انواع سنگ‌ها نظیر فیروزه، مرمر، یشم، سنگ سیاه، سنگ سفید (آلاباستر) و... تشکیل می‌دهد و به کمک ابزار و وسایل مختلف تراشیده یا حکاکی می‌شود. نظیر انواع ظروف، پایهٔ چراغ، قاب عکس، انواع نگین و...؛

- منبت‌کاری، کنده‌کاری و مشبک‌کاری چوب: شیوه‌ای دیگر از تولید محصولات چوبی است که طی آن طرح‌ها و نقوش سنتی با استفاده از قلم، چکش، مغار و سایر ابزارهای نجاری بر روی چوب‌های مرغوب و بادوام شکل می‌پذیرد؛
- حصیربافی: منظور از حصیربافی که بامبوبافی، مرواربافی، ترکه‌بافی، چم‌بافی، سبدبافی و چیغ‌بافی را نیز شامل می‌شود، همان بافت رشته‌های حاصل از الیاف سلولوزی (گیاهی) به کمک دست و ابزار سادهٔ دستی است که طی آن محصولات مختلفی نظیر زیرانداز، سفرهٔحصیری، انواع سبد، انواع ظروف و... تولید و عرضه می‌گردد. در مورد چیغ‌بافی ذکر این نکته ضروری است که حین بافت، علاوه بر الیاف گیاهی از نخ پشمی رنگ‌شده نیز برای ایجاد نقوش و طرح‌های سنتی استفاده می‌گردد؛
- خاتم‌سازی: روشی از تولید فرآورده‌های چوبی است که به کمک ابزار و وسایل مختلف، فرآورده‌هایی نظیر انواع قاب عکس، جاسیگاری، شکلات‌خوری، میز، صندلی و... ساخته می‌شود؛
- معرق‌کاری: شامل ترسیم طرح‌ها و نقش‌های سنتی بر روی زمینهٔ چوبی یا سرامیک و خالی کردن داخل خطوط طرح‌ها و پرکردن فضای خالی‌شده به‌وسیلهٔ قطعات آماده‌شدهٔ چوبی، سرامیک، فلزی، صدفی و سنگی است؛
- کاشی‌کاری: صنعتی است با سابقه که طی آن انواع کاشی‌ها با استفاده از طرح‌ها و نقش‌های سنتی برای استفاده در ابنیهٔ مذهبی و تاریخی از ریق قالب‌گیری گل رس و پختن آن در کوره ساخته و پرداخته می‌شود؛
- ملیله‌کاری: منظور ساخت اشیاء مختلف نظیر سرویس چایخوری، تنگ و همچنین برخی از زینت‌آلات با استفاده از مفقول‌های نقره، طلا و مس و به کمک ابزار و وسایل سادهٔ فلزکاری نظیر حدیده، انبر، قیچی، کوره مخصوص و... می‌باشند؛
- ساخت زیورآلات: شامل ساخت و تولید انواع جواهرات محلی و همچنین انواع زینت‌آلات با استفاده از طلا نقره و انواع آلیاژها می‌باشد؛
- ساخت سایر فرآورده‌های دستی: منظور ساخت سایر محصولات دستی نظیر فیروزه‌نشانی (فیروزه‌کوبی)، طلاکوبی روی فولاد، انواع عروسک‌های محلی، تخت‌کشی گیوه (آجیده و لته‌یی) و ماسک، و چترهای تزئینی است که با ابزار و وسایل دستی و با استفاده از طرح‌های سنتی ساخته و پرداخته می‌شود (امینی باغبادرانی، ۱۳۹۰).

راهکارها و پیشنهادها

- ✓ حمایت از توسعهٔ کارگاه‌های تولیدی از طریق اعطای تسیهلات اعتباری و حمایت از ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی بنجوی که منافع حاصله عاید خالقین این آثار زیبا و ماندگار بشود؛
- ✓ تهیه و تدوین کار معیوب است؛
- ✓ تأمین امنیت برای سرمایه‌گذاری در واحدهای صنعتی و افزایش پوشش بیمه‌ای برای نیروهای کار و تولیدات صنایع دستی؛
- ✓ افزایش میزان تنوع و زمینه‌های کاربردی آثار صنایع دستی و بالطبع بالا بردن کیفیت و افزایش میزان دوام هنرهای صناعی؛

- ✓ تولید هنرهای صناعی با الهام از فرم کلی و نگاره‌های آثار تاریخی و باستانی و نیز علائم و نشانه‌های هر کشور؛
- ✓ قائل شدن تسیهلات لازم و ارزان قیمت حتی رایگان برای ارسال صنایع دستی به‌صورت پستی و فراهم آوردن امکانات و ارائهٔ خدمات مناسب در زمینهٔ بیمه، حمل و نقل و تحویل سالم و به موقع آثار در مقصد مورد نظر گردشگران؛
- ✓ برگزاری نمایشگاه‌های فصلی، سالانه با هدف جلب و جذب توریست‌های خاص برای فروش آثار صنایع دستی و همچنین ایجاد موزه‌های دائمی‌گردشگری و هنرهای صناعی؛

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهشگران پیشین و همچنان تحقیق کنونی حاکی از این است که، در دنیای کنونی با توجه به پیشرفت‌های چشمگیر تکنولوژی، کارآفرینی و خلاقیت تبدیل به ابزار نیرومندی در جهت ایجاد فرصت‌های مناسب شده که بهره‌گیری از آنها می‌تواند باعث رفع مشکلاتی همچون بحران اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، نزول چشمگیر بهره‌وری و... شود که در این میان صنایع دستی که نمادی از صنایع فرهنگی است، امید می‌رود با تلاش مسئولان برای تقویت قوای خلاقیت مهارت‌آموزان، بتوانیم زمینه‌های ایجاد اشتغال و کارآفرینی را با تکیه بر باورهای ملی و مذهبی و دیگاه‌های فرهنگی فراهم آوریم و در پیشرفت و شکوفایی ایران اسلامی نقش هر چند کوچک داشته باشیم. با توجه موارد مطرح‌شده نتیجه‌گیری می‌شود که توجه به نقش مهارت‌آموزان، صنایع دستی به‌عنوان یکی از بخش‌های لاینفک اقتصادی کشور از حیث اشتغال و کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند نقش مؤثر داشته باشد و باید در راستای دستیابی به اهداف ملی در حوزهٔ سرمایه‌گذاری‌های لازم به‌عمل آید.

منابع

احمدپور، د، (۱۳۷۷). طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، پایان‌نامهٔ دکترای مدیریت، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.

اصلانی، محمدرضا، (تیرماه، ۱۳۸۸). صنایع دستی به مثابهٔ رسانه، روزنامهٔ عصر مردم.

امینی باغبادرانی، م، (۱۳۹۰). تأثیر دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی صنایع دستی، اولین همایش ملی توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی در صنایع دستی، خراسان جنوبی، معاونت صنایع دستی بیرجند.

دریابر، الهام، (دی ۱۳۸۴). کارآفرینی بازوی مدیریت، ماه‌نامهٔ توسعهٔ مدیریت، شمارهٔ ۶۸، ص:۷-۴

رضائیان، ع، (۱۳۸۰). مبانی سازمان و مدیریت، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها، انتشارات سمت، صفحهٔ ۵۸-۵۳ .

فیضی، کامران؛ مقدسی، علی‌رضا، (زمستان ۱۳۸۲). پژوهشی در مفاهیم، کارکردها و دوره‌های آموزشی کارآفرینی، مجلهٔ مدیریت صنعتی، شمارهٔ ۳، ص: ۱۴۶-۱۲۵.

سلیمان نوری، ر،(۱۳۸۸۹). صنایع دستی فرصتی برای حضور بهتر در جهان، مجلهٔ جاده‌های سبز، شمارهٔ ۶۲.

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعهٔ خدمات گردشگری روستایی با رویکرد کارآفرینی با استفاده از مدل SWOT

بهار فارسی[1]
علیرضا اصفهانی[2]

چکیده

گردشگری را ابزاری توانمند برای افزایش درآمد ملی کشورهای کمترصنعتی‌شده شناخته‌اند. روستاها با برخورداری از فاکتورها و جاذبه‌های فرهنگی، اجتماعی و طبیعی پتانسیل بسیار مساعدی برای جذب گردشگران دور و نزدیک فراهم می‌آوردند. گردشگری روستائی با آماده کردن فرصت‌های جدید اقتصادی به فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع محلی، اقتصادی به فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی جوامع محلی، جان و نقش تازه‌ای می‌بخشد و این امر می‌تواند در توسعهٔ روستایی نقش بسیار بااهمیت داشته باشد. توسعهٔ روستایی راهبردی برای بهبود زندگی اجتماعی و اقتصادی روستاییان فقیر و تلاشی همه‌جانبه برای کاهش فقر است که به‌ویژه با افزایش تولید و ارتقاء بهره‌وری در محیط روستایی میسر می‌گردد. گردشگری روستایی و توجه به جاذبه‌های توریستی آن قادر است با توجه به کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی روستا را از انزوا و محرومیت فعلی بیرون کشاند. در این مقاله با استفاده از مدل سوات نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی گردشگری روستایی قرار داده و جهت توسعهٔ هرچه بیشتر آن راهکارهای استراتژیک ارائه شده است. این پژوهش از نظر روش، کتابخانه‌ای و پیمایشی مبتنی بر پرسش‌نامه است. در این راستا جهت انجام پژوهش ۶۳ نفر از کارشناسان سازمان‌های که به‌نحوی در تصمیم‌گیری یا فعالیت‌های گردشگری روستایی ذی‌نفع بودند، به‌عنوان جامعهٔ آماری انتخاب شدند، سپس پرسش‌نامه‌های طراحی‌شده بین آن‌ها توزیع شد. بر اساس نظر این کارشناسان، تحلیل‌های حاصل از سوات نشان می‌دهد که به‌رغم پتانسیل گسترده در زمینهٔ گردشگری روستایی، کمبود زیرساخت‌های کافی، ضعف فعالیت‌های بازاریابی، ضعف مدیریت گردشگری، مهم‌ترین موانع اساسی بر سر راه توسعهٔ گردشگری به‌حساب می‌آیند. از طرف دیگر، وجود جاذبه‌های طبیعی زیبا، بازارچه‌های مرزی و تمایل عمومی نسبت به توسعهٔ گردشگری به ترتیب با امتیاز وزنی ۲۵٪و۶۰٪ و ۴۰٪ به‌عنوان مهم‌ترین نقاط قوت و همچنین هدفمند کردن یارانه‌ها، افزایش قیمت مواد سوختی و تأثیر سوء آن بر جریان سفر و گردشگری، افزایش تمایل به سفرهای خارجی و از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی نیز از دید کارشناسان به‌عنوان مهم‌ترین تهدیدهای پیش‌روی گردشگری روستایی شناخته شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، کارآفرینی، کارآفرینی گردشگری

---

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه آندرا، تهران، Email:info@ baharfarsi.ir
۲. دانشجوی کارشناسی رشتهٔ مدیریت کسب و کار دانشگاه فاران، تهران، Email:Esfahani@iust.ac.ir

مقدمه

از دیرباز آدمی میل به کوچ و گردشگری داشته و برای سلامت روح و جسم خود نیاز به تفریح و گردشگری دارد. صنعت گردشگری یکی از عوامل مهم در توسعه، به‌خصوص توسعهٔ اقتصادی در کشورهای پیشرفته می‌باشد، که دلیل توجه خاص این کشورها به صنعت توریسم بوده است. صنعت توریسم امروزه در جهان به‌عنوان بزرگترین کارفرمای اشتغال‌زایی و کسب و درآمد می‌باشد.

امروزه گردشگری یکی از مهم‌ترین منابع درآمد تعداد زیادی از کشورهای جهان به‌حساب می‌آید. محدود بودن بسیاری از منابع همچون نفت، گاز و کانی‌های معدنی، دولت‌ها را به تفکر واداشته است که از منابع پایدارتری چون میراث فرهنگی و طبیعی خود بهره‌برداری نموده و با انواع برنامه‌ریزی‌ها این میراث و جذابیت‌های آن را تبدیل به منابع درآمد اقتصادی نمایند.

گردشگری سازمان‌یافتهٔ امروز بخشی بسیار مهم در نظام اقتصادی تمامی‌کشورهای دنیا محسوب می‌شود، به‌طوری‌که اقتصاد برخی از کشورها شدیداً وابسته به فعل و انفعالات صنعت توریسم است. صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع بسیار مهم در توسعهٔ فرهنگ‌ها و ارتباطات ملل نقش ویژه‌ای در استقرارصلح و آرامش در جهان برعهده دارد.

از سوی دیگر، توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه یکی از نیازهای جدی اقتصاد راکد ایران است. در شرایطی که کاهش درآمد سرانهٔ نفتی و در نتیجه کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک سو، بهره‌وری پائین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت از دیگر سو و خیل تازه‌واردان به عرصهٔ کار از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، به‌نظر می‌رسد که توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است.

با توجه به اینکه کارآفرین از فرصت‌های موجود در بازار استفاده کرده و با خلاقیت و مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح و بسیج منابع موجود، ایدهٔ یک کسب و کار مناسب را ایجاد می‌کند، بازار گردشگری روستایی به‌دلیل وجود منابع طبیعی از جمله؛ کوه‌ها، چشمه‌ها، دشت‌ها، آبشارها، جنگل‌ها، رودخانه‌ها، زندگی عشایری و دامپروری سنتی می‌تواند در توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی شهر و ترویج فرهنگ منطقه به‌دلیل حضور گردشگران خارجی و داخلی، نقش داشته باشد.

مروری بر ادبیات

کارآفرینی

مفهومی است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. به تعبیری دیگر، کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در عصر مدرنیته، تلقی می‌شود. به زبان ساده، کارآفرینی همان فرآیند تأسیس و یا توسعهٔ کسب و کار، بر مبنای یک فکر و ایدهٔ نو است. کارآفرینی به‌منظور رشد و نمو در جوامع، نیازمند وجود فرهنگ خاصی است.

سفر چیست؟ گردشگر کیست؟

در کنفرانس بین‌المللی ترانسپورت و جهانگردی که در سال ۱۹۶۴ برگزار شد، یک تعریف جامع از جهانگرد به این مضمون ارائه شد: جهانگرد کسی است که به‌منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزش و زیارت به کشور دیگر سفرکند؛ مشروط بر اینکه مدت اقامت از ۲۴ ساعت کم‌تر و از ۶ ماه بیشتر نباشد و در فاصلهٔ کم‌تر از ۷۰ کیلومتر انجام نگیرد. هر چند سفر، گردشگری و جهانگردی در طول قرن‌ها و تاریخ، دارای کارکردها و منظورهای گوناگون بوده، از سفرهایی که به قصد کشورگشایی صورت می‌گرفت تا سفرهای تحقیقاتی و علمی؛ اما در نهایت پس از انقلاب صنعتی و بهبود نسبی وضع معیشت، می‌شود گفت اولین سنگ بنای صنعتی گذاشته شد که در ابتدا صنعت نبود و بخشی تفریحی و ماجراجویانه از زندگی به‌حساب می‌آمد. مسئله‌ای که در نهایت منجر به ایجاد یک صنعت شد. صنعتی که در سال ۲۰۰۴ نزدیک به ۶۲۲ ۶۲۲ میلیارد دلار درآمد به بار آورد و تا سال ۲۰۱۰ حجم جهانگردان آن به یک میلیارد نفر با درآمدی معادل ۱۵۵۰ میلیارد دلاربالغ خواهد شد.

توریسم و انواع آن

آدمی از دیرباز میل به کوچ کردن و از جایی به جای دیگر رفتن را داشته و دارد، از این مقوله به‌عنوان توریسم یا گردشگری نام برده شده است. توریسم واژه‌ای فرانسوی است و شامل انواع مختلف می‌باشد از جمله؛ توریسم قومی، توریسم هنری، توریسم طبیعت‌گرا، توریسم تاریخی، توریسم تفریحی و ورزشی و توریسم کاری و حرفه‌ای، توریسم روستایی و عشایری، توریسم مبتنی بر کشاورزی و دامپروری سنتی و توریسم پزشکی یا سلامت.

توریسم روستایی و عشایری

توریسم روستایی و عشایری به کلیهٔ خدمات و فعالیت‌هایی که توسط کشاورزان، دامپروران، مردم و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و همچنین جذب گردشگران در نواحی روستایی و عشایری صورت می‌گیرد، اطلاق می‌شود، که می‌تواند شامل توریسم کشاورزی و دامی، توریسم طبیعی و توریسم فرهنگی باشد. شغل اکثر ساکنان روستاها و مناطق عشایری دامداری، زراعت، باغداری، صنایع دستی و یا ترکیبی از این‌ها می‌باشد. گردشگری روستایی می‌تواند به کلیهٔ فعالیت‌ها و خدماتی گفته شود که به‌وسیلهٔ کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران و نیز فعالیت‌هایی که به‌وسیلهٔ گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد، گفته شود، همچنین می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی شود.

اقتصاد گردشگری در ایران

بررسی اقتصادی توریست مانند روند صادرات کالا است، به‌طوری‌که ورود توریست سبب افزایش صادرات می‌شود. اقتصاد توریست یعنی ورود ارزهای خارجی به شریان اقتصادی کشور و به تبع آن ارتقاء سطح معیشت دهک پایین اقتصادی و توزیع عادلانه‌تر درآمد. همچنین اجرایی شدن صددرصدی این امر سبب می‌شود صنعت توریسم و درآمدهای ناشی

از آن در کوتاه‌مدت به‌خوبی در رونق وضعیت اقتصادی مردم سطح پایین جامعه تأثیرگذار باشد. درحالی‌که این روند درخصوص درآمددهی نفتی غیرممکن است. در حال حاضر صنعت توریسم به‌عنوان بزرگترین سازمان یا نهادی است که نیروی انسانی به‌کار می‌گیرد و در بسیاری از کشورها به‌عنوان بزرگترین کارفرما مطرح است. به‌طور مثال، در کشوری مثل اسپانیا ارزش توریسم و اشتغال ناشی از آن همان ارزشی را دارد که نفت برای عربستان سعودی؛ به‌همین دلیل مردم و مسئولان این کشور با سرعت تمام پیش می‌روند تا بتوانند از این صنعت بهرهٔ کافی را ببرند. امری که در کشورهای شرق آسیا مانند چین، مالزی و. .. نیز در حال گسترش است. این موضوع نقش مهمی در ارزیابی‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی‌های مربوط به آن ایفا نموده و پیوسته یکی از فاکتورهای مهم در سنجش توسعه‌یافتگی یا عدم توسعه‌یافتگی یک کشور محسوب می‌شود. به هر حال، ما چه بخواهیم چه نخواهیم جهانگردی تا چند سال آینده در سکویی بالاتر از صنعت نفت و خودروسازی قرار خواهد گرفت، پس در برنامه‌ریزی‌های کلان کشور نباید از این نکته غفلت شود، چراکه در عصر تکنولوژی‌های برتر یک گام عقب ماندن، ایران را از رقابت‌های جهانی خارج می‌کند.

پیشینهٔ تحقیق

اکبری گردشگری در شهر یاسوج نگاه کارآفرینانه را مورد بررسی قرار داده و هدف آن ترسیم و طرح راه‌اندازی تلکابین در این شهر و استفاده از منابع این استان می‌باشد. در قلب بلندی‌های پرفراز و نشیب زاگرس، پهنه‌ای زیبا، گستره‌ای ناشناخته و دیاری دیرپا، به قامت تاریخ، آرمیده است. این سرزمین عروس سرسبز و بهشت اکوتوریسم زاگرس است. استان کهگیلویه و بویراحمد از آن استان‌هایی است که جلوه‌های طبیعی‌اش بر جاذبه‌های تاریخی‌اش پیشی گرفته است. کوه‌های بلند که شهره‌ترین آنها دنا است، تنگه‌های شگفت‌آور، جنگل‌های بلوط و رودها و نهرهای بی‌شمار جاذبه‌های فراوانی را برای گردشگران پدید آورده‌اند. در دسترس‌ترین این جاذبه‌ها آبشار یاسوج است که از وجود پارک جنگلی و تأسیسات تفریحی نیز بهره می‌برد. از حرکت دست و پنجه و پویایی اندیشهٔ مردمان این مرز و بوم و برگرفته از طبیعت زیبای استان صنایع دستی ماندگاری همچون قالی، قالیچه،گلیم و جاجیم، گچمه، گبه، نمد، سیاه چادر و. ... خلق می‌شود. همچنین، محصولاتی همچون عسل، روغن حیوانی، قره قروت، کشک و دیگر مواد لبنی سوغاتی این منطقه هستند.

زیاری و فارسی نقش فعالیت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهر همدان را مورد بررسی قرار داده‌اند. در واقع، این تحقیق به‌دنبال بررسی این موضوع است که تا چه اندازه فعالیت‌های کارآفرینانه از جمله فعالیت‌های کارآفرینانهٔ فرصت‌گرا، قهری، ضرورت‌گرا در صنعت گردشگری شهر همدان تأثیر خواهد داشت. این تحقیق از آن منظر مورد توجه است که با آگاهی از نقش فعالیت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری می‌توان سیاستگذاری‌های صنعت توریسم شهر همدان و فعالیت‌های کارآفرینانه را جهت بخشید. از این‌رو، سعی شد با الگوگیری از تحقیقات پیشین چارچوب پایهٔ مناسبی برای انجام این تحقیق ایجاد شود. در این تحقیق برای مطالعهٔ فعالیت‌های کارآفرینی از مطالعات صورت‌گرفته و گزارشات دیده‌بان جهانی کارآفرینی کمک گرفته شد، سپس بر اساس اطلاعات حاصل از مطالعهٔ موردی و مصاحبه‌های صورت‌گرفته چارچوب تحقیق استخراج شد و براساس این چارچوب به تهیهٔ

پرسش‌نامه پرداخته شد. در نهایت، پس از تحلیل داده‌های به‌دست آمده مشخص گردید فعالیت‌های کارآفرینانهٔ قهری نقش مؤثری در اقتصاد شهری همدان بازی نموده‌اند و چنین برمی‌آید که نقش فعالیت‌های کارآفرینانهٔ فرصت‌گرا بیشتر به سمت خدمات مطلوب‌تر و مناسب‌تر در فعالیت‌های کارآفرینانهٔ شهر همدان بوده است. همچنین، فعالیت‌های کارآفرینانهٔ تثبیت‌شده با ایجاد و گسترش بسترهای مناسب توریسم در جهت رشد توریسم بسیار فعال بوده‌اند.

کامبیز حمیدی، نقش توسعهٔ پایدار بر کارآفرینی گردشگری را بررسی نموده است. ایجاد توسعهٔ پایدار از طریق گسترش فعالیت‌های کارآفرینانی، ضرورت امروز جامعه‌ای است که قصد توسعه‌یافتگی دارد. به عبارت دیگر، کارآفرینی وقتی پایدار است که با نوآوری‌ها و خلاقیت‌های خود بتواند با کیفیتی مناسب به تقاضای جامعه پاسخ دهد. کارآفرینی گردشگری به‌ویژه در کشور ما با مطالعهٔ شاخص‌های گردشگری می‌تواند راهکاری برای گسترش خدمات کارآفرینی و توسعهٔ پایدار باشد. هرگونه توسعه بایستی بتواند در غالب شاخص‌های کمّی قابل تصور باشد و به همین لحاظ در هرگونه برنامه‌ریزی با لحاظ قرار دادن این شاخص‌ها می‌توان افق بلندمدتی را برای دست‌یابی به اهداف ترسیم نمود. کارآفرینی در عرصهٔ گردشگری دارای ظرفیت و پتانسیل بالایی برای ایجاد ارزش افزودهٔ اقتصادی و رفع مشکل بیکاری در جامعهٔ ماست. توسعهٔ پایدار می‌تواند بستر مناسبی را برای گسترش این منظور فراهم کند.

محمدامین خراسانی، نقش سیستم‌های اطلاعات گردشگری در ارتقای گردشگری روستایی، گردشگری روستایی می‌تواند به کلیهٔ فعالیت‌ها و خدماتی گفته شود که به‌وسیلهٔ کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران و نیز فعالیت‌هایی که به‌وسیلهٔ گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد، گفته شود. در این راستا سیستم‌های اطلاعات گردشگری و پیاده‌سازی آن‌ها می‌تواند دریافتی جهت ارتقاء گردشگری روستایی در نواحی روستایی باشد. این سیستم نیازمند زیرسیستم‌هایی همچون: ۱. سیستم مدیریت ارتباط با مشتری، ۲. سیستم رزرواسیون مرکزی و ۳. سیستم توزیع جهانی است. لذا، در این مقاله به بررسی جایگاه و اهمیت و ضروریات این سیستم در محیط‌های روستایی پرداخته می‌شود. روش تحقیق، کتابخانه‌ای بوده و از منابع متعدد جهت بررسی موضوع استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده گواه بر نیاز به یک زیرساخت مبتنی بر طرح دولت الکترونیکی در روستاها می‌باشد که عبارت است از طرح‌ریزی سایت‌های روستایی جهت ترویج و ارائهٔ خدمات اعم از رزرو هتل، تهیهٔ بلیط سفر و اقامت و معرفی جاذبه‌های گردشگری می‌توان فرصت‌هایی را برای گسترش گردشگری روستایی، توسعهٔ کارآفرینی روستایی و همکاری و شبکه‌سازی مهیا سازد.

اهداف تحقیق

- شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر در توسعهٔ کارآفرینی گردشگری روستایی،
- شناسایی نقاط قوت کارآفرینی گردشگری روستایی،
- شناسایی نقاط ضعف کارآفرینی گردشگری روستایی،
- شناسایی فرصت‌های پیش‌روی کارآفرینی گردشگری روستایی،

- شناسایی تهدیدهای پیش‌روی کارآفرینی گردشگری روستایی،
- تدوین استراتژی‌های توسعهٔ کارآفرینی در گردشگری روستا.

روش پژوهش

تحقیق از نوع توصیفی- تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. در مرحلهٔ اول برای کسب دیدی جامع و مبتنی بر واقعیت، مصاحبه‌های با افراد مختلف در سازمان‌ها و بخش‌های گوناگون مرتبط با گردشگری روستایی صورت گرفت. در مرحلهٔ بعد، متناسب با دیدی که از مرحلهٔ اول کسب کردیم، پرسش‌نامه‌های برای کارشناسان بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری روستایی طراحی شد. بر اساس بررسی اولیه ۶۳ نفراز کارشناسان (فرهنگ و ارشاد اسلامی ۵ نفر، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ۸ نفر، هتل و مراکز اقامتی ۲۰، شهرداری ۴، فرمانداری ۳ نفر، استانداری ۳ نفر و آژانس‌های مسافرتی۲۰ نفر) متناسب با موضوع تحقیق، به‌عنوان نمونهٔ آماری انتخاب شدند. پس از نظرخواهی از آنها، براساس مدل سوات، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری کردستان مشخص شدند. در ادامهٔ با توجه به نظر کارشناسان، اقدام به وزن‌دهی شد و سپس در نهایت با توجه به واقعیت موجود گردشگری روستایی سعی شد تا راهبردهای اجرایی برای برون‌رفت از وضع موجود ارائه شود.

کاربرد روش

کنیک یا ماتریس سوات[1]، ابزاری برای شناخت تهدیدها[2] و فرصت[3]های موجود در محیط خارجی و بازشناسی ضعف[4]ها و قوت‌های داخلی آن به‌منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبردهای برای هدایت و کنترل آن سیستم است. این مدل یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون‌سیستمی است. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این‌منظور، نقاط قوت و ضعف‌ها و فرصت‌ها تهدیدها در چهار حالتWT,ST,WO,SO می‌باشد.

شناسایی عوامل هدف از این مرحلهٔ سنجش محیط داخلی گردشگری روستایی

هدف از این مرحله سنجش محیط داخلی گردشگری روستایی جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت‌ها و وزن‌دهی می‌باشد؛ یعنی جنبه‌های که در راه دستیابی به هدف توسعهٔ گردشگری روستایی، می‌توانند نقش مساعد یا بازدارنده ایفاء کنند. مهم‌ترین نقاط قوت و ضعف در ارتباط با توسعهٔ گردشگری روستایی در جدول (۱) ارئه شده است.

1. SWOT
2. Threats
3. Opportunities
4. Weaknesses

جدول ۱. وزن دهی و رتبه‌بندی نقاط قوت و ضعف

ردیف	عوامل داخلی	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
۱	قوت‌ها: S_1: وجود جاذبه‌های طبیعی زیبا	٪۵	۵	٪۲۵
۲	S_2: وجود جاذبه‌های تاریخی و باستانی متعدد	٪۷	۲	٪۱۴
۳	S_3: ویژگی‌های فرهنگی غنی و منحصر به فرد	٪۸	۳	٪۲۴
۴	S_4: بازارهای محلی	٪۱۲	۵	٪۶۰
۵	S_5: تمایل عمومی نسبت به توسعهٔ گردشگری	٪۱۰	۴	٪۴۰
۶	ضعف‌ها: W_1: کیفیت پایین سیستم حمل و نقل	٪۱۱	۵	٪۵۵
۷	W_2: کمبود تأسیسات اقامتی	٪۶	۲	٪۱۲
۸	W_3: پایین بودن سطح امنیت برای گردشگران	٪۲	۱	٪۲
۹	W_4: برخورد نا مناسب افراد محلی با گردشگران	٪۲	۱	٪۲
۱۰	W_5: کمبود نیروهای متخصص و مجرب در زمینهٔ گردشگری در بخش‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری	٪۶	۲	٪۱۲
۱۱	W_6: مدیریت ضعیف گردشگری	٪۹	۴	٪۳۶
۱۲	W_7: ضعف در نظارت بر واحدهای گردشگری	٪۵	۳	٪۱۵
۱۳	W_8: ضعف فعالیت‌های بازاریابی	٪۹	۴	٪۳۶
۱۴	W_9: کمبود یا کیفیت پایین تأسیسات رفاهی مانند: سرویس‌های بهداشتی، پارکینک‌ها و امکانات پذیرایی در محل جاذبه‌ها	٪۸	۳	٪۲۴
	جمع	۱	۴۴	۳،۵۷

با توجه به جدول فوق از دید کارشناسان بازارچه‌های، وجود جاذبه‌های طبیعی زیبا، و تمایل عمومی‌نسبت به توسعه گردشگری به ترتیب با امتیاز وزنی ۲۵٪و۶۰٪ و ۴۰٪مهمترین نقاط قوت گردشگری روستایی به حساب می‌آیند. همچنین، کیفیت پایین سیستم حمل و نقل، مدیریت ضعیف گردشگری و ضعف فعالیت‌های بازاریابی به ترتیب با امتیاز و زنی ۵۵٪ و ۳۶٪ و ۳۶٪ مهمترین نقاط ضعف گردشگری روستایی از دید کارشناسان محسوب می‌شوند.

شناسایی عوامل هدف از این مرحله سنجش محیط داخلی گردشگری روستایی

هدف از انجام این مرحله از پژوهش، کنکاش در محیط خارجی و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات موجود در راه توسعهٔ گردشگری می‌باشد. بر اساس مطالعات انجام‌شده و بررسی محیط پیرامون استان، مجموع فرصت‌ها و تهدیدهای موجود بر سر راه توسعهٔ گردشگری شناسایی شد که در جدول (۲) زیر ارائه شده است.

جدول ۲. وزن‌دهی و رتبه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدها

ردیف	عوامل داخلی	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
۱	O_1: افزایش تمایل فعالیت‌های گردشگری و به ویژهٔ فعالیت‌های اکو توریستی در این زمینه	٪۱۱	۵	٪۵۵
۲	O_2: افزایش تمایل بخش خصوصی برای مشارکت در طرح‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری	٪۸	۴	٪۳۲
۳	O_3: افزایش تمایل به گردشگری خرید و پتانسیل بالقوه در این زمینه	٪۱۲	۵	٪۶۰
۴	O_4: بازارچه‌های فرهنگی	٪۹	۴	٪۳۶
۵	تهدیدها: T_1: افزایش تمایل به سفرهای خارجی	٪۱۱	۵	٪۵۵
۷	T_2: هدفمندکردن یارانه‌ها، افزایش قیمت مواد سوختی، تأثیر سوء آن بر جریان سفر و گردشگری	٪۱۲	۵	٪۶۰
۸	T_3: از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	٪۱۰	۴	٪۴۰
۹	T_4: افزایش مشکلات زیست‌محیطی به واسطهٔ فعالیت‌های گردشگری	٪۸	۳	٪۲۴
۱۰	T_5: تعارض بین جامعهٔ محلی و گردشگری	٪۹	۳	٪۲۷
۱۱	T_6: افزایش جرم و جنایت و در نتیجه شکل‌گیری دید منفی نسبت به توسعهٔ گردشگری در بین افراد محلی	٪۵	۳	٪۱۵
۱۲	T_7: جذب شدن هرچه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک	٪۵	۳	٪۱۵
	جمع	۱	۴۴	۴,۱۹

براساس جدول فوق از دید کارشناسان، افزایش تمایل به گردشگری خرید و پتانسیل بالقوه در این زمینه، افزایش تمایل فعالیت‌های گردشگری و به‌ویژه فعالیت‌های اکوتوریستی و قابلیت بالقوه. در همین حال، هدفمند کردن یارانه‌ها، افزایش قیمت مواد سوختی و تأثیر سوء آن بر جریان سفر و گردشگری، افزایش تمایل به سفرهای خارجی و از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی از دید کارشناسان نیز به‌ترتیب با امتیاز وزنی ۶۰٪ و ۶۰٪ و ۵۵٪ مهم‌ترین تهدیدهای هستند که، گردشگری روستایی با آن مواجه خواهد بود.

خلاصهٔ تجزیهٔ تحلیل عوامل استراتژیک

در این مرحله عوامل مؤثر در گردشگری کردستان (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید)، اولویت‌بندی می‌شوند.

جدول ۳. خلاصهٔ تجزیه تحلیل عوامل استراتژیک

ردیف	عوامل استراتژیک	وزن	رتبه	امتیاز وزنی	برنامه‌ریزی		
					کوتاه مدت	میان مدت	بلند مدت
۱	S_1: وجود جاذبه‌های طبیعی زیبا	٪۰۹	۵	٪۴۵	*		*
۲	S_2: بازارهای محلی	٪۰۸	۴	٪۳۲		*	*
۳	S_3: تمایل عمومی نسبت به توسعهٔ گردشگری	٪۰۷	۴	٪۲۸	*	*	*
۴	W_1: کیفیت پایین سیستم حمل و نقل	٪۰۸	۵	٪۴۰		*	*
۵	W_2: مدیریت ضعیف گردشگری	٪۰۷	۴	٪۲۸	*		
۶	W_3: ضعف فعالیت‌های بازاریابی	٪۰۷	۴	٪۲۸	*	*	*
۷	O_1: افزایش تمایل به گردشگری خرید و پتانسیل بالقوه در این زمینه	٪۱۰	۴	٪۵۰	*	*	
۸	O_2: افزایش تمایل فعالیت‌های گردشگری و به‌ویژه فعالیت‌های اکو توریستی در این زمینه	٪۱۰	۵	٪۵۰	*	*	*
۹	O_3: بازارچه‌های فرهنگی	٪۰۸	۴	٪۳۲		*	*
۱۰	T_1: هدفمند کردن یارانه‌ها، افزایش قیمت مواد سوختی، تأثیر سوء آن بر جریان سفر و گردشگری	٪۱۰	۵	٪۵۰	*	*	*
۱۱	T_2: افزایش تمایل به سفرهای خارجی	٪۰۸	۵	٪۴۰		*	*
۱۲	T_3: از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	٪۸	۴	٪۳۲	*		*

تدوین راهبردها

راهبرد تهاجمی/ رقابتی (SO)

در راهبرد رقابتی که تمرکز بر نقاط قوت داخلی و استفادهٔ مناسب از فرصت‌های بیرونی است، برای توسعهٔ گردشگری روستایی می‌توان راهبرداهای زیر را ارائه کرد:

- تدوین بسته‌های سفر مرتبط با فعالیت‌های اکوتوریستی توسط سازمان گردشگری و همکاری با آژانس‌های گردشگری و واسطه‌های سفر به‌منظور قرار دادن آن برنامه‌ها در بین برنامه‌های که به مشتریان خود ارائه می‌کنند.
- شناسایی نقاط طبیعی مانند غارها (با توجه به موقعیت کوهستانی) و برنامه‌ریزی دقیق جهت تبدیل کردن این منابع به جاذبه‌های گردشگری.
- مشارکت دادن هرچه بیشتر جامعهٔ محلی در برنامه‌های گردشگری، به‌منظور بهرمند شدن آنها از منافع حاصل از گردشگری و ایجاد دید مثبت بین آنها نسبت به گردشگری و در نتیجه حمایت از برنامه‌های توسعهٔ گردشگری.

راهبرد تنوع بخشی (ST)

در راهبرد تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، جهت کاهش فشار تهدیدهای بیرونی می‌توان راهبردهای زیر را ارائه کرد:

- حمایت از تشکیل تعاونی‌های مردمی‌در زمینه گردشگری.
- برگزاری جلسات منظم و مداوم با مردم محلی جهت به حداقل رساندن تأثیرات منفی احتمالی گردشگری مانند از بین رفتن فرهنگ محلی. در این جلسات باید به مردم محلی یادآوری کرد که گردشگران به خاطر تفاوت‌ها است که آن مقصد را برای سفر انتخاب کرده‌اند، لذا اگر به دنبال کسب منافع طولانی مدت گردشگری باشند، باید با جدیت الگوهای فرهنگی خود را حفظ کنند.
- با توجه به این‌که بخش عمده‌ای از توانایی‌های گردشگری روستایی، قابلیت‌های اکوتوریستی و فرهنگی می‌باشد.

راهبرد بازنگری (WO)

در این راهبرد ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی می‌شود تا استفاده از فرصت‌های بیرونی موجود، تأثیر نقاط ضعف درونی را به‌حداقل رساند. از جمله این راهبردها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ارائهٔ مشوق‌های مختلف به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی جهت پروژه‌های گردشگری،
- کاهش بروکراسی اداری به‌منظور تسریع در پروژهای گردشگری روستایی،
- ایجاد شبکهٔ ریلی، توسعهٔ خطوط هوایی و بهبود و گسترش شبکهٔ حمل و نقل زمینی از جمله تسهیل در دسترسی به نقاط گردشگری،
- بخش‌بندی گردشگران روستایی و هماهنگ کردن برنامه‌های بازاریابی و تبلیغاتی گردشگری با نیازهای بخش‌های مختلف به‌منظور حداکثر کردن ضریب تأثیرگذاری این تلاش‌ها،
- توانمند سازی روابط عمومی در سازمان گردشگری به‌منظور کاهش هزینه‌های بازاریابی.

راهبرد تدافعی (WT)

این راهبردها بر کاهش آسیب‌پذیری متمرکز هستند. بر این اساس جهت کاهش آسیب‌پذیری گردشگری روستایی می‌توان راهبردهای زیر را ارائه کرد:

- استفاده از مدیریت تخصصی در بخش‌ها، نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری،
- تدوین برنامه‌های آموزشی و تربیتی برای افراد شاغل در بخش گردشگری،
- تدین برنامه‌های مشترک بین بخش خصوصی و عمومی به‌منظور ارتقاء و بهبود هرچه بیشتر زیرساخت‌ها،
- سرمایه‌گذاری کافی جهت استفاده از فن‌آوری‌های نوین در فعالیت‌های بازاریابی گردشگری،
- برنامه‌ریزی دقیق جهت شناسایی پتانسیل‌های مختلف گردشگری روستایی و مناسب‌سازی و قابل دسترس کردن آنها برای گردشگران از طریق تأمین زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی در محل جاذبه‌ها،
- تنوع بخشیدن به فعالیت‌های گردشگری و در نتیجه کاهش فصلی بودن تقاضا،

- برگزاری جلسات منظم با افراد محلی، کمک به آنها در جهت بهرمند شدن از منافع حاصل از گردشگری و جلب حمایت آنها از برنامه‌ها و پروژهای گردشگری.

نتیجه‌گیری

هم‌اکنون توریسم روستایی به‌عنوان صنعتی که به‌طور بالقوه دارای پایداری است قلمداد می‌شود. هرچند ممکن است تأثیراتی منفی نیز در پی داشته باشد، البته موانع بسیار زیادی بر سر راه پیشرفت و توسعهٔ صنعت توریسم وجود دارد. از این‌رو، هر نوع اجرا، نظارت و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و بلندمدت برای اجتناب از آسیب رسیدن به مناطق روستایی امری حیاتی محسوب می‌شود. اگر توریسم روستایی می‌خواهد به پایداری برسد نقش مثبتی در زندگی مردم روستا ایفا کند، نیازمند مدیریت محیط زیست، مشارکت محلی، قوانین صریح و محکم، بازاریابی پایدار و برنامه‌ریزی واقع‌بینانه است. وقتی جوامع روستایی در قالب نهادهای محلی، گروه‌های داوطلب، شرکت‌های گردشگری، اتاق بازرگانی، انجمن‌های شهرداری و خصوصاً در قالب گروه‌هایی متشکل از مردم محلی وارد عرصهٔ مشارکت شوند، توریسم به‌طور مؤثری توسعه می‌یابد. حضور و دخالت افراد جامعهٔ روستایی در جریان برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت امری ضروری است. زیرا پروژه‌ها صرفاً با در نظر گرفتن اولویت‌های محلی محقق می‌شوند. اگر مردم محلی از کمک‌های مالی، حمایت‌های فنی و مشوق‌های کافی برخوردار شوند، می‌توانند منابع روستایی خود را بر اساس شیوه‌ها و عملکردهای سنتی خود توسعه دهند. آموزش فنون مدیریت و تأمین مالی برای مشاغل کوچک در این زمینه عاملی ضروری است. کارشناسان باید در اختیار قرار دادن خدمات مشاوره‌ای توجه به جوامع روستایی را جلب کرده و آنان را نسبت به توسعه و گسترش صنعت توریسم متعهد سازند. به‌علاوه باید تحقیقات مداومی در این زمینه صورت گیرد که چگونه می‌توان حداکثر منافع اقتصادی را به‌صورتی از طریق توریسم به‌دست آورد. با بهره‌کشی از دانش کارشناسان، مردم محلی می‌توانند نوع توریسمی را که خواهان آن هستند، تعیین کنند. وضعیت کنونی گردشگری روستایی با قابلیت‌ها و استعدادهای بالقوهٔ آن تناسبی ندارد. همچنین براساس پژوهش، کمبود زیرساخت‌های کافی، ضعف فعالیت‌های بازاریابی، ضعف مدیریت گردشگری، مهم‌ترین موانع اساسی بر سر راه توسعهٔ گردشگری روستایی تشخیص داده شدند. از طرف دیگر، وجود جاذبه‌های طبیعی زیبا، بازارچه‌های مرزی و تمایل عمومی نسبت به توسعهٔ گردشگری به ترتیب با امتیاز وزنی ۲۵٪ و۶۰٪ و ۴۰٪ به‌عنوان مهم‌ترین نقاط قوت و افزایش تمایل به گردشگری خرید، افزایش تمایل به فعالیت‌های گردشگری و به‌ویژه فعالیت‌های اکوتوریستی و پیوندهای فرهنگی نزدیک، می‌باشد. همچنین هدفمند کردن یارانه‌ها، افزایش قیمت مواد سوختی و تأثیر سوء آن بر جریان سفر و گردشگری، افزایش تمایل به سفرهای خارجی و از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی نیز از دید کارشناسان به‌عنوان مهم‌ترین تهدیدهای پیش‌روی گردشگری روستایی شناخته شدند.

پیشنهادات تحقیق

با توجه به تحقیق صورت‌گرفته و نتایج تحقیق، موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

- ✓ برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در زمینهٔ کسب وکارهای نوپا و تقویت آنها در گردشگری روستایی با توجه به اینکه این کسب و کارها می‌توانند از جنبه‌های اقتصادی، توسعه‌ای و فرهنگی عمل نمایند، به عبارت دیگر، با توجه به اینکه این فعالیت‌ها به‌عنوان زیرساخت‌های گردشگری روستایی در نظر گرفته می‌شود، بهتر است در زمینه‌های موردنظر، موردبررسی و اهمیت قرار گیرند.
- ✓ تأکید بر نقش‌های فعالیت‌های کارآفرینانهٔ تثبیت‌شده به‌عنوان دنباله و تثبیت‌کنندهٔ اشتغال‌های ایجادشده در زمینهٔ کسب و کارهای نوپا با تکیه بر عوامل اجتماعی، کارکردی و بهبوددهنده که منجر به تثبیت اشتغال‌های ایجاد در گردشگری روستایی باشد، همچنین هماهنگی و تعامل بین سازمان‌های مرتبط با گردشگری، می‌تواند تأثیرگذار باشد.
- ✓ در نظر گرفتن فعالیت‌های کارآفرینانهٔ ضرورت‌گرا به‌عنوان راهکاری مناسب برای اقشار آسیب‌دیده و ساماندهی طرح‌های مرتبط برای تقویت این فعالیت‌ها در کنار سایر فعالیت‌های کارآفرینانه.
- ✓ حمایت از کسب و کارها و فعالیت‌های فرصت‌گرا با محوریت گردشگری و توریسم با توجه به اثرات مثبت.
- ✓ مشارکت دادن افراد محلی در طرح‌ها و برنامه‌ها به‌منظور ذی‌نفع کردن آنها در گردشگری و کسب حمایت آنها.
- ✓ برگزاری جلسات و تدوین برنامه‌های آموزشی برای مردم محلی جهت آگاه کردن آنها نسبت به اهمیت داشته‌های خود به‌منظور کاهش تأثیرات نامطلوب گردشگری بر فرهنگ محلی.
- ✓ بهبود زیرساخت‌های اقامتی و غذاخوری، متناسب با استانداردها.
- ✓ تخصیص اعتبارات لازم جهت تحقیقات بازاریابی، به‌منظور شناسایی گروه‌های هدف و متناسب کردن فعالیت‌های بازاریابی با گروه‌های هدف مختلف به‌منظور افزایش کارآمدی تلاش‌های بازاریابی و تبلیغاتی.
- ✓ اختصاص اعتبارات کافی به‌منظور شناسایی نقاط و توانایی‌های گردشگری روستایی و مناسب‌سازی آنها در تعامل با اتحادیهٔ هتل و رستوران‌ها و اصناف بازار.

منابع

احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۹، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران، شرکت پردیس.

آسایش، حسین. (۱۳۸۶). تکنیک‌ها ومدل‌های برنامه‌ریزی توریسم (اصول، مبانی و مفاهیم کاربردی).

بقایی، مسیب.، کیانوش، قلاوند.، امید، نوروزی.، محسن، بقایی، احمدرضا، عمانی، ۱۳۸۶، نقش توریسم روستایی به‌عنوان رویکردجدید توانمندسازی اقتصاد روستائیان و کشاورزان.، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج، ص۱۲۱، ۱۲۰، ۱۲۷.
دیناری، احمد. (۱۳۸۰). گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد؛ واژگان خرد.
زالی، محمدرضا، رضوی، مصطفوی، سیدمصطفی. (۱۳۸۷). پژوهشی در زمینهٔ موانع توسعهٔ کارآفرینی در ایران، تهران: دانشکدهٔ کارآفرینی دانشگاه تهران.
سیاوش ایمن، ۱۳۸۹، تعاونی‌های گردشگری و توسعهٔ کارآفرینی در مناطق روستایی، سایت نظام جامع اشتغال.
سید مصطفی اکبری، ۱۳۸۹، گردشگری در شهر یاسوج با نگاه کارآفرینانه، همایش منطقه‌ای توریسم و توسعه.
شفیعیان، امیرحسین.، پاییز ۱۳۸۷، بررسی تأثیر به‌کارگیری الگوی مدیریت کارآفرینانه بر عملکرد اقتصادی سازمان‌های گردشگری مذهبی در تهران.، فصل‌نامهٔ مجموعهٔ سخنرانی‌های مدیریت اسلامی.
کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت.
کامبیز حمیدی،۱۳۹۰، نقش توسعهٔ پایدار بر کارآفرینی گردشگری، همایش گردشگری و توسعهٔ پایدار.
کرامت الله زیاری، نقش فعالیت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری همدان، ۱۳۹۰، همایش گردشگری و توسعهٔ پایدار.
محمدامین خراسانی؛ ۱۳۹۰، نقش سیستم‌های اطلاعات گردشگری در ارتقای گردشگری روستایی، دومین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا.
نوری، نورالدین (۱۳۸۴)، بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائهٔ الگوی توسعهٔ پایدار صنعت گردشگری کشور.
هیسریچ، رابرت دی، پیترز، مایکل پی،۱۳۸۳، کارآفرینی جلد ۱، ترجمهٔ سید علیرضا فیض‌بخش، حمیدرضا تقی یاری، تهران، مؤسسهٔ انتشارات علمی.

Warren-Smith, I. and Jackson, C. (2004), "Women creating wealth through ruralenterprise", International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, Vol. 10 No.6, pp. 369-83
journal of sustain able tourism. Urban tourism: perspective on sustainability Hinch. Thomas D.p.95
New Tourism Ventures: An Entrepreneurial and managerial approach by Dimitri Tassiopoulos (editor) (paperback-Feb.4; 2008)

توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی با تأکید بر مدل توانمندسازی اقتصادی اقشار کم درآمد (جامعهٔ تحت پوشش کمیتهٔ امداد امام خمینی(ره))

منوچهر رزمجو[1]
دکتر مهدی خیراندیش[2]

چکیده

فقر یکی از خطرناکترین پدیده‌های اجتماعی است که می‌تواند حیات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی ملت‌ها را تهدید کند. کمیتهٔ امداد امام خمینی(ره) سعی و تلاش وافری را صرف ایجاد و توسعهٔ اشتغال برای محرومین تحت حمایت و سایر نیازمندان نموده است. این پژوهش با هدف بررسی مدل توانمندسازی اقتصادی مددجویان تحت پوشش کمیتهٔ امداد، پیشنهادهایی در جهت کاهش و رفع نواقص به‌منظور پیاده‌سازی هرچه مطلوب‌تر مدل و ارتقای سطح اقتصادی و اجتماعی گروه‌های هدف انجام پذیرفت. تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی بوده که به لحاظ هدف کاربردی است. در تحقیق حاضر جامعهٔ آماری، شامل مددجویان کمیتهٔ امداد که از تسهیلات و اعتبارات خودکفایی در سال ۱۳۹۰ استفاده نموده که تعداد آنها برابر ۲۲۰ هزار نفر است. در این تحقیق جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، با استفاده از روش مطالعهٔ کتابخانه‌ای و جمع‌آوری آمار و اطلاعات مربوط به متغیرهای مورد مطالعه در جامعهٔ آماری مورد پژوهش بوده است که با استفاده از پرسش‌نامه صورت گرفت. نتایج به‌دست نشان می‌دهد که هشت عامل آموزش، نظارت، پایدارسازی، استعدادسنجی، قابلیت‌های منطقه، راهنمایی در پرداخت تسهیلات، ویژگی‌های تسهیلات و بازار از مؤلفه‌های مهم در مدل توانمندسازی اقتصادی است.

واژگان کلیدی: فقر، فقرزدایی، توانمندسازی، کمیتهٔ امداد امام خمینی(ره)، طرح‌های اشتغال‌زایی.

---

۱. مدیر کل طرح‌های اقتصادی و خودکفایی کمیتهٔ امداد امام خمینی (ره)، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات ساوه، Email:m_razmjo@yahoo.com
۲. استادیار دانشگاه هوایی شهید ستاری.

مقدمه

بی‌شک، روند توسعهٔ اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد، تحت تأثیر کارآفرینی است، به‌گونه‌ای که کارآفرینان در توسعهٔ اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه‌نیافته اهمیت آن را در توسعهٔ اقتصادی نادیده گرفته‌اند. تاریخچهٔ توسعهٔ اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، مستنداتی برای حمایت از این واقعیت فراهم می‌آورد که اقتصاد، تحت تأثیر کارآفرینی است.

امروزه صاحب‌نظران بر نقش کارآفرینی در توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند. مهم‌ترین این نقش‌ها را می‌توان در گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان می‌شود و تشکیل سرمایه، ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع توسعهٔ متوازن منطقه‌ای، کاهش تمرکز اقتصادی در جامعه، توزیع مجدد ثروت، در آمد و حتی قدرت سیاسی به‌صورت عادلانه در جامعه می‌باشد (مقیمی و احمدپور داریانی،۱۳۸۶). همچنین نقش‌های تحریک سرمایه، بهبود کیفیت زندگی، توسعهٔ تجارت جهانی و افزایش سود اجتماعی را نیز می‌توان نام برد (Khanka, 2003).

در دو دههٔ اخیر بسیاری از کشورها، تأمین مالی خرد را راهکاری مناسب برای ایجاد فرصت‌های شغلی و کاهش فقر و توانمندسازی افراد در مناطق کم‌درآمد می‌دانند. در اقتصاد ایران، اعطای وام‌های خرد و خوداشتغالی از جانب نظام بانکی و برخی نهادهای رسمی مانند کمیتهٔ امداد امام خمینی و نهادهای غیررسمی صورت می‌گیرد (اناری بزچلویی،۱۳۸۷). این برنامه‌ها به دلیل ایجاد تسهیلات و خدمات مالی مناسب برای گروه‌های فقیر جامعه، امکان توزیع مجدد درآمدها و افزایش خوداشتغالی و به تبع آن افزایش تولید، درآمد و کاهش بیکاری را فراهم کرده است (لاهوتی، ۱۳۸۵).

بررسی عملکرد برنامهٔ اشتغال و خودکفایی کمیتهٔ امداد در برنامهٔ سوم توسعه (۱۳۸۳-۱۳۷۹) و سه سال اول برنامهٔ چهارم نشان می‌دهد؛ اجرای طرح‌های خودکفایی باعث افزایش توان مالی مددجویان شده است. ایجاد فرهنگ کار، خودباوری و خوداتکایی در بین افراد و خانواده‌های تحت پوشش از دیگر تأثیرگذاری اعطای اعتبارات توسط کمیتهٔ امداد بوده است (Ghaedi,1999). اعتبارات خودکفایی کمیتهٔ امداد علاوه بر ارتقای مهارت فنی و حرفه‌ای، افزایش سطح آگاهی‌های اجتماعی و فرهنگ عمومی مددجویان، افزایش سطح درآمد و خودکفایی آنها را در پی داشته است (معاونت اشتغال و خودکفایی کمیتهٔ امداد، ۱۳۸۷).

اعتبارات خودکفایی کمیتهٔ امداد، سطح درآمد فقرا را افزایش داده و زمینهٔ خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد کرده است. بالابردن احساس مسئولیت در بین افراد از دیگر نتایج طرح بوده که در مجموع این نتایج شرایط محیط و زندگی را برای افراد رضایت‌بخش کرده و امید به آینده را برای مددجویان افزایش داده است (فروزنده، ۱۳۷۷).

اصلی‌ترین علت دریافت اعتبار کشاورزان از منابع رسمی و غیررسمی اعتباری جهت مصارف تولیدی است. بررسی هزینه‌های پنهان دریافت اعتبار نیز نمایان‌گر این است که هزینه‌های جانبی دریافت اعتبار از بخش رسمی بالاتر از بخش غیررسمی است (حسن‌زاده و قویدل، ۱۳۸۴). همچنین، قشرهای کم‌درآمد روستایی بیشترین سهم دریافت اعتبار را از

بخش غیررسمی دارند (نجفی و یعقوبی،۱۳۸۴). اثربخشی منابع اعتباری در بهبود شرایط زندگی روستاییان و کشاورزان خرده‌پا بسیار بالا است و این توفیق ارائه اعتبارات در توسعهٔ روستایی به‌ویژه در سطوح پروژه‌های خرد را نشان می‌دهد (بختیاری و پاسبان،۱۳۸۳).

بررسی تجربه‌های سایر کشورها بیانگر اثر این نوع اعتبارات و تسهیلات بر کاهش نابرابری‌ها و فقر از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی جدید است. اعتبارات خرد در صورتی می‌تواند به کاهش فقر بینجامد که اولاً طبقات گوناگون فقر شناسایی شده و ثانیاً این اعتبارات برای ایجاد اشتغال باشد. به عبارتی، کاهش فقر از طریق اعطای اعتبارات خرد فقط از طریق ایجاد اشتغال و برابری فرصت‌های شغلی امکان‌پذیر است (سعدی و مازار، ۱۳۸۵).

ایجاد احساسی قوی انجام کار، افزایش مهارت مدیریت زندگی، افزایش اعتماد به نفس، آگاه‌سازی زنان از توانایی‌های بالقوهٔ خود و بهبود منزلت زنان در خانواده از اثرات اعطای اعتبارات خرد به زنان بوده است (نجفی اصل، ۱۳۸۵). شرکت در برنامه‌ها تأمین مالی خرد موجب بهبود شاخص تنوع منابع درآمدی می‌شود (جلالی موسوی، ۱۳۸۶).

هدف برنامه‌های اعتبارات خرد بایستی استقلال مالی وام‌گیرندگان فقیر باشد و وابستگی به اعتبارات به‌ویژه برای افراد فاقد سرمایهٔ خطرناک است (Lina,2010). فقیرترین افراد جامعه به‌ندرت منافعی از اعتبارات را می‌برند؛ در حالی‌که نفع گروه‌های با درآمد بالاتر و متوسط از این اعتبارات بسیار بالاتر است. اعطای اعتبارات خرد و اثرگذاری قوی آن بر کاهش فقر باید با دیگر برنامه‌های فقرزدایی ترکیب شود و اعتبارات خرد کنار دیگر خدمات مالی منافعی را برای فقیران و زنان همراه دارد که از آن به‌صورت ابزاری نه‌تنها برای ارتقای سطح درآمدی، بلکه نوعی حمایت درآمدی نیز شمرده می‌شود(((((۰() (Maclsaac,1997).).....

اگر هدف از ارائهٔ خدمات مالی ایجاد اشتغال پایدار باشد لازم است نهادهای مالی خدمات خود را در مقیاس بزرگتر و برای کسب و کارهای مشخص ارائه دهند (Ellis,2002). بنگاه‌های خرد امکان استفاده از وام‌های بانکی و اعتبارات بخش رسمی را ندارند، ولی نهادهای تأمین مالی خرد می‌توانند از طریق کمک به تأمین مالی سرمایهٔ در گردش آنها و حتی کمک به خرید برخی از دارایی‌های ثابت به همراه ارائهٔ آموزش های مناسب، نه‌تنها دارایی آن‌ها را افزایش داده، بلکه با ارتقای بهره‌وری و تعداد نیروی کار شاغل آنان وضعیت آن‌ها را به به یک بنگاه کوچک ارتقاء بخشند (Mohieldin and Wright,*2000*).

برنامه‌های اعتبار خرد علاوه بر این‌که، به یکنواخت کردن مصرف و نیز فصلی کردن عرضهٔ کار کمک نموده، وضعیت تغذیه‌ای کودکان را بهبود بخشیده و اثرمثبت و معنی‌داری بر رفتن به مدرسه به‌ویژه برای پسران داشته است (Khandker et al,1998). برنامه‌های تأمین مالی خرد آسیب‌پذیری گروه‌های پایین درآمدی را کاهش داده و از معیشت آنان حمایت می‌نماید. هم‌چنین موجب تقلیل آثار ناشی از مرگ‌های غیرمنتظره و دیگر سوانح طبیعی می‌گردد و در نتیجه بر کاهش فقر مؤثر است. در دسترس بودن اعتبار برای واحدهای اقتصادی کوچک می‌تواند اثرات مثبت داشته باشد (Vanroos,2008).

از اعتبارات خرد نباید و نمی‌توان انتظار زیادی داشت و آن را حلال تمام مشکلات کشورهای درحال توسعه دانست (Sengupta and Aubuchon,*2008*). مالکان مزارع بزرگ‌تر تمایل بیشتری به أخذ وام دارند و وضعیت بد اقتصادی و اجاره‌ای بودن زمین اثر

منفی بر دریافت اعتبار دارد و اعتبارات می‌تواند میزان تولید را افزایش دهد (Goodwin,*1993*). برنامه‌های اعتبارات خرد باید با هدف‌گذاری استقلال مالی بیشتر برای وام‌گیرندگان فقیر همراه باشد، نه این‌که وابستگی به اعتبارات را بیشتر کند که این شرایط ممکن است به‌ویژه برای افراد فاقد سرمایه خطرناک باشد (Lomher,*2002*).

دسترسی کشاورزان به اعتبارات را در بهبود فن‌آوری‌های تولید مؤثر است، اعتبارات خرد باعث می‌شود که کشاورزان دریافت‌کنندهٔ وام، حرکت سریع و مؤثری را در جهت گذار از کشاورزی بومی داشته و به سمت کشاورزی تجاری و مدرن پیش بروند، اعتبارات غیررسمی تأثیر مثبت بر تولید و افزایش بهره‌وری کشاورزان داشته و به‌عنوان مکمل بخش رسمی عمل نموده و کمبودهای مالی این بخش در پرداخت‌ها به کشاورزان را جبران نموده است (Banki,1993).

عمکرد اعطای اعتبارات خرد تحت تأثیر شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هر منطقه بوده و نحوهٔ تأثیرگذاری آن نیز متفاوت خواهد بود. بررسی تأثیر اعطای اعتبارات خودکفایی کمیتهٔ امداد، بر واحدهای تولیدی، موضوعی است که علی‌رغم نتایج مثبت بر کاهش فقر، چندان مورد توجه قرار نگرفته است. از این‌رو، این تحقیق با هدف بررسی میزان تأثیرگذاری اعتبارات خودکفایی کمیتهٔ امداد در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فنی بر واحدهای تولیدی صورت گرفته است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ پارادیم، کمّی و باتوجه به گستردگی محدودهٔ تحقیق از راهبرد پیمایشی استفاده کرده است. این پژوهش از لحاظ جهت‌گیری و هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی است. از لحاظ زمانی نیز با عنایت به اینکه در یک مقطع زمانی خاص و معین انجام شده است، از نوع پژوهش‌های تک‌مقطعی می‌باشد. جامعهٔ آماری تحقیق شامل کل طرح‌های اجراشده توسط مددجویان در سال ۱۳۹۰ در کل کشور بود، که تعداد آنها برابر ۲۲۰ هزار نفر است که تعداد ۱۴۳۲ طرح به‌عنوان نمونه انتخاب شد. به‌منظور انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای استفاده شد. بدین‌منظور، براساس محل قرارگیری استان‌ها از نظر جغرافیایی (شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب) ۱۳ استان به‌صورت تصادفی انتخاب شد و در هر استان نیز به‌صورت تصادفی چندشهرستان انتخاب گردید و نمونه‌ها در شهرستان باتوجه به لیست مددجویان و کارشناسان و با استفاده از جدول اعداد تصادفی به‌صورت تصادفی انتخاب و مورد پرسشگری قرار گرفتند. در تحقیق حاضر ابزار اصلی جمع‌آوری و اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، پرسش‌نامه بود که برای تعیین روایی از پانل متخصصان متشکل از کارشناسان کمیتهٔ امداد و جمعی از استادان بهره‌گیری شد. جهت تعیین پایایی از ضریب آلفای‌کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه استفاده شد که در تمامی موارد میزان پایایی بالاتر از ۰/۷۵ بود که نشان از پایایی ابزار تحقیق است. اطلاعات به‌دست‌آمده به‌وسیلهٔ نرم‌افزار Spss در دو بخش توصیفی و استنباطی، تحلیل گردید و از تحلیل عاملی به‌منظور عوامل مؤثر بر مدل توانمندسازی کمیتهٔ امداد استفاده شد.

یافته‌ها

ویژگی‌های فردی مددجویان

نتایج به‌دست آمده از بررسی ویژگی‌های فردی مددجویان نشان می‌دهد که ۴۰/۴ درصد از طرح‌های اجراشده خدماتی هستند و در این میان ۱۰/۶ درصد طرح‌ها کشاورزی، ۲۶/۶ درصد دامپروری، ۱۱/۷ درصد صنایع دستی و ۸/۶ درصد این طرح‌ها صنعتی هستند. بررسی سن پاسخگویان نیز نشان می‌دهد که ۶۳/۳ درصد مددجویان بین ۲۰ تا ۴۰ سال سن داشته و ۲۹/۶ درصد نیز بین ۴۰ تا ۶۰ سال هستند. ۶۶/۱ درصد از پاسخگویان مرد و ۳۲/۱ درصد نیز زن هستند. ۶۸/۴ درصد از پاسخگویان متأهل بوده و ۲۲/۸ درصد از پاسخگویان نیز تحصیلاتی درحد پنجم ابتدایی داشته و ۲۲/۱ درصد سیکل، ۲۴/۷ درصد نیز دیپلم هستند. ۸۳/۱ درصد از مددجویان تسهیلاتی بین ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون ریال دریافت کردند و ۴۳/۷ از پاسخگویان از کمیتهٔ امداد تسهیلات دریافت نموده و ۴۳/۶ درصد نیز از بانک تسهیلات مورد نیاز خود را دریافت نموده‌اند. ۵۰/۲ درصد پاسخگویان در مناطق روستایی و ۴۹/۸ درصد در مناطق شهری ساکن هستند.

مدل توانمندسازی طرح‌های خودکفایی کمیتهٔ امداد از دیدگاه مددجویان

به‌منظور شناسایی و دسته‌بندی مؤلفه‌های مدل توانمندسازی کمیتهٔ امداد، از تحلیل عاملی اکتشافی با رویکرد تعیین متغیرهای معنی‌دار در هر کدام از عامل‌های تعیین‌شده در چارچوب نظری تحقیق است. در راستای انجام تحلیل عاملی در این تحقیق در ابتدا سعی در تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی با استفاده از ضریب KMO[1] و آزمون بارتلت[2] شد. درصورتی‌که مقدار KMO کمتر از ۰/۵۰ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵۰ تا ۰/۷۰ باشد، همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عامل مناسب و اگر بزرگتر از ۰/۷۰ باشد، متغیرها بسیار مناسب خواهند بود.

در گام دوم بایستی تعداد عوامل مشخص گردد. یکی از موارد مهم در تحلیل عاملی تعیین تعداد عامل‌های قابل استخراج است. اگرچه مبنای کمّی دقیقی برای تصمیم‌گیری در مورد تعداد عامل‌های استخراجی ارائه نشده است، اما ضوابطی وجود دارد که از آن‌ها در تصمیم‌گیری برای تعیین تعداد عامل‌های استخراجی استفاده می‌شود که این معیارها شامل معیار مقدار ویژه، معیار پیشین، معیار درصد واریانس و معیار تست بریدگی است، که در این تحقیق از معیار مقدار ویژه استفاده می‌شود.

بررسی نتایج به‌دست آمده از آسیب‌شناسی مدل توانمندسازی و به‌منظور تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل، ضریب KMO و آزمون بارتلت انجام شد و نتایج نشان داد که داده‌ها برای این تحلیل مناسب می‌باشد (KMO=0.932; Bartletts test=25110.1, df=861,sig=0.00).

1. Kaiser-Meyer-Olkin
2. Bartellet Test

باتوجه به مناسب بودن داده‌ها، دستور دسته‌بندی آن‌ها با استفاده از رهیافت تحلیل مؤلفه‌های اصلی داده شد و نتایج آن به‌صورت جداول(۱) و (۲) آمده است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که هشت عامل ۵۰/۸ درصد از مؤلفه‌های مدل توانمندسازی اقتصادی کمیتهٔ امداد را تبیین می‌نماید.

عامل اول با مقدار ویژهٔ ۴/۱۱ حدود ۹/۷۹ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌های را تبیین می‌نماید. این عامل که به مؤلفه‌های آموزش پرداخته است، گویای آن است که مهم‌ترین مؤلفه‌های موجود در مدل توانمندسازی اقتصادی مددجویان آموزش آن‌ها می‌باشد. لذا، این عامل به‌عنوان عامل آموزش نامگذاری شده است و تأکید دارد که آموزش مؤلفه‌ها بهترین بخش در مدل توانمندسازی اقتصادی است.

جدول ۱. عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی

ردیف	عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	آموزش	۴/۱۱	۹/۷۹	۹/۹۷
۲	نظارت	۳/۷۹	۹/۰۴	۱۸/۸۳
۳	پایدارسازی	۳/۶۱	۸/۶۰	۲۷/۴۴
۴	استعداسنجی	۲/۴۹	۵/۹۳	۳۳/۳۸
۵	قابلیت‌های منطقه	۲/۱۹	۵/۲۱	۳۸/۵۹
۶	راهنمایی پرداخت تسهیلات	۱/۹۵	۴/۶۴	۴۳/۲۳
۷	ویژگی تسهیلات	۱/۶۶	۳/۹۵	۴۷/۱۹
۸	بازار	۱/۵۱	۳/۶۰	۵۰/۸۰

عامل دوم با مقدار ویژهٔ ۳/۷۹ حدود ۹/۰۴ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌ها را تبیین می‌نماید. این عامل تأکید بر فعالیت‌های نظارت طرح دارد و خاطر نشان می‌کند که در مدل توانمندسازی دومین آسیب مربوط به نظارت طرح‌های خوداشتغال‌زایی است. این عامل با نام نظارت و پایش نامگذاری گردید.

عامل سوم با مقدار ویژهٔ ۳/۶۱ حدود ۸/۶۰ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌ها را تبیین می‌نماید. این عامل به مقولهٔ پایدارسازی طرح‌های ایجادشده تأکید دارد و بیان می‌کند که در مدل توانمندسازی اقتصادی سومین دسته از مؤلفه‌های مهم پایدارسازی اشتغال ایجادشده است و با عنوان عامل پایدارسازی نامگذاری می‌شود.

عامل چهارم با مقدار ویژهٔ ۵/۹۳ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌ها مدل تأکید بر استعدادسنجی طرح‌های ایجاد اشتغال دارد. این عامل تأکید می‌کند که چهارمین دسته از مؤلفه‌های مطرح مربوط به استعدادسنجی طرح‌هاست و باعنوان عامل استعدادسنجی نامگذاری شده است. این عامل به بررسی استعدادهای فردی در توسعهٔ شغل ارتباط دارد.

عامل پنجم با مقدار ویژهٔ ۲/۱۹ حدود ۵/۲۱ درصد از واریانس مربوط به عوامل را تبیین می‌نماید. این عامل تأکید بر قابلیت‌های منطقه و تجربهٔ مددجو دارد و با نام عامل قابلیت‌های منطقه‌ای نامگذاری شده است و تأکید بر قابلیت‌های منطقه‌ای دارد.

عامل ششم با مقدار ویژهٔ ۱/۹۵ حدود ۴/۶۴ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌ها مدل توانمندسازی را تبیین می‌نماید. این عامل تأکید بر هدایت، همکاری و اطلاع‌رسانی در پرداخت تسهیلات دارد و به‌عنوان ششمین مؤلفه‌ها مطرح می‌باشد و با عنوان عامل راهنمایی پرداخت تسهیلات نامگذاری می‌شود که تأکید می‌کند اطلاع‌رسانی و هدایت مناسب یکی از مؤلفه‌های مطرح است.

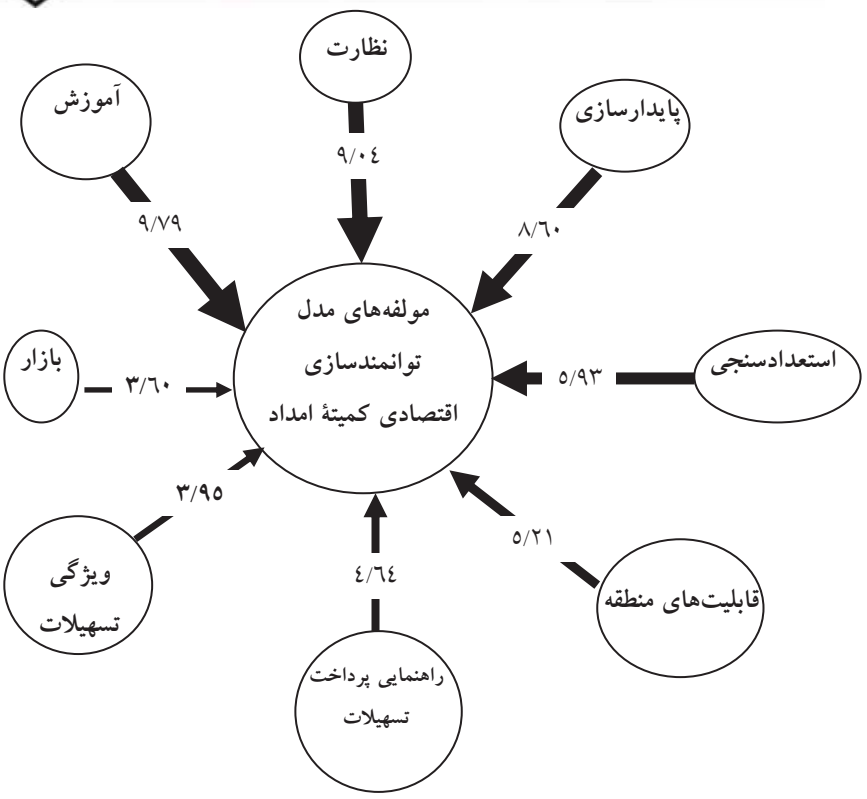
جدول ۲. متغیرهای مربوط به هر عامل و میزان ضرایب به‌دست آمده از ماتریس دوران‌یافته

نام عامل	گویه	بار عاملی
آموزش	تاچه میزان آموزش‌های ارائه‌شده با شغل مددجویان مرتبط است؟	۰/۷۰۹
	تاچه میزان آموزش‌های فنی و مهارتی متناسب با شغل انتخابی مددجویان ارائه می‌شود؟	۰/۷۵۹
	چه مقدار آموزش‌های ارائه‌شده باعث افزایش شایستگی شغلی مددجویان می‌شود؟	۰/۷۴۴
	تاچه حد تعداد دوره‌های آموزشی ارائه‌شده کافی است؟	۰/۶۷۶
	آموزش باعث تغییر در روش‌های کاری مددجویان به نحو احسن می‌شود؟	۰/۷۶۲
	تا چه میزان آموزش‌های ارائه‌شده به افزایش تولید و فروش محصولات منجر می‌شود؟	۰/۶۷۳
	تاچه حد مددجویان تمایل دارند که دوره‌های آموزش قبلی را مجدداً بگذرانند؟	۰/۵۰۷
نظارت	میزان رضایت شما از روند نظارت بر شغل مددجویان چقدر است؟	۰/۵۷۵
	راهنمایی‌های ارائه‌شده توسط ناظرین فنی تا چه میزان تأثیر مطلوبی بر کار مددجویان می‌گذارد؟	۰/۶۸۸
	تا چه میزان نتایج گزارش‌های ناظرین در دسترس مددجویان قرار می‌گیرد؟	۰/۶۷۴
	تا چه حد ناظران در رفع مشکلات طرح‌ها مؤثر بوده‌اند؟	۰/۷۶۱
	میزان تسلط ناظران فنی بر بازدید از طرح‌ها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۷۳۷
	تا چه میزان هدایت و راهنمایی ناظرین فنی به توسعهٔ شغلی مددجویان کمک می‌کند؟	۰/۷۳۸
پایدارسازی	به چه میزانی اطمینان لازم از آینده شغلی و کسب درآمد مددجویان مجری وجود دارد؟	۰/۶۶۶
	تاچه حد با روند کنونی، مجریان می‌توانند به محصولات جدیدی دست پیدا کنند؟	۰/۶۹۱
	چقدر مددجویان در ایجاد و ادامهٔ شغلشان موفق بودند؟	۰/۶۲۹
	تا چه میزان امکان توسعهٔ طرح‌های اشتغال و خودکفایی مددجویان وجود دارد؟	۰/۵۴۴
	چقدر مددجویان توانسته‌اند محصولات و خدمات خود را به مشتریان معرفی کنند؟	۰/۵۶۶
	چقدر مددجویان از درآمد شغلشان راضی هستند؟	۰/۶۳۹
عداسنجی	میزان ارتباط شغلی شما با توانایی و استعدادتان چقدر است؟	۰/۵۸۵
	چقدر شما به شغل خود علاقمند هستند؟	۰/۶۶۳
	چقدر برای شغل خود اهمیت قائل هستید؟	۰/۶۵۷
	میزان ارتباط شغل شما با مهارت‌های فراگرفته شده چقدر است؟	۰/۵۵۴

نام عامل	گویه	بار عاملی
قابلیت‌های منطقه	تا چه میزان مشاغل انتخابی در منطقه دارای سابقه است؟	۰/۵۴۹
	تا چه میزان مواد اولیه مورد نیاز در منطقهٔ محل سکونت در دسترس است؟	۰/۵۵۶
	چه میزان مشاغل انتخابی شما بر اساس مشاغل قابل اجرا در منطقه سکونت شما بوده است؟	۰/۵۳۱
	چقدر قبل از شروع این کار، تجربهٔ آن را داشتید؟	۰/۶۲۲
	تا چه میزان از توانایی سایر اعضای خانوادهٔ خود در اجرای طرحتان به‌درستی استفاده می‌کنید؟	۰/۵۸۰
راهنمایی پرداخت تسهیلات	تا چه حد همکاری در پرداخت تسهیلات مناسب است؟	۰/۵۹۳
	میزان هدایت و راهنمایی در پرداخت وام به مددجویان را مناسب ارزیابی می‌کنید؟	۰/۵۸۸
	اطلاع‌رسانی مناسبی برای پرداخت تسهیلات وجود دارد؟	۰/۵۶۱
ویژگی تسهیلات	مدت زمان انتظار دریافت وام از زمان تقاضا تا مرحلهٔ دریافت را مناسب می‌دانید؟	۰/۶۹۴
	میزان و نوع ضمانت‌های مورد نیاز پرداخت تسهیلات را مناسب می‌دانید؟	۰/۵۲۴
بازار	آیا محصولات تولیدی یا خدماتی شما توسط افراد یا سایر شرکت‌ها نیز عرضه می‌شود؟	۰/۷۷۲
	تا چه اندازه کالاهای تولیدی شما دارای مشتری بالقوه است؟	۰/۶۶۳

عامل هفتم با مقدار ویژهٔ ۱/۶۶ حدود ۳/۹۵ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌های مدل را تبیین می‌نماید. این عامل تأکید بر نوع ضمانت‌های دریافت‌شده از مددجویان و مدت زمان انتظار دارد که این عامل با عنوان ویژگی تسهیلات نام‌گذاری شده است.

عامل هشتم با مقدار ویژهٔ ۱/۵۱ حدود ۳/۶۰ درصد از واریانس مربوط به مؤلفه‌های مدل توانمندسازی را تبیین می‌نماید. این عامل تأکید بر مشتریان محصول و رقبای تولیدکنندهٔ محصول می‌پردازد و با عنوان عامل بازار نامگذاری شده است. نتایج به‌دست آمده از تحلیل عاملی به همراه مقدار واریانس تبیین‌شده توسط هر عامل در در نمودار (۱) آمده است، که می‌توان از آن به عنوان مدل تجربی تحقیق نام برد.



نمودار۱. مدل تجربی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به اینکه آموزش مهم‌ترین مؤلفه در مدل توانمندسازی است، آموزش مجریان در زمینه‌های هدایت شغلی و پایداری مشاغل و آموزش مددجویان در زمینهٔ طرح‌های اشتغال‌زایی دارای اهمیت است. مهم‌ترین بخش ایجاد مشاغل پایدار و هدایت آن در داشتن نیروی‌های متخصص و خبره در این زمینه است.

نظارت بر طرح‌های اشتغال‌زایی دومین مؤلفهٔ جدی در مدل توانمندسازی است. در این فرایند باید مکانزیمی طراحی شود تا اولاً خود ناظرین دارای تخصص بالای در زمینهٔ شغلی و عارضه‌یابی شغل باشند و ثانیاً بتوانند نسبت به عارضه‌یابی مشاغل اقدام نمایند. کنترل مستمر و دادن بازخورد لازم از جمله موارد ضروری نظارت کارامد می‌باشد.

در مدل توانمندسازی اقتصادی کمیتهٔ امداد پایدارسازی مشاغل دارای اهمیت است، که سومین مؤلفه در این حوزه می‌باشد. در این راستا مؤلفه‌های گوناگونی مدنظر است. هدایت

شغلی توسط مشاوران دارای اهمیت زیادی است. تربیت نیروهای متخصص در زمینهٔ مشاوره شغلی، مشاوران را با شرایط داخلی کمیتهٔ امداد بیشتر آشنا نموده و ارزیابی و نظارت را مبتنی بر داده‌های علمی قرار می‌دهد. در دوره‌های آموزشی تربیت مشاوران شغلی آن‌ها ضمن اشنایی با فرایند و اصول مشاوره علمی با موضوعاتی چون بازار و تأمین مواد اولیه، تأمین منابع مالی و فروش و برندسازی و ... آشنا خواهند شد. از سوی دیگر، به دلیل اهمیت اطلاع‌رسانی، هدایت و راهنمایی در پرداخت تسهیلات تربیت مشاوران شغلی در کمیتهٔ امداد دارای اهمیت است. مشاوران امین و متخصصانی هستند که دارای دانشی زیاد در زمینهٔ شغل و مشاوره بوده و تجربیات لازم را در این زمینه داشته‌اند، ضمن اینکه سالانه حداقل ۱۰۰ ساعت دوره های تحقیقاتی و بازآموزی را نیز طی نموده‌اند.

از مؤلفه‌های مطرح دیگر در مدل توانمندسازی توجه به قابلیت‌های منطقه‌ای بوده که این موضوع در استعداسنجی مدنظر بوده ولی باتوجه به تحلیل عاملی این عامل تفکیک گردیده و استعدادسنجی بایستی در دو بخش استعدادسنجی فردی و استعداسنجی منطقه‌ای مورد بررسی قرار گیرد. از این‌رو، در استعداسنجی منطقه‌ای بایستی مشاغل بومی در اولویت قرار گیرد. این مشاغل به‌دلیل سوابق و قابلیت‌ها و مزیت‌های منطقه و بازار بومی امکان موفقیت را در مشاغل خرد بسیار زیاد می‌نماید. تدوین سبد مشاغل محلی و منطقه‌ای باتوجه به مزیت‌های نسب بسیار مهم است. این مجموعه که نیازمند داشتن اطلاعات و تخصص زیاد در زمینهٔ تحقیق و مطالعات مرتبط است، باید توسط گروهی خبره صورت گیرد و نتایج آن در اختیار سایر افراد قرار داده شود.

همچنین در استعداسنجی فردی توجه به تجربیات گذشته می‌تواند کمک کند تا راه‌های بهتری برای استمرار و موفقیت در شغل پدیدار گردد. همچنین، در استعدادسنجی منطقه‌ای بررسی توان کاری خانوادگی نیز دارای اهمیت خواهد بود.

از ابعاد مهم دیگر در مدل توانمندسازی اقتصادی توجه به بازار و مشتریان بالقوه است که بایستی به‌طور مجزا مورد بررسی قرار گیرد. از این‌رو، یکی از راهکارهای عملی ایجاد مرکز رشد در کمیتهٔ امداد جهت توسعهٔ محصول در بازارها و تجاری‌سازی ایده‌های نوین است. توجه به بهره‌گیری از ظرفیت مراکز رشد البته اگر در راستای پایداری شغل فعال باشند و دیدگاه آن بازاری نمودن محصول و فروش آن باشد می‌تواند جایگزین خوبی برای مدل تجربی باشد.

در مؤلفه‌های مطرح ویژگی‌های تسهیلات که معطوف به مدت زمان انتظار و ضمانت‌های مورد نیاز می‌باشد، بایستی با کارگزرانی که این تسهیلات را پرداخت می‌کنند، به‌طور مجزا تحلیل گردد. زیرا کارهای آموزشی و اطلاع‌رسانی هرچند قوی باشد ولی ویژگی تسهیلات سخت باشد، مدل توانمندسازی با آسیب روبه‌رو خواهد بود. اطلاع‌رسانی و هدایت مددجویان در زمینهٔ دریافت تسهیلات از آسیب‌های مطرح دیگر است که بایستی مورد توجه واقع گردد. جریان اطلاعات را می‌توان از مسیرهای زیادی به‌سمت مشتری هدایت کرد. البته باید به این مسیرها اطمینان داشت یا از چند مسیر کم‌اطمینان به‌طور همزمان استفاده نمود. تلفن و فکس و پیامک و ایمیل و اینترنت و .... از جمله موارد متنوع اطلاع‌رسانی می‌باشند که می‌توانند همزمان باهم استفاده گردند.

پیشنهادات

به‌منظور بهبود فرایندها در مدل توانمندسازی کمیتهٔ امداد، پیشنهادات به‌طور مجزا برای بخش‌های مختلف ارائه می‌گردد:

- ✓ فراهم نمودن زمینهٔ ارائهٔ آموزش‌های کارآفرینی برای مددجویان؛
- ✓ راه‌اندازی سیستم پایش و نظارت به‌صورت خوداظهاری و خودکنترلی؛
- ✓ ترغیب ناظرین بر طرح‌ها برای در اختیار قرار دادن نتایج بازدیدها به مجریان طرح‌ها؛
- ✓ الگوبرداری از تجارب کشورهای موفق در اجرای مشاغل کوچک و خرد؛
- ✓ ارائه و توسعهٔ آموزش‌های کارآفرینی تخصصی به‌منظور ایجاد خلاقیت و نوآوری در راستای متنوع ساختن تولیدات، کاهش هزینه‌ها و قیمت تمام‌شده، فروش بیشتر و...؛
- ✓ ایجاد و راه‌اندازی مرکز کشف استعدادها؛
- ✓ ایجاد مرکز تحقیقات بازار به‌منظور بازارشناختی و شناسایی بازار قبل از تولید محصول در راستای تعیین نیاز علاقه، سلیقه و خواستهٔ مشتریان در داخل و خارج از کشور؛
- ✓ به منظور تسهیل در امر ضمانت‌ها، کاهش مدت انتظار وام‌ها پیشنهاد ایجاد و تأسیس بانک و یا صندوق قرض‌الحسنهٔ امداد در جهت پرداخت تسهیلات خوداشتغالی و اشتغال‌های روستایی (همانند بانک نبرد در هندوستان و بانک گرامین در بنگلادش) می‌شود.

منابع

اناری بزچلویی، ا.(۱۳۸۷). بررسی عوامل مؤثر بر دسترسی کشاورزان به اعتبارات بانک کشاورزی، مطالعهٔ موردی مناطق روستایی شهرستان کمیجان. پایانامهٔ کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکدهٔ علوم اجتماعی. آموزشی مطالعات توسعه. توسعهٔ روستایی- توسعهٔ اجتماعی.

بختیاری، ص. و پاسبان، ف. (۱۳۸۳). نقش اعتبارات بانکی در توسعهٔ فرصت های شغلی، مطالعهٔ موردی بانک کشاورزی ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه، تابستان۱۳۸۳; ۱۲(۴۶): ۷۳-۱۰۶.

بخشی، ز.(۱۳۸۸). نقش اعتبارات بانکی در بهسازی مسکن روستایی بر رضایت‌مندی و تثبیت جمعیت روستایی دهستان بیهق شهرستان سبزوار. پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکدهٔ جغرافیا. گروه جغرافیای انسانی. رشتهٔ جغرافیا و برنامه‌ریزی روستائی.

جلالی موسوی، آ.(۱۳۸۶). بررسی اثر برنامه های تأمین مالی خرد در کاهش فقر خانوار، مطالعهٔ موردی صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی در شهرستان سلماس و طرح پشتیبانی خدمات مالی خرد روستا در شهرستان سنندج . پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکدهٔ علوم اجتماعی. گروه تعاون. گرایش برنامه‌ریزی و رفاه اجتماعی.

حسن زاده، ع. و قویدل، ص.(۱۳۸۴). چالش های تأمین مالی خرد روستایی در ایران، فصل‌نامهٔ اقتصاد کشاورزی و توسعه، مؤسسهٔ پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی، سال سیزدهم، ش ۴۹، بهار ۱۳۸۴ش.

رکن الدین افتخاری،ع. و عینالی، ج. (۱۳۸۴). ارزیابی اعتبارات خرد بانک کشاورزی در توسعهٔ اقتصاد روستایی، مطالعهٔ موردی شهرستان خدابنده، فصل‌نامهٔ پژوهش های بازرگانی، ش ۳۴، بهار ۱۳۸۴ش.

سعدی، ح. و مازار، ع. (۱۳۸۵). نقش اعتبارات خرد در توانمندسازی زنان روستایی، تجربهٔ بانک کشاورزی. مجموعه مقالات اعتبارات خرد توسعهٔ روستایی و فقرزدایی، مرکز تحقیقات اقتصادی بانک کشاورزی.

فروزنده، ل.(۱۳۷۷). بررسی اثرات فرهنگی – اقتصادی طرح خودکفایی بر خانواده‌های تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) در استان چهارمحال بختیاری.

قایدی،ع (۱۳۸۷). توانمندسازی با محوریت اشتغال. چاپ سوم، تهران: انتشارا ت آوای دانش گستر.

لاهوتی، ز.(۱۳۸۵). نقش بانک کشاورزی در توسعهٔ اعتبارات خرد برای زنان، مطالعهٔ موردی: طرح ایران. پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد. دانشکدهٔ اقتصاد و توسعهٔ کشاورزی تهران.

معاونت اشتغال و خودکفایی کمیتهٔ امداد (۱۳۸۷). برنامهٔ پنجسالهٔ اشتغال و خودکفایی کمیتهٔ امداد امام خمینی (ره).

نجفی اصل، ز. (۱۳۸۵). بررسی پیامدهای اعتبارات خرد روستایی بر توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار روستایی با تأکید بر طرح حضرت زینب کبری (س)، مطالعهٔ موردی در روستاهای تحت پوشش این طرح در شهرستان بوئین زهرا از توابع استان قزوین. پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکدهٔ علوم اجتماعی. گروه آموزشی توسعهٔ روستایی.

نجفی، ب. و یعقوبی، و. (۱۳۸۴). تأمین مالی خرد، راه‌کارهای نوین برای کاهش فقر در جوامع روستایی، فصل‌نامهٔ اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، ش ۴۹، بهار ۱۳۸۴ش.

نجفی، ب.(۱۳۸۲). تأمین مالی خرد: تجربه های جهانی و امکانات توسعه در ایران، فصل‌نامهٔ پژوهشی بانک و کشاورزی، شمارهٔ ۱، دورهٔ جدید.

Banki, A. (1993). Structure of the credit market and its Link with the other market, An analysis of village survey data in Bangladesh ,Indian Economic Review, 28(I):55-71.

Carter, M.R. (1989). The impact of credit on peasant productivity differentiation in Nicaragua", Journal of Development Economics, 31(1): 13-36

Ellis, F .(2002). Rural Livelihoods and Diversity in Developing Countries, Oxford University press

Goodwin, B.K. (1993). An empireal analysis of the demand for multiple peril crop in surance, American Journal of Agricultural Economics, vol. 75, pp. 425-434.

Hassanzadeh, A. And Arshadi, A. (2003). The role of micro-credit in rural development. Proceedings of the thirteenth conference on monetary policy and currency, Tehran, Institute for Monetary and Banking Central Bank. In Farsi.

Hossain, A. M. (1998). Poverty Alleviation and Empowerment: The Second impact Study of Brac's Rural Development Programme; Dhaka: BRAC

Hume, D. and Mosley, P. (1996). Finance Against Poverty, Volume l and 2, Routledge, London.

Johnson S. and Rogaly,B. (2004), Microfinance poverty Reduction. An axfam publication.

Khandker, R., Baqui, Kh. and Zahed, Kh. (1996). Grameen Bank: Performance and Sustainability. World Bank Discussion Paper 306; Washington, D.C.

Lina, S. (2010). Financing pro-poor entrepreneur-based innovation: A review of existing literature, Working Paper No. 2010-038, UNU-MERIT.

Lohmar, B. (2002). Land Tenure Policy and Farm Household Labor Allocation in China, USDA Working Paper.

Maclsaac. N,(1997). The role of Micro credit in Poverty Reduction and promoting Gender Equity, South Asia Partnership Canada.

Mohieldin, M.S. and wright, P.W.(2000). Formal credit market in economic development and Cultural Change, 48(3):57-67.

Schreiner, M. and Colombet, H. (2001). Microfinance, Regulation and uncollateralized loan to small producer Argentina. www.Macrofinance.com.

Sengupta, R. and Craig P. (2008). The Microfinance Revolution, Federal Reserve Bank of St Louis Review, January/February 2008,

Suresh, K.A. (1991). Impact of cooperative credit on agriculture income, Indian cooperative Review, 29(1):7-12.

Vanroose, A. (2008). The development of the microfinance sector: Which macro factors play a role? Solvay Business School, Université Libre de Bruxelles (ULB). Various Reports of NABARD and RBI.

چگونگی کارکرد صنعت گردشگری در فرآیند کارآفرینی و اشتغال

مهدی جمالی نژاد[1]
رسول حیدری[2]

چکیده

گردشگری به‌عنوان یک صنعت پوینده و اشتغال‌زا نقش بسیار مهمی را در جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌نماید. امروزه کشورهای زیادی به پشتوانهٔ رونق حاصل از گردشگری ساختارهای اقتصادی خود را بنیان نهاده‌اند و به اتکای آن اقتصاد خود را توسعه می‌دهند. گردشگری یکی از مهم‌ترین منابع درآمد تعداد زیادی از کشورهای جهان به‌حساب می‌آید. این پژوهش نیز براساس روشی توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی به بررسی جایگاه گردشگری در فرآیند کارآفرینی به‌طور کلی اقدام نموده است. نتایج حاکی از آن بود که گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجهٔ بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد و به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می‌تواند رهیافتی برای توسعهٔ اقتصادی باشد. به‌خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بنابراین، گردشگری در حال حاضر، با پویایی خاص خود می‌تواند تأثیرات عمده‌ای بر تحولات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی و محلی بر جای گذارد. امروزه یکی از شناخته‌شده‌ترین راهبردهای غیرسنتی برای توسعه، گردشگری و فرصت‌های مربوط به آن در زمینهٔ کارآفرینی است. به عبارت دیگر، توسعهٔ پایدار ناشی از گردشگری می‌تواند فرصت‌های فراوانی را به همراه بیاورد که در نهایت کارآفرینان می‌توانند وارد عرصه شده و همزمان توسعهٔ پایدار را رونقی مضاعف بخشند.

واژگان کلیدی: گردشگری، کارآفرینی، اشتغال‌زایی، توسعهٔ پایدار.

---

۱. دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه اصفهان، Email:jkarimi15@yahoo.com
۲. کارشناس ارشد حقوق عمومی.

مقدمه

امروزه گردشگری یکی از مهم‌ترین منابع درآمد تعداد زیادی از کشورهای جهان به حساب می‌آید. محدود بودن بسیاری از منابع همچون نفت، گاز و کانی‌های معدنی، دولت‌ها را به تفکر واداشته است که از منابع پایدارتری چون میراث فرهنگی و طبیعی خود بهره‌برداری نموده و با انواع برنامه‌ریزی‌ها این میراث و جذابیت‌های آن را تبدیل به منابع درآمد اقتصادی نمایند و علاوه بر این با این رو به حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی خود بپردازند (ثروتی و کزازی، ۱۳۸۵).

از سوی دیگر، توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه یکی از نیازهای جدی اقتصاد راکد ایران است. در شرایطی که کاهش درآمد سرانهٔ نفتی و در نتیجه کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک سو، بهره‌وری پائین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت از دیگر سو و خیل تازه‌واردان به عرصهٔ کار از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است. به‌نظر می‌رسد که توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است.

تجربهٔ دنیای امروز نشان داده است که نوآوری‌های مهم و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، در سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ دولتی اتفاق نخواهد افتاد. قابلیت تطبیق با بازار و نیاز روز، چیزی است که از یک ساختار بزرگ پیچیدهٔ تودرتو ساخته نیست و در نتیجه برای پیشرفت سریع و ارائهٔ محصولات جدید، تنها راه مؤثر، ایجاد و توسعهٔ شرایطی است که فعالیت‌های اقتصادی کوچک بتوانند تأسیس شوند و رقابت کنند. در کشورهای بزرگ و پیشرفته، اهمیت کارآفرینی فقط به خاطر مسئلهٔ ایجاد اشتغال نیست، بلکه دلیل اصلی این است که فعالیت‌های اقتصادی کوچکی که در این کشورها به‌وجود آمده و رشد کرده‌اند، توانسته‌اند سهم عمده‌ای در توسعهٔ فناوری‌های پیشرفته و از سوی دیگر تولید ثروت در دنیا را به خود اختصاص دهند. آمار نشان می‌دهد بیش از نود درصد جهش‌های رادیکال که می‌توان از آن به انقلاب تکنولوژیکی تعبیر کرد، در شرکت‌های کوچک و متوسط و نه در سازمان‌های بزرگ اتفاق افتاده است. ضمن اینکه نقش کارآفرینی در توسعهٔ اقتصادی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه‌گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت اقتصادی و اجتماعی است. این تحول با رشد و افزایش بازده همراه است که امکان تقسیم بین شرکت‌کنندگان مختلف را بیشتر فراهم می‌کند (زیاری و همکاران، ۱۳۹۰).

ارزیابی آثار اقتصادی توریسم

اولین دلیل توسعهٔ توریسم در اغلب کشورها و مناطق، بهره‌برداری از منافع اقتصادی آن است، ولی التزام به مفهوم توسعهٔ ملاحظات زیست‌محیطی و فرهنگی- اجتماعی را با اهمیت می‌سازد.

معیارهای اقتصادی قابل تعمق توریسم

۱. ایجاد درآمد و تقویت تولید ناخالص ملی: این معیار بیان‌کنندهٔ اهمیت نسبی صنعت توریسم در کل اقتصاد است.
۲. ارزآوری صنعت توریسم با گسترش توریسم بین‌المللی. این معیار، دریافت ناخالص ارز خارجی و کل ارزی را محاسبه می‌کند که پس از کسر عوامل برگشتی ارز خارجی در کشور باقی می‌ماند.
۳. اثر ضریب افزایش این معیار به آثار محرک، یک منبع بیرونی درآمد بر اقتصاددانان دارد.
۴. کمک به درآمدهای دولت: افزایش صادرات پنهان و جلوگیری از خروج ارز از کشور از طریق توریسم داخلی افزایش نرخ اشتغال.

تعادل توزیع درآمد، تسریع گردش پول، جذب سرمایه‌های سرگردان و به جریان انداختن آن در سرمایه‌گذاری سالم و بهره‌گیری از منابع از جمله اثرات اقتصادی صنعت توریسم به‌شمار می‌آید. از مزیت‌های اقتصادی توریسم برای دولت، گسترش دامنهٔ مالیات است، به این شکل که صنعت توریسم به نهادها و سازمان‌های مکمل و پشتیبان نیاز دارد تا امکانات و تسهیلات لازم برای آن فراهم آورد. از جملهٔ این سازمان‌ها می‌توان به شبکهٔ مخابرات، برق، خدمات حمل و نقل، متل‌ها و رستوران‌ها تسهیلات مسافرتی و حتی گسترش سیستم اطلاعاتی اشاره کرد (فتاحی کنعانی،۱۳۸۴،۲۲).

توریسم و اشتغال

۱. توریسم در مقایسه با سایر بخش‌ها بابت هر واحد سرمایه‌گذاری می‌تواند تعداد بیشتری را از نیروی انسانی به‌کار گیرد. به‌عبارت دیگر، توریسم از سایر بخش‌ها کاربرتر است و موجب بالابردن سطح اشتغال می‌شود.
۲. از دیدگاه کیفی در خصوص تربیت نیروی کار به تخصص‌های پیچیده نیاز ندارند و به‌همین دلیل تأمین نیروی انسانی مورد نیاز آن محتاج سرمایه‌گذاری و صرف وقت زیاد نخواهد بود.
۳. صنعت توریسم افراد را با مهارت‌های گوناگون به اشتغال درمی‌آورد و یکی از راه‌های مؤثر برای رفع بیکاری است.
۴. توریسم می‌تواند به‌عنوان یکی از راه‌های سریع بازگشت سرمایه تلقی شود.
۵. برای اشتغال یک نفر در این بخش نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی به سرمایه‌گذاری کمتری نیاز دارد.
۶.«سازمان توریسم جهانی» معتقد است که گسترش و توسعهٔ صنعت توریسم باعث ایجاد دویست میلیون شغل به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در آینده خواهد شد. همچنین براساس پیش‌بینی انجام‌شده در برنامه‌های سوم توسعه از طریق گسترش صنعت جهانگردی می‌توان ۸۰۰ هزار شغل در کشور ایجاد کرد.
۷. ایجاد اشتغال بر حسب نوع از مزیت‌های صنعت توریسم کشورها به‌شمار می‌آید. به‌طوری‌که در ایران می‌توان به این‌صورت مشاهده کرد:

الف) اشتغال مستقیم: اشخاصی که در مؤسسه‌های توریستی از قبیل هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های توریستی دفاتر سیاحتی به خدمت اشتغال دارند. به عبارت دیگر، نیروی انسانی که نقش مستقیمی در این صنعت دارد.

ب) اشتغال غیرمستقیم: مشاغلی که در بخش‌های تدارکاتی همچون کشاورزی، ماهیگیری، تولیدی ایجاد شده‌اند و در صنعت توریسم نقش غیرمستقیمی دارند. به عبارت دیگر، نیروهای این‌گونه مشاغل صرفاً برای صنعت توریسم به‌کار گرفته شده‌اند.

ج) اشتغال القایی: اشخاصی که به‌واسطهٔ هزینه کردن درآمدهای حاصل از اشتغال مستقیم و غیرمستقیم اشتغال می‌یابند. به عنوان مثال، توسعهٔ صنعت توریسم و توسعهٔ صنایع دستی منجر شده و سطح اشتغال را بالا می‌برد (مرندی، ۱۳۸۰ ، ۲۲).

کارآفرینی

زندگی کارآفرینانه زندگی است توأم با هیجان، ریسک، تنوع، تغییر، شکست، پیروزی، شوق، تلاش، خلاقیت و فرصت‌گرایی، زندگی‌ای که در آن از سکون و رخوت و ناامیدی خبری نیست کارآفرین همواره در جستجوی ایده‌ها و فرصت‌های جدید است. آنها اگرچه در مشاغل غیر مزد بگیری فعالیت می‌کنند، اما با صاحبان مشاغل آزادی که فقط در تلاش هستند تا موقعیت خود را حفظ کنند و منافع اقتصادی خود را بدون داشتن ایدهٔ جدید یا خلق فرصت‌های جدید کسب و کار افزایش دهند، تفاوت‌های بسیاری دارند. آنها خوداشتغالی را به‌علت عدم یافتن یک شغل استخدامی انتخاب نکرده‌اند، بلکه ممکن است سازمانی را به‌خاطر اجرای فکر و ایده‌شان ترک کرده باشند (اکبری، ۱۳۸۵).

تفاوت یک مغازه‌دار معمولی (صاحب شغل آزاد) با یک کارآفرین در این است که کارآفرین با وجود موفقیتی که به‌دست می‌آورد، همواره در جستجوی کالاهای جدید، روش‌های جدید خرید و فروش تبلیغ و جلب مشتریان جدید، بازارهای جدید و فعالیت‌های جنبی جدید می‌باشد. در حالی که یک مغازه‌دار معمولی از روش‌های رایج و معمول تقلید می‌کند، در محلی مغازهٔ خود را دایر می‌کند که بورس است، اجناسی را می‌خرد که همهٔ مغازه‌ها برای فروش عرضه می‌کنند، به‌طور کلی خرید و فروش بدون نوگرایی و فرصت‌گرایی انجام می‌گیرد- معمولاً واژهٔ کارآفرینی با ایجاد شغل و کسب و کار مترادف شده است. درحالی که اشتغال یکی از آثار کارآفرینی است. ممکن است فعالیت‌های کارآفرینانه اشتغال ایجاد نکند، اما تولید ثروت کند و یا به دانایی بیافزاید. کشورهای صنعتی خیلی سریع توانستند نقش کارآفرینان را در توسعهٔ اقتصادی کشف کنند و به دنبال توسعه و ترویج چنین فرهنگی در میان مدیران اقتصادی باشند. تأثیرات اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در جامعه بسیار چشمگیر می‌باشد. زمانی که کارآفرینی به‌عنوان شغل توسط بسیاری از اعضای یک جامعه پذیرفته شود، آن جامعه بسیار سریع توسعه می‌یابد. زیرا کارآفرینی موجب اشتغال می‌شود. زمانی که کارآفرینان یک شغل جدید را شروع می‌کنند، حداقل به یک یا دو کارمند نیاز دارند و در بعضی از مشاغل به صدها نفر نیاز است. ضمناً کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعهٔ کالاها و خدمات جدید هستند. آنها به دنبال روش‌هایی هستند که این کالاها و خدمات به‌طور مؤثر تولید شوند. تعهدات کارآفرینی موجب بهبود کیفیت زندگی و

ارتقای محصولات جدید می‌شود. با انجام خدمات مورد نیاز، زندگی را برای مردم راحت‌تر و ساده‌تر می‌کنند. کارآفرینان همواره در جستجوی شناسایی و یا ایجاد مواد اولیهٔ لازم برای تولید خدمات و کالاها هستند و ایجاد مؤسسات در مناطق اقتصادی که مواد خام، بکر دست‌نخورده دارند، باعث بهبود و توسعهٔ کشور می‌شوند و در نتیجه منجر به توزیع درآمد به‌طور متناسب در کشور و منطقه می‌گردند (هاشمی،۱۳۸۲).

آموزش کارآفرینی در صنعت گردشگری

یکی از اهداف اصولی آموزش‌های کارآفرینی، آموزش مهارت‌های مختلف برای ایجاد شغل می‌باشد. تجربهٔ کشورهای مختلف نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی نقش مهمی در ایجاد کسب و کارهای کوچک و تولید ثروت دارد. به‌طورکلی هدف از آموزش کارآفرین، تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات خود افرادی مؤسس باشند و کسب و کاری ایجاد نمایند. کارآفرینی در صنعت گردشگری به عوامل گوناگونی وابسته است. کارآفرینی امروزه یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت است. در ایران در اواخر سال ۱۳۷۹ آموزش و پرورش کارآفرینان در نظام آموزش عالی کشور با تأخیر چندین دهه نسبت به کشورهای توسعه‌یافته در وزرات علوم، تحقیقات و فناوری با عنوان طرح کارد مورد توجه قرار گرفت. امروزه آموزش کارآفرینی با یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی کارآفرینی در دانشگاه‌ها تشکیل شده است. در آسیا نیز هند، فیلیپین، مالزی نسبت به تشکیل مراکز تحقیقات کارآفرینی و آموزش کارآفرینی اقدام کرده‌اند.گردشگری ضمن آنکه سبب انبساط خاطر، آموزش و لذت مسافر می‌شود، برای دیگران کار و شغل ایجاد می‌کند. بر طبق پیش‌بینی WTO تا سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد جهانگردان به رقمی بالغ بر ۱/۶ میلیارد خواهد رسید و بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از این طریق قابل حل است. با آموزش و مشاورهٔ کارآفرینان این صنعت می‌توان با توجه به قابلیت‌های موجود به سوی توسعهٔ پایدار اقتصادی قدم گذاشت. بنابر پیش‌بینی سازمان بین‌اللمل جهانی، تعداد گردشگران مالزی تا سال ۲۰۱۵ به ۳۰ میلیون نفر می‌رسد. این در حالی است که مالزی با یک برنامه‌ریزی منسجم قصد دارد تعداد گردشگران خارجی کشورش را تا ۱۰۰ میلیون نفر افزایش دهد. همچنین برگزاری مسابقات فوتبال جام جهانی ۲۰۰۶ برای کشور آلمان، میزبان مسابقات ۳ میلیارد یورو درآمد ارزی در قبال صنعت گردشگری به‌دست آورد. در کل، یک میلیون خارجی وارد آلمان شدند و همچنین ۵ میلیون خارجی هم تنها برای اقامت یک‌شبه وارد آلمان شدند. هتل‌ها و رستوران‌ها با انفجار حجم تقاضا روبه‌رو بودند در عین حال از این رویداد ورزشی راه‌آهن «دویچه بان» هواپیمایی «لوفت‌هانزا» فرودگاه‌ها، خطوط اتوبوس‌رانی شهری و بین‌شهری کشتیرانی بیشترین بهره را نصیب خود کردند. در حال حاضر سالانه ۲۵۰ هزار نفر زائر از مالزی به حج عمره مشرف می‌شوند که مدت سفر آنها ۱۴ روز است که ۱۰ روز در عربستان و مابقی آن در کشورهایی مانند کویت, امارات و یا عمان به‌سر می‌برند. با یک برنامه‌ریزی درست و صحیح و ایجاد زیر ساخت‌های لازم می‌شود این جمعیت را برای یک روز هم که شده به ایران آورد.

صنایع دستی از منابعی است که می‌توان جهت ایجاد اشتغال روی آن سرمایه‌گذاری کرد و نتایج مطلوب به‌دست آورد، زیرا با احیای هر یک از رشته‌های صنایع دستی و آموزش آن و

ایجاد کارگاه‌های تولیدی در این رشته‌ها می‌توان صنعتگران زیادی را مشغول به کار کرد. ولی با برگزاری دوره‌های کارآفرینی در اینجا نیاز به کارآفرینانی است که بتواند با یک بازاریابی (Marketing) محصولات خود را به نحو مطلوب به گردشگران داخلی و خارجی عرضه دارند. چه هنوز محصولات صنایع دستی کشور نتوانسته‌اند آن‌طور که باید شناسانده شوند. البته باید به این نکته توجه داشت که آموزش به تنهایی پاسخگو نمی‌باشد. بهتر است که در کنار آموزش رشته‌های مختلف صنایع دستی، همزمان هنرجویان به سوی شرکت در کلاس‌های کارآفرینی و بازاریابی هدایت شوند تا بتوانند در ایجاد کسب و کارهای کوچک اقتصادی و کارگاه‌های تولیدی موفق گردند و به حداقل درصد شکست در این زمینه دست یابند (مجموعه مقالات همایش ملی صنایع دستی و ارتباط آن با صنعت توریسم ، ۱۳۸۸)

کارآفرینی؛ حلقهٔ مفقودهٔ صنعت گردشگری

امروزه بسیاری از فعالان صنعت گردشگری بر این اعتقاد هستند که یکی از مهم‌ترین مقوله‌های موجود، بحث اشتغال در این حوزه است. از سوی دیگر، همین گروه از جمله کارآمدترین راهکار مبارزه با این مشکل را بحث کارآفرینی می‌دانند. ما در عصری زندگی می‌کنیم که بسیاری از فعالیت‌های الکترونیکی و گردشگری، برمبنای کارآفرینی در حال شکل‌گرفتن است؛ به این معنا که بسیاری از فعالان این صنعت، باید به دنبال آن باشند که نسل جوان صنعت گردشگری را به سمت کارآفرینی سوق داده و هدایت کنند، اما تحقق این موضوع زمانی حاصل می‌شود که بسیاری از فرهیختگان، یافته‌ها و تجربیات خود را در حوزهٔ کارآفرینی به نسل‌های علاقه‌مند جوان انتقال دهند و البته در این راستا نباید از تأثیرگذاری اساتید و کارآفرینان این صنعت غافل ماند، چراکه آنها می‌توانند ایده‌های جدید و تازهٔ خود را در صنعت هتلداری و... به بهترین نحو ممکن، به‌منظور ارتقاء این صنعت ارائه دهند. رئیس هیئت‌مدیرهٔ جامعهٔ تورگردانان ایران در این‌باره معتقد است که دولت باید به‌منظور ایجاد اشتغال در این صنعت، برای علاقه‌مندان بازاریابی و ایجاد بازار کار نماید و از طرف دیگر، سازمان میراث فرهنگی نیز باید در جهت ایجاد اشتغال، برنامه‌ریزی مدونی را ارائه دهد و با توجه به آمار سازمان جهانی جهانگردی که در سال ۲۰۱۰، یک میلیارد و ۱۸۵میلیون نفر در دنیا به سیاحت خواهند پرداخت، باید به مسئلهٔ اشتغال‌زایی در گردشگری، توجه ویژه‌ای نمود. زیرا گردشگران ما به‌دنبال دریافت بهترین خدمات هستند که ارائهٔ این تسهیلات و خدمات، تنها وظیفهٔ سازمان میراث فرهنگی نیست، بلکه فعالان این عرصه ضمن فراگیری آموزش‌های مطلوب باید خدماتشان را ارائه دهند. با کمی بررسی می‌توان به این موضوع پی برد که امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا به‌خصوص در کشورهای توسعه‌یافته و خاورمیانه، ما شاهد اشتغال‌زایی در این صنعت هستیم. به‌طور مثال، چین رتبهٔ پنجم جهان را در حوزهٔ گردشگری به خود اختصاص داده است و از سوی دیگر ترکیه نیز ۲۳میلیارد دلار درآمد از صنعت گردشگری دارد. علت اصلی موفقیت آنها در این زمینه، تبلیغات گسترده در این کشورهاست که متأسفانه ایران، هنوز در این بخش آن‌طور که باید و شاید موفق به معرفی تاریخ و تمدن خود به جهانیان و گردشگران نشده است. از طرف دیگر، عده‌ای از فعالان جامعهٔ هتلداری نیز می‌گویند که مسئولان باید بحث کارآفرینی را در این صنعت جهت‌دهی کنند؛ بنابراین، از آنجا که در این حوزه عده‌ای کارآفرین و نوآور هستند، هنوز اقدامات

مطلوبی برای ارتقای این بخش صورت نگرفته و اینها همه درحالی است که اهمیت کارآفرینی را می‌توان در صنعت گردشگری مشاهده کرد، به خصوص در بخش مهمان‌نوازی و... که متأسفانه هنوز جهت‌دهی در این خصوص انجام نشده است. همچنین، کارآفرینی را می‌توان در بخش هتلداری بررسی کرد، چرا که باید به‌منظور جذب گردشگران خارجی، اقدام به احداث و راه‌اندازی هتل‌های استاندارد شود. عده‌ای از کارشناسان گردشگری در بخش خصوصی، بر این اعتقادند که موضوع کارآفرینی را باید از دوران کودکی و نوجوانی در بسیاری از کتب درسی پیاده کرد و فرهنگ کارآفرینی را با آموزش‌های مطلوب، به کودکان ارائه داد. باید آموخت که صنعت گردشگری نیازمند افکار و ایده‌های نو و جدید کارآفرینان است که همین عامل خود باعث اشتغال‌زایی جوانان خواهد شد. هم‌اکنون در کشورهای توسعه‌یافته، بسیاری از کارآفرینان ضمن استفاده از ایده‌های جدید خود در صنعت هتلداری و گردشگری، راه‌ها و شیوه‌های مختلفی را به‌منظور جذب گردشگران به کشورشان، ارائه می‌دهند که حرکت و فعالیت این گروه از افراد، به‌دلیل حمایت دولت از کارآفرینان به‌منظور حضور در عرصهٔ گردشگری می‌باشد. کشور ما نیز از شاخص‌ها و جاذبه‌های گردشگری زیادی برخوردار است که با برنامه‌ریزی دقیق و اجرای تورهای جدید، می‌توان به جذب گردشگران کمک کرد.

عناصر مستعد فعالیت کارآفرینانه در صنعت گردشگری

همان‌طور که در بحث چارچوب مفهومی اشاره شد، آنچه به نام صنعت گردشگری خوانده می‌شود، ترکیبی از فعالیت‌ها، خدمات و صنایع مختلف است. کمیت، کیفیت و هماهنگی عوامل و بخش‌ها در عرضهٔ محصول، نقش مهمی در موفقیت و توسعهٔ این صنعت در منطقه ایفا می‌کند و عناصر مختلف صنعت گردشگری را که فعالیت، همکاری و هماهنگی آنها در عرضهٔ محصول گردشگری ضرورت دارد، بیان نموده است. این عناصر عبارتند از:

الف) منابع گردشگری: ۱) منابع طبیعی، ۲) منابع انسانی

ب) زیرساخت‌های گردشگری: ۱) راه‌ها و محورهای ارتباطی، ۲) تسهیلات اجتماعی، ۳) تسهیلات زیربنایی، ۴) امکانات ارتباط راه دور

ج) تسهیلات پذیرایی از مهمانان: ۱) هتلها و مهمانپذیرها، ۲) خوراکی و نوشیدنی

د) تسهیلات سرگرمی‌و ورزش: ۱) امکانات تفریحی و فرهنگی، ۲) امکانات ورزشی

ه) خدمات واسطه‌ای گردشگری: ۱) سفرگذاری‌ها، ۲) دفاتر تبلیغاتی، ۳) دفاتر اطلاع‌رسانی، ۴) بنگاه‌های اتوموبیل کرایه، ۵) راهنماها

این عناصر را به شرح زیر بیان نموده‌اند:

الف) حمل و نقل: ۱) هوایی، ۲) راه‌آهن(ریلی)، ۳) جاده‌ای، ۴) دریایی

ب) اسکان و اقامتگاه: ۱) هتل، ۲) مهمانپذیر، ۳) راه‌سرا(متل)

ج) تسهیلات واسطه‌ای: ۱) سفرگذاریها، ۲) گشت‌پردازها

د) جاذبه‌ها: ۱) طبیعی، ۲) فرهنگی

ه) سایر خدمات: ۱) خدمات بخش عمومی، ۲) خدمات بخش خصوصی

تقسیم‌بندی سینکلر و استبلر در زمینهٔ موضوع تحقیق ما یعنی فعالیت‌های کارآفرینانه روایی بیشتری دارد. فعالیت‌های کارآفرینانه در هر پنج بخش ذکرشده توسط این دو می‌توانند تحقق یابند.

در بخش حمل و نقل، بخش خصوصی و شرکت‌های کوچک و حتی گاه فعالیت‌های تک‌نفرهٔ کارآفرینانه می‌تواند صورت پذیرد و موجبات سهولت حمل و نقل مسافران را فراهم کند. در بخش اسکان و اقامتگاه که حداکثر فعالیت‌های کارآفرینانه را شامل هستیم و فعالیت‌های مربوط به اقامت مسافران و پذیرایی از آنها از جمله رایج‌ترین بخش‌های فعالیت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری می‌باشد. تسهیلات واسطه‌ای نیز معمولاً پذیرای کنونی فعالیت‌های کارآفرینانه است که در قالب آژانس‌های مسافرتی و خدمات بالادستی و پایین‌دستی آنها انجام می‌گیرد. در بخش جاذبه‌ها عمدهٔ پتانسیل کارآفرینان در ایجاد، شناسایی و معرفی جاذبه‌های فرهنگی است که برای سایر مردم جذابیت داشته باشد.

بنگاه‌های کوچک کارآفرین و نظام گردشگری

گردشگری در مقیاس کوچک حدود یک دهه است که در ادبیات و مباحث علمی و مطالعاتی این صنعت به چشم می‌خورد. بر این اساس، شاخص‌های توسعهٔ رشد این صنعت از برنامه‌ریزی‌های مبتنی بر اجرای طرح‌های بلندمدت و سرمایه‌بر به طرح‌های مبتنی بر شایستگی‌ها، استعدادها و ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای با سرمایه‌بری اندک و در مقیاس کوچک متمایل می‌گردد. در این میان ایجاد، شکل‌گیری و توسعهٔ بنگاه‌های کوچک محلی و منطقه‌ای در زمینه‌های گوناگون صنعت گردشگری، مناسب جوامعی تعریف گردیده است که زیرساخت‌های اقتصادی و مالی، بستر فرهنگی و اجتماعی و زمینه‌های علمی و آموزشی آنها مجال سرمایه‌گذاری‌های گسترده و حرکت‌های شتاب‌دار را سلب می‌نماید.

تحقیقات گردشگری اساساً بر روی جنبه‌های فردی و اقتصادی راه‌اندازی یک شرکت جدید و یا توسعهٔ یک کسب و کار متمرکز شده است. در زمینهٔ توسعهٔ گردشگری، کارآفرینی پیچیده‌تر است و شامل اشکال به هم پیوسته‌ای از نوآوری است که توسط بازیگران مختلف چه به صورت فردی و چه به صورت جمعی برعهده گرفته می‌شود. توسعهٔ موفقیت‌آمیز گردشگری در سطح محلی با اهداف مشترک حاصل می‌شود (که اساساً یک مقصد را برای گردشگران جذاب‌تر می‌سازد). بنابراین، نیاز به افزایش تعداد کسب و کارهایی می‌گردد که در زمینهٔ گردشگری فعالند. از این‌رو، کارآفرینی جمعی در گردشگری یک رویهٔ جدید نیست، بلکه به دلیل رقابت فزاینده میان مقاصد گردشگری، تغییر شاخص‌های بازار و از همه مهم‌تر کاهش حمایت مستقیم مالی دولت‌ها، شرکت‌ها و فعالان گردشگری ناگزیر به کارآفرینی جمعی گردیده‌اند.

اسپیر(۲۰۰۰) کارآفرینی جمعی را به‌عنوان «کارآفرینی گروهی که توسط اهداف مشترکی به پیش رانده می‌شود و الزاماً از انگیزه‌های مشابه نشأت نمی‌گیرند» تعریف کرد. از دیدگاه فردگرایی، هرکس در گردشگری یا هر نوع توسعهٔ دیگر محلی شرکت کند، انگیزه و منفعت شخصی خود را دنبال می‌کند. اما کارآفرینی جمعی اساساً با کارآفرینی نهادی پیوند خورده است که از تئوری سازمان‌ها برخاسته و چارچوب نظری مناسبی را برای تشریح رویکرد جمعی به توسعهٔ اقتصادی گردشگری فراهم می‌کند.

کارآفرینی نهادی[1] فعالیت‌هایی را بیان می‌کند که سازمان‌ها یا بازیگران مختلف هم در بخش خصوصی و هم در بخش دولتی انجام می‌دهند و از منابع برای ایجاد فرصت‌های جدید و یا استفاده از فرصت‌های موجود استفاده می‌کنند. این کارآفرینان بر روی نهادهای سنتی فشار می‌آورند که سبب تغییر می‌شود و از این‌رو، فرصت‌های بیشتر و محیط مهمان‌نوازانه‌تری را برای شرکت‌های جدید و کارآفرین ایجاد می‌کنند. چنین نوع کارآفرینی علاوه بر سایر مشخصه‌های کارآفرینی و مهارت‌های تجاری، با رهبری، کاریزما و بصیرت آمیخته است. برای سازگار ساختن این مفهوم با زمینهٔ توسعهٔ گردشگری، این افراد می‌توانند برای مثال مدیران و مراجع محلی، رهبران دینی و غیره باشد که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با گردشگری در ارتباطند (زیاری و همکاران، ۱۳۹۰).

نتیجه‌گیری

موتور محرک اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافتهٔ کارآفرینان آن کشورها هستند، آنان با نوآوری و خلاقیت خود حرکت کمّی و کیفی یک اقتصاد را شتاب می‌بخشند. کارآفرینی نیروی اصلی توسعهٔ اقتصادی به حساب می‌آید که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به‌وجود می‌آورد. گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجهٔ بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد. گردشگری به‌عنوان یکی از منابع در آمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می‌تواند رهیافتی برای توسعهٔ اقتصادی باشد. گردشگری به‌خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. امروز صنعت گردشگری به اندازه‌ای در توسعهٔ اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را«صادرات نامریی» نام نهاده‌اند. صنعت توریسم از صنایعی است که در سال‌های اخیر به سرعت گسترش یافته و در ردیف یکی از بزرگ‌ترین منابع درآمد جهان در آمده است. بنابراین، گردشگری در حال حاضر، با پویایی خاص خود می‌تواند تأثیرات عمده‌ای بر تحولات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی و محلی بر جای گذارد. امروزه یکی از شناخته‌شده‌ترین راهبردهای غیرسنتی برای توسعه، گردشگری و فرصت‌های مربوط به آن در زمینهٔ کارآفرینی است.

منابع

اکبری، کرامت الله (۱۳۸۵)، توسعهٔ کارآفرینی، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
زیاری، کرامت الله (۱۳۹۰)، نقش فعالیت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری همدان، مجموعه مقالات همایش گردشگری و توسعهٔ پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.
فتاحی کنعانی، ایرج (۱۳۸۴)، توریسم و تأثیر آن بر جوامع روستایی، نشریهٔ دهاتی، سال دوم، شمارهٔ ۲۰.
مجموعه مقالات همایش ملی صنایع دستی و ارتباط آن با صنعت توریسم (۱۳۸۸)، اصفهان: نشرکنکاش.
مرندی، علیرضا (۱۳۸۰)، توسعهٔ جهانگردی در سیستان و بلوچستان با تکیه بر توریسم روستایی، نشریهٔ کشاورزی و صنعت، شمارهٔ ۳.
هاشمی، مهدی (۱۳۸۲)، مبانی علم کارآفرینی، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.

1. Institutional Entrepreneurship

راهکارهای افزایش روحیهٔ کار آفرینی در هنرجویان فنی و حرفه‌ای و کاردانش

شهین کرمی[1]
حسینعلی تقی پور[2]
کیقباد سلیمان پور[3]

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان فنی و حرفه‌ای و کاردانش بوده است. از آن‌جایی که این پژوهش به‌منظور بررسی میزان تأثیرگذاری هر یک از متغیرها بر افزایش روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان انجام شده است، روش پژوهش زمینه‌یابی بوده است. جامعهٔ آماری پژوهش متشکل از کلیهٔ دانش‌آموزانی بوده است که در سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰ در مدارس کاردانش و فنی حرفه‌ای استان مازندران مشغول به تحصیل بوده‌اند. نمونهٔ آماری شامل ۳۹۰ دانش‌آموز از مدارس کاردانش و فنی حرفه‌ای در سطح پنج شهرستان بوده که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به‌منظور جمع‌آوری داده‌های آماری از پرسش‌نامه‌ای محقق‌ساخته استفاده شد که شامل ۴۹ سؤال بود و ۱۰ خرده‌مقیاس را در ارتباط با روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان مورد بررسی قرار می‌داد. به‌منظور تجزیه و تحلیل سؤالات پژوهش از آزمون‌های کولموگراف - اسمیرنف و t تک‌گروهی استفاده شد. نتایج نشان داد که آمارهٔ آزمون t برای بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی (۱۰۸/۸۴)، دعوت مستمر از کارآفرینان موفق در مدرسه (۸۰/۵۷)، برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر (۸۴/۱۵)، اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی (۸۸/۰۰۳)، اعمال روش تدریس ایفای نقش (۹۰/۶۸)، نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق (۱۰۳/۶۲)، ایجاد کارگاه کارآفرینی (۹۹/۵۶)، اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک (۱۵/۱۹)، اجرای کارگاه مدیریت ریسک (۹۲/۱۴) و ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی (۷۸/۶۷) در افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش در سطح معناداری($p\leq$ ۰/۰۱) تأثیرگذار بودند. بنابراین، توجه بیش از پیش به این موارد از سوی مسئولان ذی‌ربط می‌تواند به ارتقای روحیهٔ کارآفرینی و پرورش دانش‌آموزان کارآفرین کمک شایان توجهی نماید.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، روحیهٔ کارآفرینی، کاردانش، فنی و حرفه‌ای.

---

۱. کارشناسی ارشد علوم تربیتی برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی چالوس،
Email:shahin.karami2013@yahoo.com
۲. استادیار و هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، Email:taghipour95@yahoo.com
۳. کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی و کارشناس مشاورهٔ سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای چالوس،
Email:soleimanpour_54@yahoo.com

مقدمه

کارآفرینی[1] فرایند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین[2] با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشدیابنده مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است، ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائهٔ خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین، کارآفرینان عوامل تغییر هستند که گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت‌انگیز نیز شده‌اند (امانی‌نژاد، ۱۳۸۵). انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می‌باشند که از جملهٔ آنها می‌توان نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و مهم‌تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال‌طلبی را نام برد. افراد از ویژگی‌های شخصیتی خاص و گوناگونی برخوردار می‌باشند. طبیعی است که برخی از ویژگی‌های کارآفرینان متمایز و برجسته‌تر از سایر افراد است؛ به طور مثال، داشتن خلاقیت و نوآوری، دارا بودن قدرت تحمل ابهام، داشتن اعتماد به نفس و عزت نفس، آینده‌نگر و عمل‌گرا بودن و فرصت‌شناس بودن. شیوه‌های پرورش این ویژگی‌ها متفاوت است.

مطالعه و بررسی در زمینهٔ اقدامات به‌عمل آمده در مورد موضوع کارآفرینی در کشورهای مختلف بیانگر آن است که دانشگاه‌ها در زمینه‌های آموزشی و پژوهشی پیش‌قدم بوده‌اند، ولی فارغ‌التحصیلان بدون توجه و قصد به‌کارگیری آموخته‌ها و قدرت ابتکار خود در راستای شروع کار و ارائهٔ محصول و خدمت در بازار کار، چندان موفق نبوده‌اند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷). کارآفرینی موتور تحول و توسعهٔ اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائهٔ ایده و فکر جدید، با قبول مخاطره و تحمل ریسک، ایجاد کسب و کار، محصول و خدمت جدید را ارائه می‌کند.

کانتیلون[3](۱۷۳۰) اولین کسی بود که این واژه را در علم اقتصاد ابداع نمود و آن را این‌چنین تعریف نمود: کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به‌منظور ترکیب به‌صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می‌کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات اطلاع ندارد (به نقل از احمدپور داریانی، ۱۳۸۷). کارآفرین کسی است که مسئولیت تولید و توزیع فعالیت اقتصادی خود را بر عهده دارد (باتیست سی[4]، به نقل از امانی‌نژاد، ۱۳۸۵). کارآفرینان کسانی هستند که در شرایط عدم قطعیت به اتخاذ تصمیم می‌پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز شخصاً می‌پذیرند (نایت[5]، به نقل از احمدپور داریانی، ۱۳۸۷). همچنین، کارآفرین کسی است که توانایی آن را دارد تا فرصت‌های کسب و کار را ببیند و آنها را ارزیابی کند، منابع لازم را جمع‌آوری و از آنها بهره‌برداری نماید، و سپس عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی نماید (امانی نژاد، ۱۳۸۵).

---

1. Entrepreneurship
2. Entrepreneur
3. Cantillon
4. Baptiste Say
5. Knight

مطالعهٔ پیشینهٔ پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی نشان‌دهندهٔ آن است که در زمینهٔ کارآفرینی تحقیقات متعدد و بسیاری صورت گرفته است. صمدی و شیرزادی اصفهانی (۱۳۸۶) در «بررسی رابطهٔ جو سازمانی مدرسه با روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان در مدارس اصفهان» به این نتیجه رسیدند که اولاً بین جو سازمانی و روحیهٔ کارآفرینی رابطهٔ مثبت و معنادار وجود دارد. دوماً شاخص‌های روحیهٔ کارآفرینی (خلاقیت، عزت نفس، انگیزهٔپیشرفت، منبع کنترل درونی، آینده‌نگری و خطرپذیری) در دانش‌آموزان، بالاتر از میانگین است. سوماً بین جو هنرستان‌ها و دبیرستان‌ها در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی رابطهٔ معنادار وجود ندارد. نورمی[1] و پاسیو[2] (۲۰۰۷) در پژوهشی تحت عنوان «کارآفرینی در فنلاند» دریافتند که در میان تمامی مدل‌ها و روش‌هایی که برای آموزش و ارتقای کارآفرینی در دانشگاه فنلاند استفاده شده است؛ تنها مدل مؤثر، سطح خودکفایی، خلاقیت و انگیزهٔ پیشرفت بود که به کارآفرینی منجر می‌شود. نورالدین منصور (۲۰۱۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که مسائلی از قبیل ریسک‌پذیری، ایفای نقش، عوامل مالی، اجتماعی، مدیریت دانش، مدرسه و برنامهٔدرسی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی هستند. به عبارت دیگر، همهٔ این عوامل رابطه‌ای مستقیم با کارآفرینی در میان دانش‌آموزان مدارس متوسطه دارند.

در حال حاضر یکی از تنگناهای اساسی توسعهٔ اقتصادی و صنعتی کشور کمبود نیروی انسانی کارآزموده و متخصص است. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده بزرگ‌ترین مشکل مدیریت منابع انسانی در صنایع جدید، کمبود شدید کادرهای میانی مانند تکنسین، استادکار و ... است. علاوه بر این، در اثر رشد اقتصادی، نیاز به کارهای فنی حرفه‌ای در جامعه فزونی گرفته و نظام آموزشی کشور باید پاسخ‌گوی این نیازها باشد. علی‌رغم نیازهای جامعه، جوانان مستعد و ساعی به دلایلی همچون عدم امنیت شغلی و ناهماهنگی بین سیاست اشتغال و دستمزد و آموزش نیروی انسانی، رغبت و تمایل چندانی به تحصیل در رشته‌های فنی حرفه‌ای ندارند. همچنین، آموزش فنی حرفه‌ای با محدودیت‌هایی همراه است که عبارتند از: ۱. بسیار پرهزینه و گران است. ۲. تأمین معلمان و استادکاران با صلاحیت بسیار مشکل است و ۳. به‌رغم مخارج هنگفت غالباً بازدهٔ لازم را ندارد. بنابراین، مسأله این است که چه تمهیداتی باید به کار برده شوند تا جاذبه‌های آموزش فنی حرفه‌ای در جامعه تقویت شود و افرادی که وارد این رشته می‌شوند از جهت کمّی متناسب با نیازهای اقتصادی جامعه باشند و این‌که چگونه می‌توان جوانان با استعداد و ساعی را به سوی این رشته متمایل نمود.

برخی تحقیقات نشان می‌دهند که در افراد قابلیت‌هایی وجود دارد که پرورش این قابلیت‌ها موجب کارآفرینی می‌شود. از مهم‌ترین این ویژگی‌ها خلاقیت، خطرپذیری، کنترل درونی، انگیزهٔ پیشرفت و استقلال‌طلبی است. روحیهٔ کارآفرینی به‌عنوان یک خصیصه از متغیرهایی است که در راستای فعالیت‌های آموزشی به‌تدریج در فراگیران متبلور می‌شود. افزایش روحیهٔ کارآفرینی همواره از اهداف آموزشی مقطع متوسطه به‌ویژه دوره‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش به‌شمار می‌رود. با توجه به ناکارآمدی این مقطع در ایجاد کارآفرینی و فقدان دستیابی به هدف‌های مربوط به کارآفرینی، این سؤال اساسی مطرح می‌شود که با

1. Nurmi
2. Passio

توجه به محدودیت‌های مالی و فرهنگی و ملاحظات مربوطه چه راهکارهایی برای ایجاد، تقویت و افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش وجود دارد؟

با توجه به مباحث مطرح‌شده، این مطالعه درصدد بوده است تا راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی را در هنرجویان فنی حرفه‌ای و کاردانش مورد بررسی قرار دهد. بر این اساس، سؤالات ذیل مطرح شده‌اند:

۱. بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۲. دعوت مستمر از کارآفرینان موفق در مدرسه تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۳. برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۴. اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۵. اعمال روش تدریس ایفای نقش تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۶. نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۷. ایجاد کارگاه کارآفرینی تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۸. اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۹. اجرای کارگاه مدیریت ریسک تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟
۱۰. ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی تا چه میزان موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش می‌شود؟

روش‌شناسی تحقیق

هدف پژوهش حاضر بررسی راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان فنی حرفه‌ای و کاردانش بوده است. بنابراین، روش تحقیق حاضر که به‌منظور کشف میزان تأثیرگذاری متغیرهای مورد بررسی بر روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان صورت پذیرفته، از نوع زمینه‌یابی بوده است. همچنین، از آن‌جا که به‌منظور جمع‌آوری داده‌های آماری از پرسش‌نامه استفاده شده است، از نوع توصیفی-پیمایشی نیز به‌شمار می‌آید، زیرا محقق بدون اعمال هیچ‌گونه دستکاری و کارآموزی، صرفاً به اندازه‌گیری هم‌زمان متغیرها پرداخته است.

جامعهٔ آماری پژوهش را کلیهٔ دانش‌آموزان مدارس فنی حرفه‌ای و کاردانش استان مازندران تشکیل داده‌اند که در سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰ مشغول به تحصیل بوده‌اند. طبق

آمار اعلام‌شده از سوی ادارهٔ آموزش و پرورش کل استان مازندران، این تعداد شامل ۳۲۳۰۱ دانش‌آموز بوده که به تفکیک ۲۰۵۵۶ دانش‌آموز در هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و ۱۱۷۴۵ دانش‌آموز در هنرستان‌های کاردانش مشغول به تحصیل بوده‌اند. به‌منظور تعیین حجم نمونهٔ آماری از جدول مورگان[1] استفاده شده است. بر این اساس، حجم نمونه ۳۹۰ دانش‌آموز هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش را در بر گرفته است. جهت انتخاب اعضای نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. بدین‌منظور، ابتدا به خاطر پراکندگی جغرافیایی مناطق استان مازندران سه ناحیهٔ شرق، مرکز و غرب استان در نظر گرفته شدند. سپس، از این سه منطقه پنج شهرستان (عباس‌آباد، گلوگاه، بابل، نکا و بابلسر) به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. در نهایت، محقق به‌صورت تصادفی ساده تعدادی از هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش را انتخاب و با مراجعه به این هنرستان‌ها، پرسش‌نامه‌ها را در میان ۲۳۰ دانش‌آموز رشتهٔ فنی حرفه‌ای و ۱۶۰ دانش‌آموز رشتهٔ کاردانش توزیع و پس از پاسخ‌گویی مشارکت‌کنندگان، آنها را جمع‌آوری نمود.

به‌منظور انجام آزمون به‌صورت میدانی، محقق به‌صورت حضوری به آزمودنی‌های پژوهش مراجعه کرده و پس از توجیه آنها دربارهٔ هدف از انجام این پژوهش و راهنمایی آنها در مورد چگونگی پاسخ دادن به پرسش‌نامه، آن را در میان آنها توزیع و پس از گردآوری داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS نسبت به تحلیل نتایج اقدام به‌عمل آمد. از آزمون‌های کولموگراف-اسمیرنف[2] و t تک‌گروهی نیز برای تحلیل سؤالات پژوهش استفاده شده است. جهت سنجش متغیرهای پژوهش از پرسش‌نامهٔ‌محقق ساختهٔ «راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان فنی حرفه‌ای و کاردانش» استفاده شده است. این پرسش‌نامه شامل ۴۹ سؤال و در طیف لیکرت[3] ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق بوده که به بررسی ۱۰ خرده‌مقیاس در زمینهٔ‌راهکارهای افزایش روحیهٔ‌کارآفرینی دانش‌آموزان پرداخته است. خرده‌مقیاس‌های مورد بررسی در این پژوهش عبارتند از: بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی (۶ سؤال)، دعوت مستمر از کارآفرینان موفق (۵ سؤال)، برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر (۴ سؤال)، اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی (۴ سؤال)، اعمال روش تدریس ایفای نقش (۵ سؤال)، نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق (۷ سؤال)، ایجاد کارگاه کارآفرینی (۵ سؤال)، اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک (۶ سؤال)، اجرای کارگاه مدیریت ریسک (۵ سؤال) و ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی (۲ سؤال).

محقق برای محاسبهٔ روایی پرسش‌نامه از روایی صوری و روایی محتوایی استفاده کرده است. برای برآورد روایی صوری و محتوایی این پرسش‌نامه، آن را به رویت چند تن از اساتید و کارشناسان در رشتهٔ کارآفرینی رسانده و از نظرات آنها برای تنظیم و تصحیح استفاده شده است. برای روایی سازه چون آزمون مشابهی در این زمینه وجود نداشت، روایی سازهٔ آن مورد بررسی قرار نگرفته است. به‌منظور تعیین میزان پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ[4] استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای هریک از خرده‌مقیاس‌ها در جدول شمارهٔ۱ ارائه شده است.

1. Morgan
2. Kolmogorove-Smirnov
3. Likert Scale
4. Cronbach's Alpha

جدول ۱. ضرایب پایایی زیر مقیاس‌های آزمون راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان

مؤلفه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی	۰/۸۶
دعوت مستمر از کارآفرینان موفق در مدرسه	۰/۸۴
برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر	۰/۸۶
اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی	۰/۷۶
اعمال روش تدریس ایفای نقش	۰/۸۵
نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق	۰/۸۴
ایجاد کارگاه کارآفرینی	۰/۸۲
اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک	۰/۸۰
اجرای کارگاه مدیریت ریسک	۰/۷۷
ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی	۰/۸۱

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ در همهٔ موارد بالاتر از ۰/۷ بوده که بیانگر سطح مطلوب پایایی خرده‌مقیاس‌ها است. همچنین، ضریب آلفای کرونباخ کل آزمون ۰/۸۲ بوده است که با توجه به این‌که عددی بیشتر از ۰/۷ است، نشان می‌دهد که آزمون از پایایی مناسب برخوردار بوده است.

یافته‌ها

پس از تأیید نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگراف-اسمیرنف، به‌منظور بررسی میزان اثرگذاری هر یک از مؤلفه‌ها در افزایش روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان از آزمون t تک گروهی استفاده شده است که نتایج آن در جدول شمارهٔ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. آمارهٔ‌آزمون مربوط به تأثیر مؤلفه‌های راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان

	سطح معناداری	سطح مطلوبیت	t	درجهٔ آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین‌ها	۰/۹۵ فاصلهٔ اطمینان	
							پایین	بالا
بازدیدهای علمی‌از صنایع و مراکز تولیدی	۰/۰۹	۱۲	۱۰۸/۸۴	۳۸۹	۰/۰۱	۱۷/۳۵	۱۷/۰۴	۱۷/۶۶
دعوت مستمر از کارآفرینان موفق در مدرسه	۰/۱۰	۱۰	۸۰/۵۷	۳۸۹	۰/۰۱	۱۳/۸۷	۱۳/۹۵	۱۴/۲۱

	سطح معناداری	سطح مطلوبیت	t	درجهٔ آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین‌ها	۰/۹۵ فاصلهٔ اطمینان	
							پایین	بالا
برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر	۰/۰۶۴	۸	۸۴/۱۵	۳۸۹	۰/۰۱	۱۰/۷۰	۱۰/۴۵	۱۰/۹۵
اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی	۰/۰۵۴	۸	۸۸/۰۰۳	۳۸۹	۰/۰۱	۱۱/۴۳	۱۱/۱۸	۱۱/۶۹
اعمال روش تدریس ایفای نقش	۰/۱۶	۱۲	۹۰/۶۸	۳۸۹	۰/۰۱	۱۴/۰۳	۱۳/۷۲	۱۴/۳۳
نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق	۰/۰۱۱	۱۴	۱۰۳/۶۲	۳۸۹	۰/۰۱	۱۸/۹۴	۱۸/۵۸	۱۹/۳۰
ایجاد کارگاه کارآفرینی	۰/۰۵۳	۱۰	۹۹/۵۶	۳۸۹	۰/۰۱	۱۴/۵۶	۱۳/۹۶	۱۴/۵۳
اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک	۰/۰۶	۱۲	۱۵/۱۹	۳۸۹	۰/۰۱	۱۸/۵۶	۱۶/۱۶	۲۰/۹۷
اجرای کارگاه مدیریت ریسک	۰/۱۸	۱۰	۹۲/۱۴	۳۸۹	۰/۰۱	۱۴/۱۴	۱۳/۸۳	۱۴/۴۴
ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی	۰/۰۸	۴	۷۸/۶۷	۳۸۹	۰/۰۱	۶/۶۸	۶/۰۱	۶/۳۲

نتایج جدول فوق حاکی از آن است که سطح معناداری درخصوص آزمون کولموگراف-اسمیرنف در هر ده مورد بالاتر از ۰/۰۵ بوده است. لذا، نرمال بودن توزیع داده‌ها مورد تأیید قرار گرفته است. بنابراین، از آزمون t تک گروهی برای تجزیه و تحلیل سؤالات پژوهش استفاده شده است.

با توجه به جدول فوق آمارهٔ آزمون برای بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی (۱۰۸/۸۴)، دعوت مستمر از کارآفرینان موفق در مدرسه (۸۰/۵۷)، برنامه‌ریزی جلسات بحث

آزاد و اتاق فکر (۸۴/۱۵)، اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی (۸۸/۰۰۳)، اعمال روش تدریس ایفای نقش (۹۰/۶۸)، نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق (۱۰۳/۶۲)، ایجاد کارگاه کارآفرینی (۹۹/۵۶)، اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک (۱۵/۱۹)، اجرای کارگاه مدیریت ریسک (۹۲/۱۴) و ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی (۷۸/۶۷) و درجهٔآزادی برابر با ۳۸۹ است. همچنین، با توجه به تفاوت میانگین‌ها و سطح معناداری ۰/۰۱، می‌توان گفت که تمامی راهکارهای افزایش روحیهٔ کارآفرینی در ارتقای روحیهٔ کارآفرینی در هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش مؤثر بوده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی راهکارهای ارتقای روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش بوده است. بدین منظور، ده مؤلفه که به نظر می‌رسید در افزایش روحیهٔ کارآفرینی تأثیرگذارند، مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج به‌دست آمده بیانگر این بود که تمامی مؤلفه‌های افزایش روحیهٔ کارآفرینی (بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی، دعوت مستمر از کارآفرینان موفق، برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر، اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی، اعمال روش تدریس ایفای نقش، نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق، ایجاد کارگاه کارآفرینی، اجرای کارگاه مدیریت استراتژیک، اجرای کارگاه مدیریت ریسک، و ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی)در سطح معناداری($p \leq$ ۰/۰۱) بر افزایش روحیهٔکارآفرینی هنرجویان هنرستان‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش اثر می‌گذارند. در ارتباط با این یافتهٔ پژوهشی در ادبیات پژوهشی نتیجه‌ای یافت نشد که به‌طور مستقیم به این موارد پرداخته باشد، اما می‌توان آن را با نتایج پژوهش نورالدین منصور (۲۰۱۱) هم‌سو دانست؛ زیرا وی در پژوهش خود ایفای نقش، مدرسه و برنامه‌های درسی را از عوامل مؤثر بر کارآفرینی در میان دانش‌آموزان معرفی نموده است.

در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت که دانش‌آموزان در بازدیدهای علمی از صنایع و مراکز تولیدی، افرادی را می‌بینند که به موفقیت‌های چشمگیری دست یافته‌اند. دعوت مستمر از کارآفرینان موفق در مدرسه جهت سخنرانی موجب می‌شود دانش‌آموزان با افرادی آشنا شوند که مثل آنها زمانی یک دانش‌آموز بوده، ولی اکنون به یک کارآفرین موفق در عرصهٔ اقتصاد و اجتماع تبدیل شده‌اند. از این‌رو، آنان می‌توانند به آیندهٔ خود چه از لحاظ کاری و غیرکاری امیدوار شوند. برنامه‌ریزی جلسات بحث آزاد و اتاق فکر نیز سبب می‌شود تا دانش‌آموزان از آزادی عمل بیشتری در هنرستان‌ها برخوردار شوند، با همکاری یکدیگر کارهای زیادی انجام دهند و از روابطشان با هم لذت بیشتری ببرند. بدین ترتیب، می‌توانند چگونگی کار کردن در گروه را در آینده، یاد بگیرند.

روش‌های تدریس از دیگر عناصر مهم در برنامه‌ریزی دوره‌های آموزشی هستند. در مورد روش‌های تدریس کارآفرینی، روش مشخصی پیشنهاد نشده است، اما مرور ادبیات پیرامون کارآفرینی، تغییر از آموزش سنتی کارآفرینی را به سمت پذیرش روش‌های تدریس نوین کارآفرینی که مبتنی بر یادگیری به‌وسیلهٔ عمل است، نشان می‌دهد. اعمال روش تدریس بدیعه‌پردازی سبب افزایش تفکر خلاق، مشکل‌گشایی در مواقع خاص، بر هم زدن سنت‌های

متداول و گسترش افق‌های فردی و اجتماعی در دانش‌آموزان می‌شود. تدریس به شکل داستان‌سرایی و بیان داستان‌هایی از افراد کارآفرین می‌تواند به افزایش روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان کمک نماید. همچنین، اعمال روش تدریس ایفای نقش نیز یکی از شیوه‌های نوین آموزشی است که طی آن دانش‌آموز می‌تواند خود را به‌جای فرد کارآفرین گذاشته و سعی کند با دیگر دانش‌آموزانی که آنها نیز مشغول ایفای نقش هستند، به تعامل پردازد. لذا، مشارکت فعالانهٔ فراگیران در مباحث کلاسی و کارآفرینی می‌تواند به افزایش روحیهٔ کارآفرینی آنها کمک نماید.

نمایش فیلم در بسیاری از روش‌های درمانی به‌کار گرفته می‌شود. مشاهدهٔ فیلم می‌تواند تأثیرات عمده‌ای بر تفکر و منش افراد به‌جای گذارد. از این‌رو، نمایش فیلم‌های تاریخ توسعهٔ شرکت‌های موفق نیز می‌تواند بر روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان اثرات مثبتی داشته باشد، زیرا با مشاهدهٔ چنین فیلم‌هایی، دانش‌آموزان آینده و سرنوشت خود را به صورت یک رویداد در فیلم می‌بینند و این امر روحیهٔ کارآفرینی آنان را ارتقاء خواهد داد.

در کارگاه‌های کارآفرینی اطلاعات لازم در زمینهٔ کارآفرینی به دانش‌آموزان داده می‌شود و آنها در می‌یابند که بر خلاف تفکر و دیدگاه‌های دیگران می‌توانند فرد مفیدی در جامعه باشند. بنابراین، ایجاد کارگاه‌های کارآفرینی نیز می‌تواند در ارتقای روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان مؤثر باشد. اجرای کارگاه‌های مدیریت استراتژیک موجب افزایش روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان می‌شود، زیرا با مدیریت صحیح می‌توان بسیاری از مشکلات و مسائل مرتبط با کارآفرینی را رفع نمود و تدابیر لازم جهت افزایش روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان را فراهم آورد.

کارآفرینی با ریسک همراه است، اما می‌توان با مدیریت صحیح میزان ریسک را به حداقل رساند. به عبارت دیگر، اجرای کارگاه‌های مدیریت ریسک می‌تواند ابهامات موجود پیرامون مسألهٔ کارآفرینی را حل و فصل نماید و از نگرانی‌ها در مورد خطرپذیری کارآفرینی بکاهد. لذا، می‌تواند در افزایش روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان تأثیرگذار باشد.

تعمیق و گسترش فرهنگ کارآفرینی به‌عنوان یکی از نیازهای ضروری جامعه نیازمند توجه اساسی مسئولان می‌باشد. ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی موجب آشنایی مردم با این دیدگاه می‌شود که می‌توان با کارآفرینی تا حدود زیادی از نرخ بیکاری به‌ویژه بیکاری پس از تحصیل کاست. با توسعهٔ چنین فرهنگی در جامعه، والدین بیش از گذشته فرزندان خود را به تحصیل در رشته‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش ترغیب می‌کنند و بدین ترتیب افراد بیشتری به این رشته‌ها روی خواهند آورد. در واقع، با ارتقای فرهنگ کارآفرینی در اذهان عمومی، روحیهٔ کارآفرینی هنرجویان افزایش می‌یابد.

در مجموع، ماهیت موضوع کارآفرینی به‌عنوان جنبه‌ای مهم از خلاقیت انسان همواره در زندگی وی وجود داشته است، ولی محتوا و شکل آن دستخوش تغییر و تحولات عمیقی شده و به معنای امروزی مفهومی جدید می‌باشد. کارآفرینی نقش مهمی در تکامل تمدن و پیشرفت جامعهٔ بشری داشته و دارد. کاربردی شدن و توسعهٔ خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها، عمومیت یافتن ابداعات و اختراعات، انبوه تولیدات و خدمات و انواع سازمان‌های تولیدی، صنعتی، آموزشی، درمانی، اداری و غیره همه حاصل فرایندهای کارآفرینی هستند و آنها را می‌توان پدیده‌های کارآفرینانه به‌شمار آورد. بنابراین، افزایش روحیهٔ کارآفرینی در میان

دانش‌آموزان و هنرجویان مدارس در توسعهٔ پدیده‌های کارآفرینانه نقش قابل توجهی خواهند داشت.

به‌منظور ارتقای روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان و هنرجویان مدارس پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه شده است:

- ✓ لازم است به‌منظور پرورش استعدادها، نوآوری‌ها و خلاقیت دانش‌آموزان در مقطع متوسطه، تدابیر لازم در نظام آموزشی اندیشیده شود.
- ✓ در هر ناحیهٔ آموزش و پرورش حداقل یک مرکز مهارت‌آموزی برای رشته‌های کاردانش و فنی حرفه‌ای تأسیس گردد.
- ✓ محتوای کتاب‌ها و برنامه‌های درسی به‌گونه‌ای تدوین شوند که آموزش‌ها و تقویت فرهنگ کارآفرینی در آنها تعبیه شده باشد.
- ✓ به‌منظور دسترسی آسان دانش‌آموزان به مطالب مرتبط با کارآفرینی، کتابخانه‌های مدارس به کتاب‌ها و فیلم‌های آموزشی در این زمینه مجهز شوند.
- ✓ مشاوران مدرسه در هنگام انتخاب رشتهٔ تحصیلی در مقطع متوسطه براساس علایق، انگیزه‌ها و استعدادهای دانش‌آموزان، آنها را راهنمایی و به سمت رشته‌های کاردانش و فنی حرفه‌ای هدایت نمایند.
- ✓ از مدرسان کارآفرین یا دارای روحیهٔ کارآفرینی به‌منظور تدریس در مدارس استفادهٔ شایسته به‌عمل آید.

منابع

احمدپور داریانی، م(۱۳۸۷). مبانی کارآفرینی. انتشارات فراندیش، تهران، چاپ پنجم.

امانی نژاد، م (۱۳۸۵). کارآفرینی در ساختار سازمانی مناسب، عامل توسعهٔ سازمان. *نشریهٔ مدیریت*، شمارهٔ ۸۹ و ۹۰.

صمدی، پ.؛ شیرزادی اصفهانی، ه (۱۳۸۶). بررسی رابطهٔ جو سازمانی مدرسه با روحیهٔ کارآفرینی دانش‌آموزان در مدارس اصفهان. فصل‌نامهٔ نوآوری‌های آموزشی، سال پنجم، شمارهٔ ۱۶.

Norudin Mansor, A. (2011). School provide the platform? *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 1, No.3.

Nurmi, piia, & paasio, K.(2007). *Entrepreneurship Finish University*. education and training, Vol 49, No, 1, 56 – 65.

شیوه‌های تلفیق آموزش کارآفرینی در برنامهٔ درسی دوره‌های مهارت‌آموزی

بتول جمالی زواره[1]
حوریه شادفر[2]

چکیده

کارآفرینی و یا به عبارت دیگر حرکت به سوی خوداشتغالی، در رشد و توسعهٔ اقتصادی کشورها، نقش مهمی ایفا می‌کند. برای ارتقاء و گسترش مهارت‌های خوداشتغالی لازم است زیرساخت‌هایی برای گسترش روحیهٔ کارآفرینی در افراد ایجاد شود؛ به‌طوری‌که افراد بتوانند ریسک آغاز یک حرفه را بپذیرند. از آنجا که یکی از اهداف دوره‌های آموزش مهارت، ایجاد اشتغال می‌باشد، آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی یکی از آموزش‌های اساسی این دوره‌ها محسوب می‌شود. هدف این مقاله بررسی شیوه‌های تلفیق آموزش‌های کارآفرینی در برنامهٔ درسی دوره‌های مهارت‌آموزی می‌باشد. روش کار توصیفی- تحلیلی است و برای جمع‌آوری اطلاعات از مقالات معتبر و کتاب‌های تخصصی استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی را می‌توان به‌صورت رسمی و غیررسمی در برنامهٔ درسی مهارت‌آموزی تلفیق نمود. همچنین، می‌توان شیوه‌های متنوعی برای آموزش کارآفرینی استفاده نمود که از مهم‌ترین آنها می‌توان به یادگیری مسأله‌محور، آموزش‌های مبتنی بر عمل و یادگیری مبتنی بر فرصت اشاره نمود.

واژگان کلیدی: مهارت‌آموزی، کارآفرینی، آموزش، یادگیری.

۱. کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، Email:b.jamali@yahoo.com
۲. دانشجوی دکترای برنامهٔ درسی، اصفهان، دانشگاه اصفهان دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، Email:horiyehshadfar@yahoo.com

مقدمه

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تدارک فرصت‌های یادگیری مهارتی است که باعث می‌شود افراد مولد شوند و بتوانند در قسمت‌های مختلف اقتصادی، مشاغلی را به عهده بگیرند و افراد را برای اشتغال درآمدزا آماده کنند. آموزش‌های فنی و حرفه‌ای برای آماده‌سازی افراد برای یک حرفه یا شغل تخصصی فراهم شده، به‌گونه‌ای که به‌طور مستقیم با تولیدات ملی مرتبط است (لتک‌سری و رجی‌مکی[1] ۲۰۱۱). بنابراین، حرفه‌آموزی یا مهارت‌آموزی به نگرش، دانش، مهارت و الگوهای رفتاری مورد نیاز یک فرد برای انجام عملکرد مناسب در یک وظیفه یا شغل معین اطلاق می‌شود. هدف از مهارت‌آموزی تربیت افراد برای پذیرفتن مشاغل و تخصص‌های گوناگون در بازار کار می‌باشد (شعبانی، ۱۳۸۶). سرمایه‌گذاری در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای هم در کشورهای در حال توسعه و هم در کشورهای پیشرفته حیاتی است. یونسکو[2] تجدید نظر در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را توصیه می‌کند و بیان می‌دارد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای هم در کشورهای پیشرفته و هم در حال توسعه باید با توجه به توسعهٔ علمی، فنی؛ اجتماعی، رشد و توسعهٔ اقتصادی، پدیدهٔ جهانی شدن و انقلاب در فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات از جنبه‌ای اصلی مورد تجدید نظر قرار گیرد (یونسکو، ۲۰۰۱). موضوعی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که همهٔ فارغ‌التحصیلان اعم از فارغ‌التحصیلان رشته‌های فنی و حرفه‌ای و هم سایر فارغ‌التحصیلان باید برای بازار کار در حال تغییر مجهز شوند. مؤسسات آموزشی باید فارغ‌التحصیلانی تربیت کنند که قادر باشند در محیط کار به شیوهٔ کارآفرینانه عمل کنند و یا بتوانند به ایجاد شغل جدید و خوداشتغالی اقدام نمایند (هینس و ریچاردسون[3] ۲۰۰۷). بنابراین، از آنجاکه هدف دوره‌های مهارت‌آموزی ایجاد مهارت در کارآموزان و آمادگی آنها برای بازار کار می‌باشد، نیاز به آموزش‌های کارآفرینی در این دوره‌ها بیش از پیش ضروری است. اما متأسفانه در دوره‌های کارآموزی کمتر این مسأله مورد توجه قرار گرفته است. مقالهٔ حاضر پس از بررسی مفهوم آموزش کارآفرینی به شیوه‌های آموزش کارآفرینی در دوره‌های مهارت‌آموزی پرداخته و سپس به بررسی سه رویکرد در آموزش کارآفرینی یعنی رویکرد مسأله‌محور، مبتنی بر فرصت و آموزش‌های عمل‌محور پرداخته است.

آموزش کارآفرینی

اگرچه کارآفرینی موضوع جدیدی نیست، اما در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای را به خود جلب کرده است. به‌طوری‌که یکی از عواملی که در عدم دستیابی کشورها در رشد و توسعهٔ اقتصادی مورد توجه قرار گرفته، عدم وجود کارآفرینی چه در سطح فردی و سازمانی و چه در سطح جامعه است. تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی نقش مهمی در رشد و توسعهٔ اقتصادی دارد و یکی از عوامل رشد تولیدات در جامعه است (دری یانتو[4]، ۲۰۱۲). در ادبیات

1. Lettxary& Rjihimaki
2. UNESCO
3. Hynes &Richardson
4. Driyanto

کارآفرینی تعاریف مختلفی از این واژه ارائه شده است، اما تاکنون تعریفی رسمی که توسط صاحب‌نظران پذیرفته شده باشد، وجود ندارد. در این بخش به چند مورد از تعاریف کارآفرینی اشاره می‌شود: «کارآفرینی فرایند خلق چیزی متفاوت و با ارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن است که با ریسک‌های مالی، روانی، اجتماعی و پاداش‌های مادی و رضایت فردی همراه است» (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۸۵، ص ۱۵). آنتونکیز[1] (۲۰۰۷) تعاریف مربوط به کارآفرینی را به‌طورکلی در چهار حیطه به شرح زیر دسته‌بندی کرده است:

- ✓ ریسک‌پذیری یک کار جدید: این حیطه به ایجاد یک شغل جدید مرتبط با محصولات موجود، بدون توجه به سطح استقلال اقتصادی و یا وسعت آن، اشاره دارد
- ✓ نوآوری: این حیطه به نوآوری در تولید و خدمات با تأکید بر فناوری اشاره دارد.
- ✓ خودنوسازی: اشاره به تغییر سازمان از طریق ایده‌های اساسی و تجدید نظر در اهداف اساسی سازمان است.
- ✓ فعالیت حرفه‌ای: شامل ابتکار یا ریسک‌پذیری و توافقات رقابتی است که بر گرایش‌ها و فعالیت‌های مدیران رده بالا انعکاس می‌یابد.

ایرلنید[2] و همکاران (۲۰۰۱) معتقدند کارآفرینی ایجاد منبع جدید یا ترکیب منابع موجود به شیوهٔ جدید به‌منظور رشد و تجاری‌سازی تولیدات جدید و حرکت به سوی بازارهای جدید یا ارائهٔ خدمات به مشتریان جدید است.

علی‌رغم رشد دانش کارآفرینی و توجه به جنبه‌های مختلف آن، بحث‌های مداومی بین متخصصان این رشته، که کارآفرینی ذاتی یا اکتسابی است، وجود دارد. این دیدگاه، که خصوصیات کارآفرینان را به این دلیل که ارثی و ذاتی هستند نمی‌توان آموزش داد، سالیان زیادی رایج بوده است. امروزه کارآفرینی به عنوان یک رشته شناخته می‌شود و این دیدگاه را به اثبات می‌رساند که کارآفرینی قابل آموزش و یادگیری است. اگرچه برخی ویژگی‌های کارآفرینی مانند داشتن والدین کارآفرین و یا ریسک‌پذیر بودن ذاتی را نمی‌توان آموزش داد، اما بسیاری از قابلیت‌های دیگر را می‌توان آموزش داد، تا شخص کارآفرین شود. پیش‌فرض آموزش کارآفرینی این است که همهٔ افراد ذاتاً کارآفرین هستند، یعنی توانایی کارآفرین شدن در همهٔ افراد وجود دارد (مارکز و البرکیوریکو[3]، ۲۰۱۲).

نیاز برای قرار دادن آموزش‌های کارآفرینی در آموزش رسمی، دغدغهٔ بسیاری از تصمیم‌گیرندگان و محققان است. این مسأله به واسطهٔ مهارت‌ها و نگرش‌هایی است که لازمهٔ زندگی جوانان می‌باشد و به‌وسیلهٔ کارآفرینی آموزش داده می‌شود. آموزش کارآفرینی جوانان را با مهارت‌های کارآفرینی آشنا می‌سازد و آنها را قادر می‌سازد تا با اطمینان وارد دنیای کار شوند و حس خودارزشی در آنها به‌وجود می‌آید (نیکری نا[4]، ۲۰۱۰). پیترمن و کندی[5] (۲۰۰۳) در پژوهش خود شواهدی یافت که تجارب کارآفرینی فراگیران در طول آموزش،

1. Antoncis
2. Irelaned
3. Marques & Albaquerqu
4. Nkirina
5. Peterman& Kennedy

تمایل آنها را برای ایجاد کسب و کارهای جدید تقویت می‌کند. بنابراین، مهم است که کارآفرینی، به‌منظور ایجاد فرهنگ کارآفرینی ترویج شود؛ و این امر از طریق آموزش‌های جدید و اثربخش کارآفرینی انجام شود (بی‌جرک[1]، ۲۰۰۸).

همانند مفهوم کارآفرینی، برای آموزش کارآفرینی نیز تعاریف مختلفی ارائه کرده‌اند که به چند مورد آن اشاره می‌شود:

گروهی از مولفان، آموزش کارآفرینی را ایجاد مهارت و نگرش به کارآفرینی و مهارت‌آموزی برای آغاز یک حرفه و رشد قابلیت‌های کارآفرینی می‌داند (هینس[2]، ۱۹۹۶). کارولسکای[3] (۲۰۰۵)، آموزش کارآفرینی را به‌عنوان تشخیص فرصت، نظم دادن به منابع در هنگام ریسک و ایجاد یک کسب و کار مخاطرهآمیز می‌داند. بنابراین، می‌توان گفت آموزش کارآفرینی ابزاری برای تجهیز دانشجویان و دانش‌آموزان به دانش، مهارت و نگرش برای بهره‌گیری از فرصت‌ها در محیط می‌باشد.

هینس (۱۹۹۶)، بین آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی کارآفرینی تفاوت قائل می‌شود (جدول ۱). وی آموزش کارآفرینی را فرایند یا مجموعه‌ای از فعالیت‌ها می‌داند که هدف آن توانا ساختن افراد برای درک، هضم و رشد و گسترش دانش، مهارت‌ها، ارزش و درک کارآفرینی است و به‌زمینهٔ محدودی از فعالیت‌ها محدود نیست؛ بلکه گسترهٔ وسیعی از مسائل را شامل می‌شود که باید تعریف، تحلیل و حل شود. آموزش کارآفرینی هم می‌تواند رسمی و هم غیررسمی باشد؛ و اغلب پیش‌نیاز مهارت‌آموزی تلقی می‌شود، به‌گونه‌ای که پایه‌ای را برای مهارت‌ها و توانایی‌ها فراهم می‌کند. در مقابل مهارت‌آموزی کارآفرینی به عنوان تلاش طراحی‌شده و سیستماتیک است تا دانش و مهارت را از طریق تجارب یادگیری و به‌منظور دستیابی به عملکرد مؤثر در یک فعالیت یا گستره‌ای از فعالیت‌ها رشد دهد. مهارت‌آموزی کارآفرینی معمولاً کوتاه‌مدت است. (هینس ۱۹۹۶).

جدول ۱. مقایسه بین آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی کارآفرینی (اقتباس از هینس ۱۹۹۶)

عوامل مقایسه	مهارت‌آموزی کارآفرینی	آموزش‌کارآفرینی
فعالیت‌ها	شناخت مهارت‌ها، توانایی‌ها و عملکردهای شغلی	رشد ساختارمند افراد برای دستیابی به نتایج خاص
میزان وضوح اهداف	اهداف به‌طور خاص و روشن بیان می‌شود	اهداف به‌صورت کلی بیان می‌شود
مدت برگزاری دوره	کوتاه‌مدت	دوره‌های خاص و مشخص
ارزش‌های مورد حمایت	تأکید بر بهبود مهارت‌ها	تأکید روی پیشرفت
ماهیت فرایند یادگیری	سازمان‌یافته و مکانیکی	سازمان‌یافته و مکانیکی
روش‌های آموزش	نمایشی- تمرین، بازخورد	سخنرانی، مطالعه منابع، بحث، یادگیری خودآموز

1. Bejerk
2. Hynes
3. Kaurisky

عوامل مقایسه	مهارت‌آموزی کارآفرینی	آموزش کارآفرینی
نتایج	عملکرد ماهرانه به گونه‌ای که منجر به ایجاد شغل شود	نتایج مشخص‌شده (آگاهی و شناخت در مورد کارآفرینی)
استراتژی‌های یادگیری	فردمحور	ترکیبی از تعلیم، ساخت مهارت‌ها و استراتژی‌های رهبری و مدیریت
محتوا	دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های مرتبط با شغل خاص	برنامهٔ درسی مشخص و خاص
ماهیت فرایند یادگیری	خارجی و به‌وسیلهٔ دیگران انجام می‌شود	خارجی و به‌وسیلهٔ دیگران انجام می‌شود
نقش مربیان	توضیح‌دهنده و راهنما	به‌عنوان متخصص عمل می‌کند. فراگیران را آموزش می‌دهد و برای مطالعه منابع یادگیری را معرفی می‌کند.
فلسفه زیربنایی	ابزارگرایی، انتقال دانش با استفاده از روش‌های رسمی و اندازه‌گیری نتایج	ترکیبی از ابزارگرایی و وجودگرایی
فرایند ارزشیابی	ارزشیابی براساس استانداردهای عملکرد شغل خاص	ارزشیابی در قالب قبولی یا رد
ارتباط با رسالت‌های سازمان	ضرورتاً با رسالت‌ها و اهداف سازمان ارتباط ندارد.	ضرورتاً با رسالت‌ها و اهداف سازمان ارتباط ندارد.

از نظر محتوا، نیز دوره‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی کارآفرینی نیز باهم تفاوت‌هایی دارند. محتوای مورد نظر برای آموزش کارآفرینی معمولاً شامل تعریف کارآفرینی، ضرورت کارآفرینی، انواع کارآفرینی (فردی و سازمانی)، ویژگی‌های کارآفرینان، تاریخچهٔ کارآفرینی، نیاز برای رشد کارآفرینی در کشور، نوآوری و تولید محصولات یا خدمات جدید و یا ایده‌های جدید، چگونگی ارزشیابی از ایده‌ها می‌باشد. محتوای دوره‌های مهارت‌آموزی معمولاً شامل ۳ بخش است (جدول ۲)، که شامل شیوه‌های گسترش انگیزه، مهارت‌های کارآفرینی و مهات‌های شغلی است. در دوره‌های حرف‌آموزی باید هم از آموزش کارآفرینی و هم مهارت‌آموزی کارآفرینی استفاده نمود. در ادامه سه روش که در دوره‌های مهارت‌آموزی کارآفرینی تدریس می‌شود، شرح داده می‌شود.

جدول ۲. محتوای مهارت‌آموزی کارآفرینی (اقتباس از ون ورن و لدزانی[1]، ۲۰۰۲)

انگیزش	مهارت‌های کارآفرینی	مهارت‌های شغلی
- نیاز به پیشرفت - توانایی برای القاء، پیش‌بینی و انتظار پیشرفت سطح بالا - موانع یا سدهای کارآفرینی - عکس‌العمل در مقابل پیروزی یا شکست	- خلاقیت - نوآوری - توانایی ریسک‌پذیری - توانایی شناسایی فرصت‌ها - تفسیر موفق نقش‌مدل‌های کارآفرینی	- مدیریت و رهبری - طراحی شغل - مهارت‌های مالی و حسابداری - مهارت‌های بازاریابی - مهارت‌های عملیاتی - مهارت‌های منابع انسانی

1. Vanvuuren & Ladzani

یادگیری مبتنی بر فرصت

یادگیری مبتنی بر فرصت توسط دیوید ری[1] در سال ۱۹۹۷ برای آموزش کارآفرینی ابداع شده است. ری (۲۰۰۳) یادگیری مبتنی بر فرصت را این‌گونه توضیح می‌دهد:

یادگیری مبتنی بر فرصت فرایند یادگیری فطری و اجتماعی را منعکس می‌کند که به‌وسیلهٔ انگیزه‌هایی مانند کنجکاوی، علاقه و تمایل افراد برای یافتن و انجام یک وظیفه تحریک می‌شود. افراد اغلب مترصد کشف فرصت هستند، بدون اینکه این فرایند را به‌طور آگاهانه درک کنند. یادگیری مبتنی بر فرصت با آموزش کارآفرینی مرتبط است، زیرا از طریق آن افراد، جهان خود را به‌عنوان محیط غنی از فرصت تشخیص می‌دهند و با ساخت مفهوم، انتخاب و اقدام روی فرصت‌ها مواجه هستند. یادگیری مبتنی بر فرصت شامل چهار بخش اصلی است (شکل ۱) که در ادامه این چهار بخش به اختصار توضیح داده می‌شود:

کشف فرصت: این مفهوم به اطلاعات کافی برای تعریف یک فرصت، در یک زمینهٔ خاص، اشاره دارد. بر طبق مدل کشف فرصت‌ها، کارآفرینی با کشف یک فرصت در یک زمینهٔ خاص و تا حدودی به‌واسطهٔ داشتن دانش‌های فردی دربارهٔ یک موقعیت به‌وجود می‌آید. کشف فرصت به این واقعیت اشاره دارد که ایده‌ها قبل از عمل به‌وجود می‌آیند. بنابراین، این فرصت‌ها نیاز به گسترش و توسعه دارد. دانش‌قبلی فراگیر به‌طور تجربی روی کشف فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد. این دانش‌ها در سه حیطهٔ مهم شامل بازار، روش‌های خدمت‌رسانی و مسائل مشتریان است. به این دلیل که تفاوت‌ها در دانش قبلی اجتناب‌ناپذیر است. بنابراین، دو نفر دقیقاً دریافت یکسانی از فرصت ندارند (سنز ولاسک[2] ، ۲۰۰۶). این فرصت می‌تواند از علائق فردی و گروهی و یا مفاهیم شغلی نشأت بگیرد و از طریق رویکردهایی مانند بارش مغزی ایجاد شود.

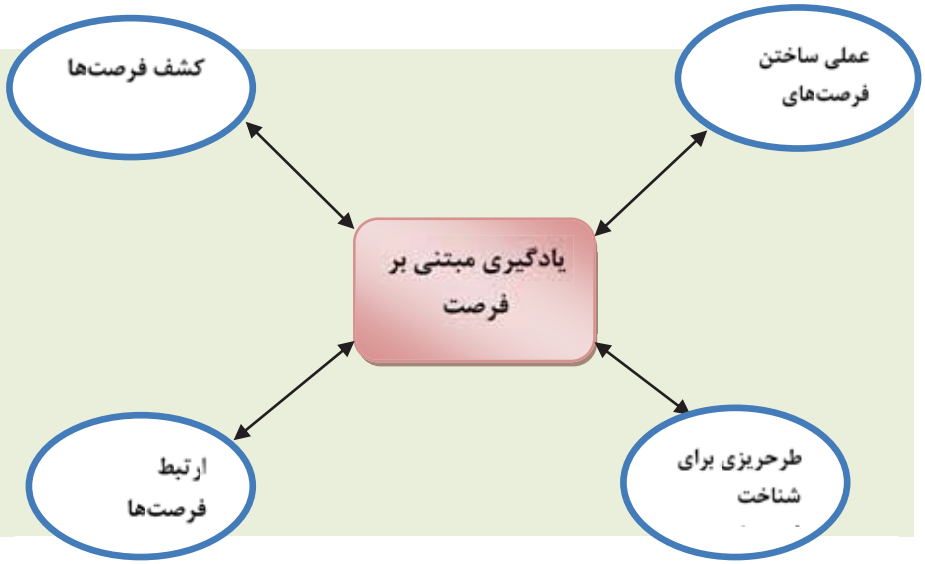
ارتباط با اهداف شخصی: اهداف شخصی از طریق کشف خود و ضرورت‌های اجتماعی حاصل می‌شود. دلیل اینکه به چه دلیل، افراد یک فرصت را انتخاب می‌کنند، متنوع است و ممکن است هیچ منطقی پشت آن نباشد. ایجاد ارتباط میان انگیزه‌ها و اهداف شخصی توسط فرد، مشارکت و مورد بحث قرار دادن علائق در گروه و تصمیم‌گیری برای تمرکز روی یک کار خاص، از اقدامات مهم است. افراد یا گروه‌ها باید تشویق شوند تا علائق خاص خود را انعکاس دهند و بفهمند که آنها چه چیزی را در حرفه و زندگی خود جستجو می‌کنند؛ و از خود بپرسند چرا این علاقه مهم است، نیازهای احساسی، اجتماعی و مادی آنها چیست و چه نیازهایی برای آنها بالاترین اهمیت را دارد. در نهایت، آنها چقدر این توانایی را دارند که به‌طور موفقیت‌آمیز روی آن فرصت‌ها عمل کنند.

طراحی برای عملی ساختن فرصت‌ها: برنامه‌ریزی برای واقعی کردن فرصت‌ها شامل فرایند یادگیری آینده‌محور و حل مسأله است. این مرحله، کاری تیمی است و روی این مسأله تاکید دارد که چطور افراد ایده‌های خود را به واقعیت تبدیل می‌کنند. نوشتن طرح توجیهی کار یکی از بخش‌های مهم این مرحله است. در این بخش تقسیم کار به‌وجود می‌آید. به این معنی که چگونگی انجام کار توسط تیم و نقش افراد بر اساس مهارت‌هایی که

1. David Rea
2. Sanz -Velasco

دارند، مشخص می‌شود. در نهایت بحث و بررسی دربارهٔ چگونگی تأمین بودجه، منابع انسانی و مالی و مادی برای عمل کردن روی فرصت‌ها به‌عنوان یک نتیجهٔ یادگیری انجام می‌شود.

عمل روی فرصت‌های پیش‌رو: اگر مرحلهٔ طراحی به‌طور موفقیت‌آمیز انجام شده باشد و تصمیمات برای عمل‌کردن و واقعیت دادن به فرصت‌ها انجام گرفته باشد، قابل پیش‌بینی‌ترین مرحله است؛ ولی اغلب موارد برنامه‌ریزی‌شده، به‌ندرت همان‌گونه که در مرحلهٔ قبل فرض شده است، اتفاق می‌افتد. در این مرحله انعطاف‌پذیری شخصی برای غلبه بر شکست و تضاد در تیم لازم است. در این‌مرحله ارتباط با مشتریان، حامیان، سرمایه‌گذاران و مدیران ضروری است. لازم است مسائل و مشکلات بررسی و راه‌حل‌های مناسب پیشنهاد شود (ری، ۲۰۰۳).



شکل ۱. یادگیری مبتنی بر فرصت

الگوی یادگیری مبتنی بر عمل

یادگیری مبتنی بر عمل به‌عنوان یک رویکرد یادگیری مناسب برای آموزش تلقی می‌شود که در آموزش‌های کارآفرینی استفاده می‌شود (پرن[1] و دیگران ۱۹۹۹ به نقل از تیلور، جونز و بولس[2] ۲۰۰۴). هدف یادگیری مبتنی بر عمل این است که فراگیران در یادگیری، خودآگاه و اثربخش شوند. این روش چارچوبی را برای درگیر شدن با مسائل شغلی پیچیده به‌صورت مشارکتی و حمایت‌گرانه فراهم می‌کند و به ایجاد ذهنی باز کمک می‌کند؛ به‌گونه‌ای که سؤالات تازه‌ای برای یادگیرندگان ایجاد می‌کند (هاول[3]، ۲۰۰). از طرف دیگر یادگیری مبتنی

1. Perren
2. Taylor, Jones and Boles
1. Howell

بر عمل، عملکردی پویا و فعال است که از طریق حمایت‌های متقابل با دیگران موجب ایجاد احترام در بین افراد می‌شود (دویر[1]، ۲۰۰۰). این تعامل اجتماعی موضوع اصلی در یادگیری مبتنی بر عمل است. این روش، یادگیری از طریق تعامل و مشارکت، شرکت‌کنندگان با کار را فراهم می‌کند.

یادگیری مبتنی بر عمل حول یک گروه کوچک از شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی شکل می‌گیرد. گروهی که مشکلاتی تقریباً مشابه دارند. محیط امن مشارکتی برای فراگیران ایجاد می‌شود تا با مشکلات روبه‌رو شوند؛ و با الهام از دیدگاه‌ها و ایده‌های دیگران، ایده‌های جدید را شکل می‌دهد. به هر فراگیر فرصت داده می‌شود تا مشکل و یا مسأله را شکل دهد و با بررسی آگاهانه و توجه به اعضای دیگر، دوباره مشکل را بررسی و انعکاس دهد (دوینگ[2]، ۲۰۰۱، به نقل از تیلور و دیگران، ۲۰۰۴). این فرایند تدوین‌کنندگان مشکل را به طرح سؤالات آگاهی‌دهنده تشویق می‌کند. به این دلیل که مشکلات برای هر فراگیر منحصر به‌فرد است، آنها خود منبع اصلی اطلاعات و جمع‌آوری‌کنندهٔ اطلاعات و در نهایت حل‌کنندهٔ مشکل هستند. به‌جای ارائهٔ مشاوره، شرکت‌کنندگان درگیر فهم راه‌حل در موقعیت و آگاهی از مسائل می‌شوند. نقدها و برخی اوقات بحث‌های انتقادی و احساسی شکل می‌گیرد. این محیط یادگیری یک فرایند مداوم را شکل می‌دهند، به‌گونه‌ای‌که هر عمل منجر به یک سری اعمال دیگر می‌شود. این روش می‌تواند به مشارکت‌کنندگان نه تنها در حل مشکلات کمک می‌کند، بلکه منجر به توسعهٔ گستردهٔ فعالیت‌های حل مسأله می‌شود. یک تسهیل‌گر، فرایند یادگیری مبتنی بر عمل را هدایت می‌کند. این تسهیل‌گر ممکن است یکی از اعضای گروه یا مدیر مجموعه باشد. نقش تسهیل‌گر ایجاد آرامش و ارتباطات در گروه‌ها برای کمک به گسترش روابط و ایجاد اعتماد بین اعضای گروه است. در طول برنامه تسهیل‌گر به مشارکت‌کنندگان برای انعکاس مسأله‌ای که با آن روبه‌رو هستند، مدیریت پویایی گروه و تشویق اعضای گروه به بررسی زمینه‌ها و پیش‌فرض‌ها به‌طور عمیق کمک می‌کند (تیلور، جونز و بولس، ۲۰۰۴).

یادگیری مسأله‌محور یا حل مسأله

حل مسأله را می‌توان تشخیص و کاربرد دانش و مهارت‌هایی که منجر به پاسخ درست یادگیرنده به موقعیت، یا رسیدن او به هدف‌های موردنظر می‌شود، تعریف کرد. عنصر اساسی حل مسأله کاربست دانش و مهارت‌های قبلاً آموخته‌شده در موقعیت‌های تازه به‌منظور رسیدن به هدف است. حل مسأله صرفاً دانستن اطلاعات، مفاهیم یا اصول و کنار هم قرار دادن آن‌ها نیست، بلکه یادگیرنده باید راه‌های تازه‌ترکیب دانش‌های قبلی را که به حل مسأله منجر می‌شود کشف کند (سیف، ۱۳۸۸).

بسیاری از برنامه‌های موفق کارآفرینی شامل عنصری از یادگیری از «طریق انجام دادن»[3] در فعالیت‌های خارج از کلاس شامل کارآموزی در شرکت‌ها، ایجاد یک کسب و کار کوچک و یا در محیط‌های شغلی کوچک است. یادگیری مسأله‌محور در داخل کلاس شامل فرایند یادگیری تجربی از طریق شبیه‌سازی است. این روش به فراگیران اجازه می‌دهد تا راهبردهای

2. Dwyer
3. Dowing
1. learning by doing

شبیه‌سازی‌شده را به زندگی واقعی تبدیل کنند. بسیاری از برنامه‌های موفق تأکید قابل ملاحظه‌ای را روی رشد طرح‌های شغلی قرار می‌دهند. تدارک طرح شغلی توسط تیم فراگیران، بر اساس یک شغل خاص، آماده کردن طرح کامل‌شده برای مقایسه با سایر طرح‌ها، سرمایه‌گذاری در حرفه و کارآفرین شدن، راه دیگر برای یادگیری از طریق انجام دادن است.

یک مسألهٔ خوب در یادگیری حل مساله برای برانگیختن کنجکاوی فراگیران لازم است. مسئله می‌تواند از زندگی واقعی گرفته شود و یا می‌تواند از مقالات مجلات و روزنامه‌ها، فیلم‌های ویدئویی و یا گزارش‌های شرکت‌ها و یا از طریق ایفای نقش ایجاد شود. هدف کمک به فراگیران برای شکل دادن به ایده‌ها دربارهٔ شروع یک سرمایه‌گذاری و تجربهٔ جدید در جهان شغلی واقعی ولی در یک محیط امن و بدون ریسک است.

تأکید یادگیری حل مسأله کاربرد دانش است و از فراگیران انتظار می‌رود تا خلاقیت و تفکر خود را در زمان حل مسأله به‌کار بگیرند. در این روش فراگیران بر اساس تفکر انتقادی و خلاق خود راه‌حل‌هایی را پیشنهاد می‌دهند. راه‌حل‌ها بر اساس کیفیت کار تیمی و میزان مشارکت فردی در گروه‌ها و نمرات آزمون‌های کوتاه ارزیابی می‌شود. در این روش مطالعات عمیق روی موضوعاتی که در کتاب‌های کارآفرینی وجود دارد، جایی ندارد. بنابراین، آنچه مهم است رشد مهارت‌های پردازش شناختی فراگیران و نه دستیابی به محتوای از پیش تعیین شده است.

موقعیت‌های کارآفرینی شبیه‌سازی‌شده از طریق حل مسأله می‌تواند فراگیران را برای ورود به جهان شغلی و آماده ساختن آنها برای مواجهه با مسائل پیش‌رو، تجهیز نماید. محققان معتقدند این رویکرد فراگیران را به دانش مجهز می‌سازد که آن‌ها را قادر می‌سازد یادگیریشان را در زندگی واقعی به‌کار برند (سن تن و فرانک ان جی[1]، ۲۰۰۶). در جدول ۳، این سه روش، باهم مقایسه شده است.

جدول ۳. مقایسهٔ سه نوع رویکرد یادگیری مبتنی بر فرصت، حل مسأله و یادگیری عمل‌محور(ری، ۲۰۰۳)

ویژگی‌ها	یادگیری مبتنی بر فرصت	یادگیری مسأله‌محور یا حل مسأله	عمل‌محور
تمرکز	کشف و گسترش یک فرصت و ایجادشده به‌وسیلهٔ شرکت کنندگان	کشف مسأله که از یک مشکل و یا یک مورد خاص نشأت گرفته است	کشف مسأله یا سؤال که از یک اقدام ناشی می‌شود بدون راه‌حل مشخص
فرایند	پژوهش فردی و گروهی، مفهوم‌سازی، برنامه‌ریزی و عمل	مدرس فرایند اکتشاف گروهی را در علت و یا اثرات و اقدامات ممکن تسهیل می‌کند.	گروه علت‌ها، اثرات و اقدامات ممکن را کشف می‌کند.
نتایج	انتخاب فهم و عمل روی فرصت‌ها گسترش مهارت‌های مرتبط دانش و اعتماد به نفس	بررسی و تشخیص مهارت‌ها و یادگیری دربارهٔ مسائل و توانا و توانایی‌های به‌دست آوردن و مرتبط کردن دانش‌های مرتبط با مسأله	بررسی و تشخیص مهارت‌های حل مسأله، اقدام و انعکاس اثربخشی روش‌های مورد استفاده در حل مسأله

2. San tan & Frank N G

شیوه‌های آموزش کارآفرینی

به‌طور کلی می‌توان شیوه‌های آموزش کارآفرینی را به دو دستهٔ کلی، یعنی آموزش‌های رسمی و غیررسمی تقسیم‌بندی کرد. از طریق آموزش‌های رسمی، مؤسسات آموزشی می‌تواند تغییراتی را در سیستم آموزشی خود به‌وجود آورد و به شیوه‌های مختلف، کارآفرینی را در میان کارآموزان ترویج کند؛ به‌طوری‌که تیمونسون و ایتیونسن[1] (۱۹۸۵) معتقدند که کارآفرینی یک تجربهٔ یادگیری مادام‌العمر و مداوم است و بهترین راه برای یادگیری آن، ترکیب تجربیات با فعالیت‌های آموزشی رسمی است. به‌منظور آموزش رسمی کارآفرینی در دوره‌های مهارت‌آموزی راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- ✓ ادغام مهارت‌های کارآفرینی مانند مهارت‌های حل مسأله، یادگیری مبتنی بر فرصت و یادگیری حین عمل با سایر دروس عمومی و تخصصی،
- ✓ ارائهٔ واحدهای درسی اختیاری دربارهٔ کارآفرینی برای کارآموزان،
- ✓ ارائهٔ واحدهای درسی عمومی مرتبط با کارآفرینی بر حسب رشته و دورهٔ تحصیلی برای همهٔ کارآموزان.

در سطح غیررسمی یکی از مهم‌ترین شیوه‌ها ترغیب فرهنگ کارآفرینی بین کارآموزان و فعالیت‌های توانمندسازی به شکل‌های مختلف می‌باشد. یکی از شیوه‌ها، این است که فعالیت‌های کارآفرینی که توسط اساتید موفق، ترغیب شود. این فعالیت‌ها روی کارآموزان منعکس شده و بر آنها تأثیر مثبت دارد. همچنین ترغیب فرهنگ کارآفرینی باعث القاء نگرش مثبت به کارآفرینی در میان کارآموزان و فارغ‌التحصیلان شده و باعث الگوبرداری مثبت آنان می‌شود.

آموزش مهارت‌های پیش‌نیاز برای کارآفرینی و توانمندسازی کارآموزان، از طریق ارتباط مستقیم با مالکان و مدیران اصلی کسب و کارهای کوچک و به‌طورکلی کارآفرینان نیز یکی دیگر از شیوه‌های مؤثر می‌باشد. مهارت‌های توانمندسازی شامل آگاهی دربارهٔ یک کسب و کار، منابع مالی مورد نیاز، مسائل بازاریابی و حقوقی و سایر مهارت‌های عمومی از قبیل کار تیمی، ارتباطات، و مهارت‌های بین فردی، در آغاز و گسترش یک کسب و کار ضروری است. همراه با آموزش کارآفرینی، ایجاد فرهنگ کارآفرینی و توانمندسازی کارآموزی می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد مثبت در پاسخگویی مؤسسات آموزشی برای کمک به رفتارهای مرتبط با کارآفرینی برای تغییرات مداوم و تقاضای محیط کار باشد (هینس و ریچاردسون، ۲۰۰۷).

یکی دیگر از روش‌های مؤثر در آموزش غیررسمی کارآفرینی در مؤسسات فنی و حرفه‌ای، ایجاد گروه‌های کارآفرینی می‌باشد. در این گروه‌ها افراد ذی‌نفع شامل کارآفرینان و مدیران کسب و کارهای کوچک، متخصصان دانشگاهی، مشاوران کارآفرینی، کارآموزان و مسئولین شرکت دارند. کارآموزان از طریق ارتباط با این افراد می‌توانند تجارب ارزنده‌ای را به‌دست بیاورند. برای مثال، از طریق ارتباط با کارآفرینان می‌توانند راه‌های کشف و استفاده از فرصت‌ها، مسائل و مشکلات ایجادکسب و کار جدید و نحوهٔ حل این مسائل، راه‌های تأمین منابع مالی، نحوهٔ بازاریابی و مسائلی مانند این را فرابگیرند. برای ایجاد کسب و کار جدید از

1. Timmsons & stevenson

دیدگاه‌های متخصصین دانشگاهی و مشاوران استفاده نمایند. همچنین کارآموزان از طریق ارتباط با مسئولین می‌توانند از امکانات، منابع و حمایت‌هایی که دانشگاه در اختیار آنها قرار می‌دهد، آگاه شوند.

به‌جز موارد ذکرشده، روش‌های زیر نیز می‌تواند در آموزش کارآفرینی، به‌طور غیررسمی در دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد:

- ✓ ایجاد آگاهی در کارآموزان در مورد کارآفرینی با استفاده از پوستر و وب‌سایت؛
- ✓ آموزش الکترونیکی کارآفرینی؛
- ✓ ایجاد کارگاه و مشاوره‌های تخصصی برای افرادی که می‌خواهد کار و کسب کوچک راه‌اندازی کنند؛
- ✓ اختصاص جوایزی برای کارآفرینان (ادوارد و مایرز[1]، ۲۰۰۵)
- ✓ کارآموزی در شرکت‌های کوچک تحت نظر کارآفرینان.

بحث و نتیجه‌گیری

سرمایه‌گذاری در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در جوامع امروزی، امری حیاتی است و عامل مؤثری در جهت رشد مهارت‌های افراد برای اشتغال در بخش‌های مختلف و در نتیجه کاهش بیکاری می‌باشد. یکی از مهارت‌هایی که لازم است در برنامه‌های درسی دوره‌های مهارت‌آموزی گنجانده شود، کارآفرینی است. کارآفرینی موضوعی است که در چند دهۀ اخیر مورد توجه بسیاری از مؤسسات آموزشی در کشورهای مختلف جهان قرار گرفته است. بنابر نظر اکثر متخصصان حوزۀ کارآفرینی، بسیاری از قابلیت‌ها و مهارت‌های کارآفرینی، قابل آموزش است و در زمان حاضر این رسالت برعهدۀ مؤسسات آموزشی است که علاوه بر آموزش‌های تخصصی و انجام پژوهش، مهارت‌های کارآفرینی را نیز به کارورزان خود، آموزش دهند. آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی کارآفرینی دو حیطۀ اصلی کارآفرینی است که آموزش پیش‌نیاز مهارت‌آموزی کارآفرینی تلقی می‌شود.

کارآفرینی یکی از مباحث مهم و حیاتی است که باید در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای نیز لحاظ گردد. چراکه بازار کار نیازمند افرادی است که علاوه بر اینکه بتواند به‌طور مستقل به ایجاد کسب و کار اقدام نمایند، باید قادر باشند مشکلات و موانعی که در بازار کار با آن مواجه می‌شوند، را نیز، مرتفع نمایند. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد محققان خاطرنشان کرده‌اند که برای اینکه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای اثربخشی بیشتری داشته باشند، باید آموزش‌های کارآفرینی در برنامۀ درسی این دوره‌ها ادغام شود. یکی از بهترین شیوه‌ها برای یادگیری و کارآفرینی، در کنار آموزش کارآفرینی، مهارت‌آموزی است که نسبت به آموزش‌های کارآفرینی فراگیران به‌صورت مستقیم‌تری با کارآفرینی مواجه می‌شوند. از شیوه‌های مهارت‌آموزی کارآفرینی می‌توان به یادگیری مبتنی بر فرصت، آموزش‌های مبتنی بر عمل و آموزش‌های مسئله‌محور اشاره نمود. بنابراین، به‌منظور گسترش قابلیت‌های کارآفرینی در کارورزان باید با تجدید نظر در برنامه‌های درسی، روحیۀ پژوهشگری، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی را درآنها رشد داد و آموزش‌های کارآفرینی را به‌صورت رسمی و غیررسمی به کارآموزان ارائه داد.

---

1. Edwards & Muir

منابع

پرداختچی، م.ح. ، شفیع‌زاده، ح. (۱۳۸۵). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی، انتشارات ارسباران.
سیف، ع. (۱۳۸۸). روان‌شناسی پرورشی نوین، انتشارات دوران.
شعبانی، ح. (۱۳۸۶). مهارت‌های آموزشی روش‌ها و فنون تدریس، جلد دوم، انتشارات سمت.

Antoncis, B. (2007). Entrepreneurship: A comparative structural equation modeling study, *Industrial Management data System*.107, (3), 309-325.

Bejerk, B. (2008). *Understanding entrepreneurship*. Cheltehan, UK: Edward Elgar Publication, LTD.

Driyanto, S. H. (2012). Entrepreneurial and vocational learning in entrepreneurship education: Indonesian nonformal education perspective. *Journal of Business management and Account*.1, (2). 30-36

Edwards, L. J. and Muir, E. J. (2005). Promoting entrepreneurship at university of Glamorgan through formal and informal learning**.** *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12, (4), 613-626.

Heynes, B. and Richardson, I. (2007). Entrepreneurship education: A mechanism for engaging and exchanging with the smart business sector**.** *Education & Training*.49, (8/9), 732-744

Hynes, B. (1999). Entrepreneurship education and training- introduction entrepreneurship into non- business disciplines, *Journal of European Industrial Training*. 20, (8),10-18.

Hynes, B., & Richardson, I. (2002).Entrepreneurship education :A mechanize for engaging with the small business sector, *Education +Training* .44,(8/9), 732-749

Irelaned, R. D., Hitt, M.A., Camp, S. m. & Sexton, D. L. (2001). Integrating entrepreneurship action and strategic management action to creeate firm wealth, Academy of Management Exective, 15, (1), 49-63.

Kourilsky, M. l. (2005). Entrepreneurship education: opportunity in search of curriculum, Center of entrepreneurial leadership, Ewing Marioh Kauffman Foundation, Kansas city.

Lettxary, P. F., Rjihimaki, T. (2011). *The benefits of vocational education and training*, Luxembourg: Publication Office of European Union.

Marques, L. A., Albaquerqu, C. (2012). Entrepreneurship education and development of young people life competences and skill*, Journal of Entrepreneurship perspectives*.1,(2). 55-66

Nkirina, S. (2010), The challenge of integrating entrepreneurship education in the vocational training system, *Journal of European Industrial Training*. 34, (2), 153-166.

Peterman, N. E., Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing student's perception of entrepreneurship, *Theory & Practice*. 28, (2), 129-144.

Rea, D. (2003). Opportunity centered learning: An innovation in enterprise education. *Education +Training*. 45, (5), 542-549.

San Tan, S. & Frank N. G, C. K. (2006). A problem- based learning approach to entrepreneurship, Education & Training. 48, (6), 416-423

Sanz Velasco, S. T. (2006). Opportunity development as learning process for entrepreneurs, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour &Research, 15, (5)*, 251-271.

Taylor, D.W. , Jones, O., Boles, K.(2004). Building social capital through action learning: An insight into the entrepreneur. *Education +Trainings,* 46,(5), 226-235.

Timmons, J. A. and Stevenson, H.H. (1985). Entrepreneurship education in the 1980s:what entrepreneurs say, in Koa, J. and Stevenson, H. H. (Eds), *Entrepreneurship – what it is and how to teach it*, Cambridge: Harvard Business School. MA.

UNESCO.(2001). *Revised recommendation concerning technical and vocational education and training*. Paris:UNESCO.

ظرفیت‌سازی قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان برای ارتقاء کارآفرینی علمی و مهارت‌آموزی

دکتر رضا مهدی[1]

چکیده

دو انقلاب بزرگ علمی، الگوی پویای نوآوری، الگوی پیچش سه جانبهٔ صنعت- دانشگاه- دولت و سبک‌های ۲ و ۳ تولید دانش، از مبانی اصلی تولید و توسعهٔ فناوری، نوآوری و اقتصاد دانش‌بنیان‌اند. تجاری‌سازی دستاوردهای علمی، کارآفرینی علمی، توسعهٔ روابط دانشگاه- صنعت، منابع مالی پایدار از اولویت‌های اصلی نظام علمی و فناوری کشور است. لازمهٔ حل مسائل و توجه به اولویت‌های اصلی نظام علمی و فناوری، مداخلهٔ اثربخش حاکمیت و دولت در جریان‌سازی دانش و نوآوری است. قانون **حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری‌سازی اختراعات و نوآوری‌ها** یکی از مداخلات مسئولانهٔ حاکمیت و دولت برای تقویت نظام ملی نوآوری و کارآفرینی علمی و به تبع آن، ترویج و اشاعهٔ مهارت‌آموزی در سطح ملی است. در این مقاله، با روش‌شناسی تحلیل محتوا و مطالعهٔ تطبیقی الگوهای هنجاری و شناختی، برخی از مهم‌ترین ظرفیت‌سازی‌های قانون حمایت از بنگاه‌های دانش‌بنیان برای ارتقای کارآفرینی علمی و مهارت‌آموزی به‌صورت کل‌نگر، بررسی و ارائه شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی علمی، مهارت، تجاری‌سازی دستاوردهای علمی، شرکت دانش‌بنیان.

۱. دکترای برنامه‌ریزی آموزش عالی، دانشگاه شهید بهشتی، Email: iamahdi@yahoo.com

مقدمه

عصر حاضر، عصر جوامع، اقتصادها و نهادهای مبتنی بر دانش است و توسعهٔ ملی و ارتقای جایگاه کشورها در رقابت‌های جهانی در گرو تولید و به‌کارگیری دانش به‌طور عام و مهارت به‌طور خاص، است. متوسط هزینهٔ تحقیق و توسعه در ایران طی سال‌های اخیر حدود ۰/۵ درصد تولید ناخالص داخلی بوده است. در حالی که متوسط این نسبت در کشورهای توسعه‌یافته، حدود ۲/۵ درصد است. همچنین، عمده محصولات صادراتی کشورهای پیشرفته، کالاهای دانش‌پایه و فناورانه است. در صورتی که عمدهٔ محصولات صادراتی ایران، منبع پایه نظیر نفت و فرآورده‌های نفتی و منابع کشاورزی و فراورده‌های سنتی نظیر پسته و فرش، بوده و نقش دانش و فناوری در آنها در حد ابتدایی است.

امروزه، آنچه که به‌عنوان رشد علم و فناوری در سطح محافل و نظام علمی ایران مطرح می‌شود، با آنچه‌که در سطح جامعه و اثرگذاری و پیامدهای علم و فناوری در اقتصاد و ثروت کشور وجود دارد، قدری متفاوت است. این تفاوت و شکاف بین علم و جامعه، نماد مناسبی برای مطالعه و تحلیل وضعیت تولید علم و فناوری است. با توجه به این مسأله، بر پایهٔ مدل هنجاری نظام علم و فناوری نظیر سبک‌های تولید دانش، انقلاب‌های بزرگ علمی، نظام ملی نوآوری و الگوی پیچش سه‌جانبهٔ صنعت- دولت- دانشگاه، ظرفیت‌سازی‌هاو فرصت‌آفرینی‌های قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری‌سازی اختراعات و نوآوری‌ها، بررسی شده است. در حال حاضر، می‌توان گفت که دو انقلاب بزرگ علمی (Etzkowitz, 2001)، الگوی پویای نوآوری، الگوی پیچش سه‌جانبهٔ صنعت- دانشگاه- دولت (انتظاری، ۸۴) و سبک‌های ۲ و ۳ تولید دانش (مهدی، ۸۸)، از مبانی اصلی تولید و توسعهٔ فناوری، نوآوری و اقتصاد دانش‌بنیان هستند. بر پایهٔ این مبانی، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی، کارآفرینی علمی، توسعهٔ روابط دانشگاه- صنعت، دستیابی به منابع و اعتبارات پایدار و افزایش مشروعت نظام علمی از مسائل و اولویت‌های اصلی نظام علمی کشور است. لازمهٔ حل مسائل نظام علمی و توجه به اولویت‌های اصلی آن، مداخلهٔ اثربخش حاکمیت و دولت در جریان‌سازی دانش و نوآوری است. قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان یکی از مداخلات مسئولانهٔ حاکمیت و دولت برای تقویت نظام ملی نوآوری، کارآفرینی علمی و توسعهٔ مهارت‌آموزی در سطح کشور است.

در این مقاله، با روش‌شناسی تحلیل محتوا و مطالعهٔ تطبیقی کیفی مدل‌های شناختی و هنجاری نظام علم و فناوری، ظرفیت‌سازی‌های قانون حمایت از بنگاه‌های دانش‌بنیان برای ارتقای کارآفرینی علمی و مهارت‌آموزی، بررسی و تحلیل شده است.

مبانی نظری پژوهش

الف) انقلاب‌های بزرگ علمی

دو انقلاب بزرگ علمی در اوخر قرن نوزدهم و اواخر قرن بیستم اتفاق افتاده است. در انقلاب اول، دانشگاه‌ها علاوه بر مأموریت آموزشی، مأموریت پژوهشی را نیز پذیرفته‌اند (مهدی، ۸۸). در انقلاب دوم، دانشگاه‌ها علاوه بر مأموریت‌های آموزشی و پژوهشی، مأموریت نوآوری

فناورانه را نیز متقبل شده و کارآفرینی علمی ظهور کرده است. ادگار مورن معتقد است امروزه علم در قلب جامعه مستقر شده است. علم در عین گسترش تأثیر و نفوذ خود بر جامعه، به تعیین فنی- بوروکراتیک سازمان صنعتی کار تن می‌دهد (مورن، ۷۹). به‌عبارتی، مهارت‌آموزی و به‌کارگیری مهارت، بخش مهمی از تکالیف دانشگاه‌ها و دانش‌آموختگان می‌باشد.

ب) سبک‌های تولید دانش

تولید دانش دارای چهار مرحلهٔ عمده و سبک[1] متمایز به شرح زیر بوده است (Gibbons, 2000):

سبک۰: تولید دانش به‌طور عام و غیررشته‌ای توسط فلاسفه و اطباء صورت می‌گیرد. امروزه، با توجه به قاعده‌مندی‌های ایجادشده و فراوانی تقاضا و نیاز به دانش علمی، تولید دانش به این سبک، دارای جایگاه و سهم چندانی در تولید دانش نمی‌باشد.

سبک ۱: جامعه‌شناسی علم در قرن ۲۰، از لحاظ مفاهیم و شیوهٔ تفسیر فعالیت‌های علمی دارای دو دیدگاه متمایز بوده است. تا قبل از نشر اندیشهٔ گیبونز، رأی مرتون جریان اصلی جامعه‌شناسی علم بوده است (Merton, 1975) سبک مرتون، علم را فعالیتی مستقل و نهاد علم را مستقل از سایر نهادهای اجتماعی، می‌داند. ساختار هنجاری نهاد علم حاصل عملکرد فعالیت‌های مستقل دانشمندان بوده و معیارهای رفتار در این نهادرا تشکیل می‌دهد.

سبک ۲: این سبک، بر ارتباط فعالیت‌های علمی با نهادهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تأکید دارد. این سبک۲، سبک۱ را متعلق به دورهٔ علم دانشگاهی می‌داند که اکنون جای خود را به علم پسادانشگاهی داده است (Gibbons, 1994). این سبک، فعالیت‌های علمی را دستخوش یک تحول بنیادی می‌داند، به‌طوری که نهاد علم بر روی نفوذهای اجتماعی باز شده است و با رشد جامعهٔ اطلاعاتی، شکل بازتری از علم و دانش نمایان شده است. گیبونز این سبک تولید علم را سبک دو نامیده که در مقابل سبک سنتی تولید علم قرار گرفته است (قانعی راد، ۸۲).

سبک ۳: سبک۳ تولید دانش، در چارچوب الگوی پیچش سه جانبهٔ دانشگاه- صنعت- دولت، طرح شده است (Etzkowitz and Leydesdorff, 2000). در این سبک، دانشگاه وظیفه و مأموریت سومی را جهت تأمین نیازهای جامعهٔ مبتنی بر دانش تقبل می‌کند. این مأموریت، نوآوری فناورانه و توسعهٔ اقتصادی و به تبع آن، مهارت‌آموزی و توسعهٔ مهارت در سطوح فردی و اجتماعی است. نظام دانشگاهی با تولید دانش به کارآفرینی و فعالیت اقتصادی دانش‌محور می‌پردازند (Sije, McGowan, and Youngleson, 2005) . بدیهی است کارآفرینی و به‌کارگیری دانش در فعالیت‌های اقتصادی بدون اکتساب و به‌کارگیری مهارت امکان‌پذیر نمی‌باشد.

ج) الگوی پویای نوآوری و پیچش سه‌جانبهٔ دولت- دانشگاه- صنعت

براساس نظام ملی نوآوری، دانشگاه، صنعت و دولت مرزهای مشخص و معینی دارند. نوآوری فناورانه کارویژهٔ صنعت، توسعهٔ علم و آموزش کارویژهٔ دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاری و ایجاد

1. Mode

انگیزش نوآوری، کارویژهٔ دولت‌هاست. نوآوری در اثر تعامل بین صنعت و دانشگاه در بازار تحقیق و توسعه به‌وجود می‌آمد. با بروز تحول جدید در تولید دانش و ظهور سبک ۲ و انقلاب دوم علمی و ظهور اقتصاد و جامعهٔ دانش‌بنیان، مرزهای دانشگاه، صنعت و دولت نادقیق و مختل شده است. با توجه به هم‌پوشانی مأموریت‌های دانشگاه، صنعت و دولت، سازمان‌های جدید چندرگه متولد شده‌اند (Etzkowitz and Leydesdorff, 2000) یا باید متولد بشوند (مهدی، ۸۸). مأمویت اصلی این سازمان‌ها تسهیل روابط دانشگاه، صنعت و دولت در چارچوب الگوی پیچش سه جانبهٔ[1] دانشگاه- صنعت- دولت، تعالی نظام ملی نوآوری و تحقق توسعهٔ اقتصاد ملی است. امروزه، صنعت و پژوهش آن‌چنان در هم تنیده شده‌اند که هرروزه شاهد تعارض بین منافع پژوهشگران و منافع تجاری نباشیم. بسیاری از پژوهشگران یا گروه‌های پژوهشی زیر کنترل شرکت‌های صنعتی قرار می‌گیرند که از طریق ثبت اختراع به‌دنبال سود هستند (پیر بردیو، ۱۳۸۶). بنابراین، مهارت‌آموزی و به‌کارگیری مهارت برای پویایی نوآوری و روابط سه‌جانبهٔ دانشگاه- صنعت و دولت، یک ضرورت است.

مروری بر تسهیلات و امکانات قانون حمایت از شرکت‌های‌دانش‌بنیان

الف: معافیت از پرداخت مالیات، عوارض، حقوقی گمرکی، سود بازرگانی و عوارض صادراتی به‌مدت ۱۵سال

ب: تأمین تمام یا بخشی از هزینهٔ تولید، عرضه یا به‌کارگیری نوآوری و فناوری با اعطاء وام کم‌بهره یا بدون بهرهٔ بلندمدت یا کوتاه‌مدت، ج: اولویت استقرار واحدهای پژوهشی، فناوری و مهندسی و تولیدی شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان در محل پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، مناطق ویژهٔ اقتصادی و یا مناطق ویژهٔ علم و فناوری، د: اولویت واگذاری تمام یا بخشی از سهام مراکز و مؤسسات پژوهشی دولتی قابل واگذاری براساس ضوابط قانون اصلاح موادی از قانون برنامهٔ چهارم توسعه و اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به شرکت‌های دانش‌بنیان، ایجاد پوشش بیمه‌ای مناسب برای کاهش خطرپذیری محصولات دستاوردهای دانش، نوآوری و فناوری در تمام مراحل تولید، عرضه و به‌کارگیری، و برای ارائهٔ تسهیلات قرض‌الحسنه و تسهیلات بدون اخذ تضمین و مشارکت با اختیار بخشش تمام یا بخشی از سهم مشارکت به شرکت‌های دانش‌بنیان، صندوق نوآوری و شکوفائی تشکیل می‌شود. حداقل پنج درصد از سرمایهٔ این صندوق جهت اعطاء تسهیلات به صندوق‌های غیردولتی پژوهشی و فناوری تخصیص می‌یابد. سرمایهٔ اولیهٔ صندوق به میزان سی هزار میلیارد ریال به‌تدریج حداکثر ظرف مدت ۳ سال از محل صندوق توسعهٔ ملی یا معادل آن از صندوق ذخیرهٔ ارزی تأمین می‌شود، ز: تمامی دستگاه‌ها و شرکت‌های دولتی می‌توانند بخشی از مبلغ قراردادهای خرید کالا یا خدمات با مبدأ خارجی را جهت نیل به خودکفائی در همان زمینه از طریق انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعهٔ فناوری ضمن عقد قرارداد با شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان به انجام رسانند، واحدهای پژوهشی و فناوری و مهندسی مستقر در پارک‌های علم و فناوری مجازند در جهت انجام مأموریت‌های خود از مزایای قانونی مناطق آزاد در خصوص روابط کار، معافیت‌های و عوارض، سرمایه‌گذاری خارجی و مبادلات مالی بین‌المللی برخوردار شوند.

1. Triple Helix

ظرفیت‌سازی‌های قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان برای ارتقاء کارآفرینی علمی و مهارت‌آموزی

براساس مبانی نظری و مدل هنجاری، برخی از مهم‌ترین پیامدها و ظرفیت‌سازی‌های قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در ابعاد زیر بررسی و احصاء شده است:

۱) روزآمد شدن و تحقق مأموریت نظام دانشگاهی[1]

براساس سبک ۲ و ۳ تولید دانش، انقلاب دوم علمی و الگوی پیچش سه‌جانبهٔ صنعت- دانشگاه- دولت، نظام دانشگاهی باید با توجه به نیاز جامعه پژوهش کند و کارآفرینی علمی داشته باشد. نظام دانشگاهی ایران به‌دلیل فقدان تقاضا برای دانش و کمبود انگیزه برای فعالیت‌های نوآورانه در فضای سبک ۱ تولید دانش و انقلاب اول علمی با کم‌توجهی به نیازهای اساسی جامعه، سیر می‌کند (Etzkowitz, 2001) با اجرایی شدن قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان انتظار می‌رود که جریان فناوری و نوآوری تقویت شود و نظام دانشگاهی ایران وارد فضای سبک ۲ و ۳ تولید دانش و قواعد بازی انقلاب دوم علمی شود. یکی از تبعات و عواید اصلی ورود دانشگاه‌ها به فضای سبک ۲ و ۳ تولید دانش، ضرورت توسعه و به‌کارگیری مهارت می‌باشد.

۲) تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی و فناوری[2]

براساس انقلاب دوم علمی، سبک ۳ تولید دانش و الگوی پویای نوآوری، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی و فناوری یکی از ارکان اصلی نظام ملی نوآوری است. به‌دلیل فقدان حمایت لازم و کافی از تجاری‌سازی یافته‌های ارزشمند علمی و پژوهشی، اغلب دستاوردهای مهم و مشکل‌گشای پژوهش‌های علمی و فناوری‌های نوین بدون کاربرد رها می‌شود (Etzkowitz, 2001). با تمهیدات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان امیدوار بود که مسیر تجاری‌سازی دستاوردهای علمی کشور به‌صورت نظام‌یافته و خودجوش، هموار شود که لازمه و پیامد این امر، تقویت مهارت‌آموزی و توسعهٔ مهارت در اجرای فعالیت‌ها است.

۳) کارآفرینی علمی[3]

بر اساس انقلاب دوم علمی و سبک ۳ تولید دانش، کارآفرینی علمی یکی از رسالت‌ها و مأموریت‌های اصلی نظام علمی پژوهشی است. تجربهٔ نظام‌های علمی و پژوهشی معتبر دنیا نیز مؤید این واقعیت می‌باشد. نظام علمی در ایران از چنین ویژگی مهمی برخوردار نمی‌باشد (Etzkowitz, 2001). براساس تسهیلات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان انتظار داشت که کارآفرینی علمی و به تبع آن، مهارت‌آموزی و به‌کارگیری مهارت، در ایران رونق بگیرد.

---

1. University Mission
2. Commercialize Research Achievements
3. Academic Entrepreneurship

۴) ماندگاری نخبگان، فناوران و دانشگران

یکی از دلایل اصلی مهاجرت نخبگان و دانشگران، عدم بهره‌برداری مناسب از توانمندی نخبگان و فقدان شرایط کافی برای ظهور استعدادها و توانمندی‌های دانشگران است. با تمهیدات پیش‌بینی‌شده در قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، شرایط لازم برای بروز استعدادهای نخبگان و ماندگاری آنها فراهم خواهد شد. تقویت مسیر تقاضا به دانش و فناوری نوین و سطح بالا و به تبع آن، توسعهٔ مهارت‌های فنی- علمی و کارآفرینی علمی یکی از مهم‌ترین شرایط و الزامات بروز استعدادهای نخبگان و ماندگاری آنها می‌باشد.

۵) توسعهٔ پژوهش‌های تقاضامحور و کاربردی

امروزه، یکی از ویژگی‌های بارز پژوهش‌های علمی تقاضامحوری و کاربردی بودن آنها بر اساس نیازهای جامعه و بنگاه‌های کسب و کار است (مهدی، یمنی، صباغیان و فاطمی، ۸۹). در نظام علمی و پژوهشی ایران، به دلیل عدم احصاء نیاز و فقدان ارائهٔ سفارش از سوی جامعه و بنگاه‌های کسب و کار، چنین ویژگی مهمی در پژوهش‌های علمی کم‌فروغ است. با امکانات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان شرایط لازم برای پژوهش‌های سفارشی و به تبع آن کابردی شدن پژوهش‌های علمی و افزایش نقش مهارت در پژوهش‌ها فراهم می‌شود.

۶) تقویت روابط صنعت- دانشگاه

بر اساس سبک ۲ و ۳ تولید دانش، انقلاب دوم علمی و الگوی پویای نوآوری و الگوی پیچش سه‌جانبهٔ صنعت- دانشگاه- دولت، روابط نهاد دانشگاه و صنعت باید بسیار نزدیک و قوی باشد. به‌طوری که حتی هر یک از این نهادها بتوانند به قلمرو یکدیگر وارد شده و هم‌افزایی مقتضی داشته باشند. تقویت و تسهیل روابط دانشگاه و صنعت می‌تواند منجر به تقویت نظام ملی نوآوری و توسعهٔ فناوری شود (مهدی، یمنی، صباغیان و فاطمی، ۸۹). به دلیل برخی مشکلات نظیر بارور نشدن توانمندی‌های فناورانه نظام دانشگاهی و نگرش یک‌سویه به این ارتباط، روابط دانشگاه و صنعت صرف‌نظر از برخی موارد موفق و خوب، در مجموع بسیار ضعیف و صوری است. با تسهیلات تدارک‌شده در قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان جای امیدواری است که روابط دانشگاه و صنعت به‌صورت ساختاری و سازمان‌یافته تقویت و قابل اتکاء شود. در سایهٔ تقویت روابط دانشگاه و صنعت، مهارت و کارآفرینی علمی نیز ارتقاء یافته و از حالت تئوریک و انتزاعی خارج می‌شود.

۷) افزایش سهم بخش کسب و کاردر پژوهش و فناوری

در کشورهای توسعه‌یافته، متوسط نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعهٔ بخش دولتی از تولید ناخالص داخلی حدود ۰/۶۹ درصد می‌باشد. در حالی که متوسط این نسبت برای بنگاه‌ها و بخش کسب و کار حدود ۱/۸۱ درصد است (PRO INNO EUROPE, 2009) بر این مبنا، باید نقش بخش کسب و کار در تحقیق و توسعه و تولید و به‌کارگیری فناوری افزایش یابد. بر اساس منافع تعریف‌شده در قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان توقع داشت که سهم و مشارکت بخش کسب و کار در پژوهش و فناوری در یک فرایند معین، ارتقاء یابد.

۸) تقویت بازار فناوری و دانش (فن- بازار۱)

بازار فناوری و دانش که به فن- بازار معروف است محل تلاقی عرضه و تقاضای دانش و فناوری روز و سطح بالا است. این بازار در ایران هنوز به‌طور رضایت‌بخشی شکل نگرفته است (مهدی، یمنی، صباغیان و فاطمی، ۸۸). با تسهیلات و امکانات پیش‌بینی‌شده در قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، فن- بازار بومی متکی بر نیازها، توانمندی‌های فناورانه و مهارت، ایجاد و تقویت می‌شود.

۹) افزایش تولید و توسعه فناوری و مهارت در نظام علمی

براساس انقلاب دوم علمی، سبک ۳ تولید دانش و الگوی پیچش سه‌جانبهٔ صنعت- دانشگاه- دولت، یکی از مأموریت‌های اصلی نظام علمی و دانشگاهی، تولید و توسعهٔ فناوری است. در نظام علمی و پژوهشی کشور به‌دلیل فقدان توجه جدی و نهادینه به موضوع فناوری، رسالت تولید و توسعهٔ فناوری و دانش چگونگی چندان در محور سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های نظام علمی نمی‌باشد. با تسهیلات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، تحولی در میزان و ماهیت تولید و توسعهٔ فناوری و مهارت در نظام علمی کشور متصور می‌باشد.

۱۰) تقویت جایگاه مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری[۲]

مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری محل تجمع مهارت‌ها، ایده‌ها و افکار نوین با قابلیت تجاری‌شدن و نافع می‌باشد و توسعهٔ آنها منوط به میزان کارایی و اثربخشی آنهاست. قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان موجبات تسریع و تقویت تجاری شدن و مهارت و به بازار آمدن ایده‌ها و فناوری‌های نوین را فراهم می‌کند. تسریع به ثمر رسیدن ایده‌ها و ورود آنها به بازار، میزان اعتماد به مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری را افزایش داده و استقبال فناوران و نخبگان علم و فناوری را از آنها بیشتر خواهد کرد و نیاز به مهارت‌آموزی و به‌کارگیری مهارت در صحنهٔ عمل را مضاعف می‌کند.

۱۱) توسعهٔ سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز در فناوری‌های برتر

از یک سو، فناوری‌های نوین و برتر عامل اصلی جهش‌های صنعتی و اقتصادی و تولید ثروت ملی‌اند. از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های برتر و نوین، بسیار مخاطره‌آمیز می‌باشد (PRO INNO EUROPE, 2009). از این‌رو،حمایت حاکمیت و دولت از سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز در فناوری‌های نوین، یک استراتژی و الزام مهم تلقی می‌شود (مهدی، یمنی، صباغیان و فاطمی، ۸۹). امکانات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان تا حدود زیادی، مخاطرات سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نو و برتر را کاهش داده و موجب توسعهٔ سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز در فناوری‌های برتر و ارتقاء سطح کارآفرینی علمی و بومی می‌شود.

---

1. Techno-Market
2. Incubators & S&T Parks

۱۲) انتفاع پژوهشگران و فناوران از نتایج پژوهش‌ها

در اقتصاد دانش‌بنیان، پژوهشگران به‌عنوان عامل اصلی تولید و توسعهٔ علم و فناوری و ثروت و قدرت ملی، باید سهم معینی از تولیدات و دستاوردهای علمی و فناوری خود داشته باشند. برخورداری پژوهشگران از نتایج علم و فناوری، ضامن تدارم چرخهٔ تولید و به‌کارگیری علم و فناوری می‌باشد (Etzkowitz, 2001). باید سازوکار مناسب و اثربخش برای انتفاع پژوهشگران و فناوران از نتایج پژوهش‌های سودمند، طراحی و مستقر شود. قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، راهکار مناسب و قابل اتکایی برای انتفاع پژوهشگران و فناوران کشور از نتایج واقعی پژوهش‌ها و فناوری‌ها است (مهدی، یمنی، صباغیان و فاطمی، ۸۸). همچنین، براساس تجارب موفق جهانی، انتفاع پژوهشگران و فناوران از نتایج واقعی پژوهش‌ها و فناوری‌ها موجبات تقویت جریان نوآوری، فناوری، مهارت‌آموزی و کارآفرینی علمی در سطح کشور را فراهم می‌کند.

نتیجه‌گیری

الگوی پویای نوآوری، مدل پیچش سه‌جانبهٔ صنعت- دانشگاه- دولت، سبک‌های ۲ و ۳ تولید دانش و دو انقلاب بزرگ علمی در جهان، از مبانی اصلی تولید و توسعهٔ فناوری، نوآوری و اقتصاد دانش‌بنیان‌اند. بر پایهٔ این مبانی، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی، کارآفرینی علمی، مهارت‌آموزی، توسعهٔ روابط دانشگاه- صنعت، دستیابی به منابع و اعتبارات پایدار و افزایش مشروعت نظام علمی از مسائل و اولویت‌های اصلی نظام علمی است. لازمهٔ حل مسائل نظام علمی و توجه به اولویت‌های اصلی آن، مداخلهٔ اثربخش حاکمیت و دولت در جریان‌سازی دانش و نوآوری است. قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری‌سازی اختراعات و نوآوری‌ها که در سال ۱۳۸۹ در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسیده است یکی از مداخلات جدی، به‌جا و مسئولانهٔ حاکمیت و دولت برای تقویت نظام ملی نوآوری، کارآفرینی علمی، مهارت‌آموزی، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی و افزایش اثربخشی نظام علمی- فنی کشور است.

در این مقاله، با روش‌شناسی تحلیل محتوا و مطالعهٔ تطبیقی مدل‌های هنجاری و شناختی نظام علم و فناوری، ظرفیت‌سازی‌های قانون حمایت از بنگاه‌های دانش‌بنیان برای ارتقای نظام کارآفرینی علمی و مهارت‌آموزی در ابعاد زیر بررسی و ارائه شده است:

روزآمدی و تحقق مأموریت نظام دانشگاهی، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی و فناوری، کارآفرینی علمی، ماندگاری نخبگان، فناوران و دانشگران، توسعهٔ پژوهش‌های تقاضامحور و کاربردی، تقویت روابط صنعت- دانشگاه، افزایش سهم بخش کسب و کار در پژوهش و فناوری، تقویت بازار فناوری و دانش (فن- بازار)، افزایش تولید و توسعهٔ فناوری و مهارت، تقویت مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، توسعهٔ سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز در فناوری‌های برتر، انتفاع پژوهشگران و فناوران از نتایج پژوهش‌ها.

منابع

مهدی، رضا (۱۳۸۸)، ارزیابی استراتژی‌های تولید علم در گروه فنی- مهندسی، رسالهٔ دکتری، دانشگاه شهید بهشتی.

انتظاری، یعقوب (۱۳۸۴)، اقتصاد نوآور: الگویی برای تحلیل سیاست‌گذاری علم، فناوری و نوآوری، فصل‌نامهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، شمارهٔ ۳۵ و ۳۶.

پیر بردیو (۱۳۸۶)، علم علم و تأمل‌پذیری، ترجمهٔ (زنده‌یاد) یحیی امامی، تهران، مرکز تحقیقات علمی کشور.

ادگار مورن (۱۳۷۹)، درآمدی بر اندیشهٔ پیچیده، ترجمهٔ افشین جهاندیده، تهران، نشر نی.

قانعی راد، محمد امین (۱۳۸۲)، ناهمزمانی دانش، تهران، مرکز تحقیقات سیاست علمی.

مهدی، ر، یمنی، م. ، صباغیان، ز و فاطمی، ح. (۱۳۸۹)، طراحی استراتژی‌های اصلی پژوهش و تولید علم در گروه فنی- مهندسی، مجلهٔ آموزش عالی، سال دوم. شمارهٔ ۲، ص: ۹۴-۶۹.

مهدی، ر، یمنی، م. ، صباغیان، ز و فاطمی، ح. (۱۳۸۸)، ارزیابی استراتژی‌های ملی پژوهش و تولید علم در گروه فنی- مهندسی، فصل‌نامهٔ آموزش مهندسی، شمارهٔ ۴۲، ص: ۷۸-۵۲.

Rush, H., M. Hobday, J. Bessant and E. Arnold, 1995, Strategies for best practice in research and technology institutes: An overview of benchmarking exercise, R&D Management., 25: 17- 34.

Etzkowitz, H. (2001), The Second Academic Revolution and the Rise of Entrepreneurial Science, IEEE Technology and Society, 22: 18-29.

Gibbons, M. (2000), mode 2 society and the emergence of context sensitive science , science & public policy, Beech tree.

Merton, R.K. (1975), the sociology of science: theoretically & empirical investigations , U. of Chicago.

Etzkowitz H. and Leydesdorff (2000), The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university, industry, government relations, Research Policy 29 : 109-123

Sije, P.V.D., P. McGowan, T.V.D. Velde and J. Youngleson (2005), Organizing for Effective Academic Entrepreneurship, Twente U., Netherl.

PRO INNO EUROPE (2009), Policy Trends & Appraisal Report: Turkey, INNO Policy Trendchart, European Commission (EC).

عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای، مطالعهٔ موردی: مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفتهٔ گیلان

دکتر علی داوری[۱]
حمیدرضا رضایی کلیدبری[۲]
امین محمدی آلمانی[۳]
امیر پورناصرانی[۴]

چکیده

امروزه رفع معضل بیکاری به دغدغه‌ای چالش برانگیز برای دولت بدل گشته است و از آنجا که رفع این مشکل بسیاری از معضلات اقتصادی و اجتماعی جامعه را برطرف می‌نماید، شایسته است که راه‌حلی مناسب جهت برون‌رفت از وضعیت موجود اندیشیده شود. این مهم میسر نمی‌گردد مگر در سایهٔ توجه به مقولهٔ کارآفرینی. زیرا کارآفرینی موتور محرک توسعهٔ اقتصادی و ایجاد اشتغال می‌باشد. از طرف دیگر، مراکز فنی و حرفه‌ای در تربیت نیروهای ماهرجهت ورود به بازارکار و ایجاد خوداشتغالی نقشی حیاتی ایفا می‌نمایند. لذا، اهمیت آموزش راهکارهای اشتغال‌زایی و خوداشتغالی و تقویت روحیهٔ کارآفرینی در میان مهارت‌آموزان بیش از پیش احساس می‌شود. لازمهٔ تقویت روحیهٔ کارآفرینی شناخت دقیق عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه است. ازاین‌رو، هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای می‌باشد. جامعهٔ آماری این پژوهش، تمامی مهارت‌آموزانی که در سال ۱۳۹۱ در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفتهٔ گیلان آموزش دیده‌اند را در بر می‌گیرد که تعداد ۳۰۰ نفر از آنها با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته و به‌منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. پژوهش حاضر از جمله تحقیقات توصیفی- پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد. نتایج پژوهش نشان داد که نگرش فردی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، نیاز به کسب موفقیت، تحمل ابهام و همچنین دارا بودن قوهٔ نوآوری، عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان به‌شمار می‌روند. به‌علاوه، هنجارهای ذهنی و نگرش فردی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک‌شده دارند، اما تأثیر هنجارهای ذهنی بر نگرش فردی مورد تأیید قرار نگرفت.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، فنی و حرفه‌ای، آموزش، اشتغال، گیلان.

---

۱. دکتری مدیریت دولتی، استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، Email:Ali_davari @ut.ac.ir
۲. دکتری مدیریت دولتی، استادیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت،
Email:Hrezaee41@yahoo.com
۳. کارشناس‌ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، باشگاه پژوهشگران جوان،
Email:amin_mohammadi_almani@yahoo.com
۴. کارشناس‌ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، باشگاه پژوهشگران جوان،
Email:amirpournaserani@yahoo.com

مقدمه

امروزه فاصلهٔ بین کشورهای جهان سوم با جهان صنعتی به قدری افزایش یافته است که سبب شده جهان سوم، زبان علمی جهان پیشرفته و صنعتی را درک نکند. اکنون کشورهای جهان سوم با عقب‌ماندگی و معضلات بسیاری دست و پنجه نرم می‌کنند و یکی از مهم‌ترین مشکلات آنان مسئلهٔ اشتغال است (حسینی و عزیزی، ۱۳۸۶). بحران بیکاری به‌عنوان یک معضل تمامی جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و گاهی اثرات غیرقابل جبرانی بر جای می‌گذارد. تجربه ثابت کرده است که پیامدهای اجتماعی بیکاری، نه راه حل‌های فوری و ایدئولوژیک و اخلاقی دارد و نه محور همه‌جانبه، یکپارچه و کوتاه‌مدت آن امکان‌پذیر است (نوه‌ابراهیم و تندسته، ۱۳۸۷). متأسفانه در ایران نیز با توجه به رشد جمعیت جوان کشور در سال‌های اخیر نرخ بیکاری رشد چشمگیری داشته است (حسینی و عزیزی، ۱۳۸۶). از آنجا که کشور ما نیز با معضل بیکاری جوانان روبه‌روست، شایسته است که راه‌حلی مناسب جهت برون‌رفت از وضعیت موجود اندیشیده شود. این مهم میسر نمی‌گردد، مگر در سایهٔ خلاقیت و نوآوری و توجه به مقولهٔ کارآفرینی. زیرا کارآفرینی قابلیتی است که می‌تواند نظام‌های امروزی را در این برههٔ حساس نجات داده و به بقای آنان کمک نماید. اهمیت کارآفرینان در این است که خلق ارزش می‌نمایند. این ارزش ممکن است کشف دانشی جدید، ایجاد تکنولوژی نوین، بهبود تولیدات یا خدمات موجود و یا یافتن راه‌های گوناگون برای تولید کالاها و خدمات با صرف منابع کمتر باشد (محمدی آلمانی و پورناصرانی، ۱۳۹۱). کارآفرینان منشاء تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی و خدماتی هستند و موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و همچنین ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شوند (Gurol & Astan, 2006). لذا توجه جدی به مقولهٔ کارآفرینی، نتایجی چون افزایش فرصت‌های شغلی، بهبود بهره‌وری و افزایش سطح رفاه اجتماعی اقتصادی را به دنبال خواهد داشت (Azizi et al, 2010). در اقتصاد سنتی، سیستم بیش از حد بر قیمت متمرکز بود و اهمیت اختراع و نوآوری نادیده گرفته می‌شد، اما امروزه کارآفرینان با اختراع، نوآوری و خلق چیزی که جدیدتر و بهتر است به جامعه کمک می‌کنند (Koe et al, 2012). کارآفرینان همواره نقشی حیاتی در پیشرفت جوامع بر عهده داشته‌اند. همیشه در جستجوی فرصت‌ها هستند و جهت موفقیت از عنصر خلاقیت بهره می‌برند. از نظر کارآفرینان، تغییر امری معمولی و متداول به‌شمار می‌رود و از آن به‌عنوان یک فرصت بهره می‌برند (Ramirez et al, 2010).

از طرف دیگر، با ظهور اقتصاد دانش‌محور در کشورهای صنعتی در دهه‌های آخر قرن گذشته و به دنبال آن در برخی از کشورهای جنوب شرقی آسیا و آمریکای لاتین، سرمایهٔ انسانی نقشی محوری در توفیق این کشورها برای ورود به اقتصاد جدید ایفاء نمود. یکی از مهم‌ترین مقوله‌هایی که در این دوران جهت تشکیل و تقویت سرمایهٔ انسانی و تربیت کارگران و نیروهای ماهر دانش‌مدار مورد توجه قرار گرفت، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بود. این آموزش‌ها نه‌تنها عهده‌دار تربیت نیروی کار مورد نیاز جامعه می‌باشند، بلکه از طریق بسترسازی خوداشتغالی، به حل مشکل بیکاری نیز کمک می‌نمایند. در واقع، آموزش‌های

فنی و حرفه‌ای با توأم نمودن آموزش‌های نظری و عملی این امکان را برای آموزش‌دیدگان فراهم می‌نمایند که همسویی بیشتری با نیازهای بازار کار داشته و از این طریق امکان بیشتری برای جذب آنها در فعالیت‌های اقتصادی- اجتماعی فراهم می‌گردد و همچنین سبب می‌شود که بیشتر به خوداشتغالی و تأسیس کسب و کارهای جدید ترغیب شوند. این آموزش‌ها از مزیت بازدهی در کوتاه مدت و یا میان‌مدت برخوردار می‌باشند. درحالی‌که آموزش‌های کلاسیک به‌دلیل هزینهٔ بالا، طولانی بودن دورهٔ آموزش، سهم زیاد آموزش‌های نظری در آنها و در نتیجه بهره‌مندی اندک از عملیات کارگاهی، از جهت هماهنگی با نیازهای بازار کار و لذا، جذب در آن دچار مشکل می‌باشند. به همین دلیل امروزه، کشورهای جهان توجه ویژه‌ای به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای معطوف داشته‌اند، به‌طوری‌که این آموزش‌ها حتی به درون سیستم آموزش‌های آکادمیک این کشورها نیز نفوذ کرده است (سلیمی‌فر و مرتضوی، ۱۳۸۴). همان‌طور که گفته‌شد، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در بسترسازی کارآفرینی و خوداشتغالی نقش به‌سزایی دارند، اما باید توجه داشت که عامل انسانی مهم‌ترین جنبهٔ کارآفرینی است و راه‌اندازی یک کسب وکار کارآفرینانه در وهلهٔ اول یک تصمیم فردی و شخصی است و تنها به دلیل سپری نمودن آموزش‌های مربوطه رخ نمی‌دهد. در واقع، تأسیس یک کسب و کار جدید مستلزم طی دو مرحله تصمیم‌گیری و راه‌اندازی است که متأسفانه اکثر تحقیقات صورت‌گرفته در زمینهٔ کارآفرینی توجه خود را به فرآیند راه‌اندازی کسب و کار یعنی مرحلهٔ بعد از تصمیم‌گیری معطوف نموده‌اند و نسبت به مرحلهٔ تصمیم‌گیری غفلت ورزیده‌اند. در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی نیز این امر نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که قبل از مرحلهٔ راه اندازی، مرحلهٔ تصمیم‌گیری قرار دارد. در مرحلهٔ تصمیم‌گیری به این امر توجه می‌شود که چه عوامل و عناصری باعث می‌شوند تا یک فرد تصمیم بگیرد که از میان گزینه‌های شغلی مختلف، راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را انتخاب نماید. در این زمینه می‌توان نیت کارآفرینانه را به‌عنوان پیش درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کسب و کار جدید قلمداد کرد (بارانی و دیگران، ۱۳۸۸). از این‌رو، آن‌چه در این زمینه اهمیت می‌یابد این است که چگونه می‌توان در مهارت‌آموزان در حال آموزش در مراکز فنی و حرفه‌ای تمایل به کارآفرینی ایجاد کرد تا در آن‌ها قصد کارآفرینانه برای تصمیم به راه‌اندازی یک کسب وکار ایجاد شود. در نتیجه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌بایست به مسائلی فراتر از آشنایی صرف با مهارت‌های فنی و تخصصی بپردازند و جهت ترغیب مهارت‌آموزان به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید باید بیشتر به‌این نکته توجه نشان دهند که چگونه در افراد نیت و قصد کارآفرینانه شکل می‌گیرد، چگونه می‌توان افراد را برای کارآفرین شدن تشویق کرد و در این مسیر، چه شرایط و ویژگی‌هایی در ایجاد قصد کارآفرینانه و اقدام به خوداشتغالی تأثیر خواهد داشت. از این‌رو، تحقیق حاضر با توجه به خلاء موجود در این زمینه با هدف بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای انجام پذیرفت. به عبارت دیگر، پژوهش حاضر در جستجوی پاسخی مناسب برای این سؤال است که «عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان کدامند؟».

مروری بر ادبیات و پیشینهٔ تحقیق

انقلاب کارآفرینی سراسر کرهٔ زمین را فرا گرفته است و به طور غیرقابل انکاری دنیای کسب و کار را تحت تأثیر قرار داده است (Kuratko, 2005). امروزه همگان بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکهٔ توسعهٔ اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهمی که سبب شده تا کشورها به مقولهٔ کارآفرینی توجه نشان دهند عبارتند از: تولید ثروت، توسعهٔ تکنولوژی و اشتغال مولد (امین بیدختی و رحیمی‌جعفری، ۱۳۸۷). کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی پیچیده است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب نموده است (نوروززاده و رضایی، ۱۳۸۹) و از جهات گوناگونی مورد بررسی قرار گرفته است. اقتصاددانان به بررسی نقش‌های کاربردی کارآفرینی پرداخته‌اند (حیدری، ۱۳۸۸) و علاوه بر آن، علومی چون جامعه‌شناسی و مدیریت نیز در روند توسعه و تکامل کارآفرینی و همچنین ثبات و تعمیم آن نقش به‌سزایی داشتند. همچنین حلقهٔ رابط مابین پیدایش و تعمیم و تکامل کارآفرینی را می‌بایست در علم روان‌شناسی نیز جستجو نمود. جایی که علم روان‌شناسی با بررسی سه اصل ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، رفتارشناختی کارآفرینان و شناخت کارآفرینانه، تحولات بنیادینی در مقولهٔ کارآفرینی ایجاد نمود. ازاین‌رو، می‌توان فلسفهٔ وجودی کارآفرینی را متشکل از این چهار علم در نظر گرفت (ناهید، ۱۳۸۸). صاحب‌نظران علوم مدیریت با استفاده از رویکرد رفتاری، کارآفرینی را فرایندی تعریف می‌کنند که سرانجام منجر به ایجاد کسب و کارهای جدید می‌شود. کارآفرینان تغییردهندهٔ ارزش‌ها هستند، آن‌ها خطرپذیرند، به سرمایه نیاز دارند، هیچ‌وقت سرمایه‌گذار نیستند، به درستی تصمیم می‌گیرند، همواره به دنبال تغییر بوده، قدرت شناسایی فرصت‌ها را دارند، مفاهیم و فنون مدیریتی را به‌کار می‌گیرند و همچنین رفتارگرا و عملگرا هستند (جعفرنژاد و دیگران، ۱۳۹۰). واژهٔ کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل ازآنکه به زبان امروزی مطرح شود، در زبان فرانسه متداول شد. این واژه برگرفته از لغت فرانسوی Entreprendre به معنای «متعهد شدن» و معادل Undertake در زبان انگلیسی می‌باشد که در سال ۱۸۴۸ توسط جان استوارت میل به‌صورت واژهٔ (Entrepreneur) وارد زبان انگلیسی شد. مفهوم کارآفرینی سابقه‌ای دویست‌ساله دارد و اولین کسی که این مسئله را مطرح نمود فردی به نام کانتیلون است. در اوایل سدهٔ شانزدهم میلادی، کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌نامیدند. از آن زمان به بعد، دربارهٔ دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی به‌کار گرفته می‌شد. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان دربارهٔ پیمانکاران دولتی که دست‌اندرکار جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرینی را به‌کار برده‌اند (قنبرعلی و زرافشانی، ۱۳۸۷). امروزه کارآفرینی یعنی کشف، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که موجب خلق کالاها و خدمات جدید می‌شوند (جمشیدی فر و دیگران، ۱۳۸۹). در واقع، کارآفرینی فرایندی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کاری نو، سازمانی جدید و نوآور (البته با پذیرش مخاطره و ریسک) می‌نماید و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد (Schurenberg, 2012). کارآفرینان افراد، گروه‌ها یا مردمی هستند که اقدام به تأسیس و ادارهٔ یک کسب و کار جدید می‌کنند،

به‌طوری‌که حداقل برای بیش از یک نفر شغل ایجاد شود (Kirkwood, 2007). طبق تعریف واژه‌نامهٔ وبستر، کارآفرین فردی است که متعهد می‌شود تا مخاطرهٔ یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید (Katsikis & Kyrgidou, 2003). کارآفرینی واقعی زمانی رخ می‌دهد که افراد راه‌های متداول و همیشگی تفکر و عمل را کنار گذاشته و با نگاهی نو و متفاوت راه‌ها و ایده‌های جدید را به‌کار گیرند (جمشیدی فر و دیگران، ۱۳۸۹). کارآفرینی چیزی فراتر از شغل و حرفه است و باید آن را یک شیوهٔ زندگی دانست که با ایجاد و انتقال آن به نسل جدید، بسیاری از مشکلات و آسیب‌های اجتماعی موجود برطرف می‌شود (Jansen & Wees, 1994). از آن‌جا که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی، یک تصمیم داوطلبانه و آگاهانه به‌شمار می‌رود، لذا، نیت کارآفرینانه را می‌توان به عنوان پیش‌درآمد و عامل مؤثری بر رفتار کارآفرینی و یا تصمیم برای کارآفرین بودن قلمداد کرد. به‌طورکلی، در ادبیات روان‌شناسی، از نیت کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه‌ریزی شده یاد می‌شود. به عبارت دیگر، نیت یکی از بهترین عوامل پیشگوکنندهٔ رفتار به‌شمار می‌رود. الگوهای زیادی برای سنجش نیت کارآفرینانه ارائه شده است که مهم‌ترین و شناخته‌شده‌ترین آن نظریهٔ رفتار برنامه‌ریزی شده است (بارانی و دیگران، ۱۳۸۸). نیت کارآفرینانه را به‌عنوان اولین اقدامی که فرد، قبل از آغاز رسمی راه‌اندازی کسب و کار و یا تولید و فروش اولیهٔ مربوط به کسب و کاری انجام می‌دهد، تعریف می‌کنند (رحمانیان کوشککی و دیگران، ۱۳۹۱). با توجه به اهمیت مقولهٔ کارآفرینی، تحقیقات متعددی در این زمینه در ایران و سایر کشورها صورت پذیرفته است که برخی از آنها به‌طور خلاصه در جدول شمارهٔ ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. برخی از تحقیقات صورت‌گرفته در زمینهٔ کارآفرینی

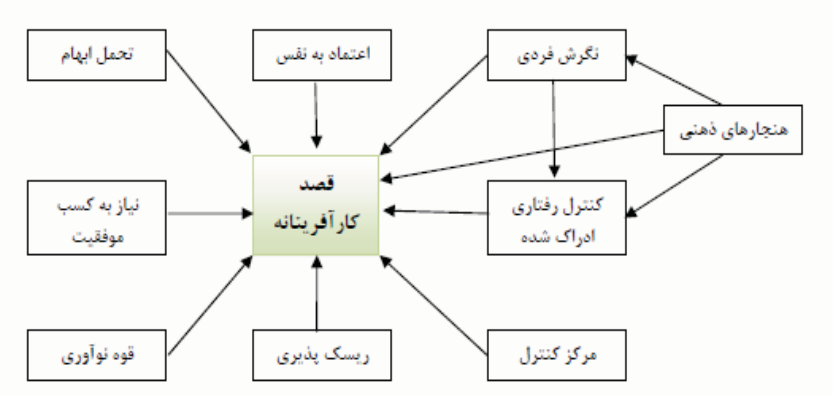
نام محقق (محققان)	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
آلتینای و دیگران (۲۰۱۲)	تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی و آداب و سنن خانوادگی بر تمایلات کارآفرینانه	نتایج تحقیق نشان داد که وجود فردی کارآفرین در خانواده و همچنین دارا بودن قوهٔ نوآوری سبب تمایل فرد به ایجاد یک کسب و کار جدید می‌شود. ضمناً رابطهٔ مثبتی میان تحمل ابهام و ریسک‌پذیری یافت شد و از طرف دیگر مشخص شد که میان ریسک‌پذیری و مرکز کنترل رابطهٔ منفی وجود دارد. علاوه بر این، نیاز به موفقیت نیز سبب تمایل فرد به کارآفرینی می‌شود.
ارتونا و گورل (۲۰۱۱)	نقش تعدیل‌گر آموزش عالی بر کارآفرینی	طبق نتایج، برخی از ویژگی‌های شخصیتی نقش مهمی در ایجاد تمایل به کارآفرین شدن در دانشجویان ایفا می‌کنند. همچنین دانشجویانی که سطح بالاتری از تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر به کارآفرینی تمایل پیدا می‌کنند.

نام محقق (محققان)	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
کانیزارس و گارسیا (۲۰۱۰)	تأثیر تفاوت‌های جنسیتی در ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه	نتایج تحقیق نشان داد که زنان تمایل کمتری به شروع فعالیت‌های کارآفرینانه دارند و ترس از عدم موفقیت و شکست، مهم‌ترین مانع بر سر راه ایجاد یک کسب و کار جدید است.
رحمانیان کوشککی و دیگران	بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانهٔ دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام	نتایج نشان داد که متغیرهای باور به خودکارآمدی، حمایت خانواده و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانهٔ دانشجویان تأثیر مثبت دارند، اما رابطهٔ معناداری میان نگرش و قصد کارآفرینانه یافت نشد.
جعفرنژاد و دیگران (۱۳۹۰)	تبیین عوامل اثرگذار بر فرایند کارآفرینی مستقل(مطالعهٔ موردی: کارآفرینان شهرستان بندر انزلی)	نتایج نشان داد که متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی به ترتیب بیشترین اثرگذاری مستقیم بر روی فرایند کارآفرینی مستقل را دارند.
قاسمی و اسدی (۱۳۸۹)	تحلیل عاملی عوامل مؤثر در ایجاد روحیهٔ کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعهٔ موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)	جامعهٔ آماری تحقیق شامل ۶۸۶ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب تعداد ۱۵۰ نفر به عنوان پاسخگو تعیین شدند. نتایج نشان داد، متغیرها شامل چهار عامل آموزشی، روان‌شناختی، ارتباطی و دانشگاهی می‌باشند.
بدری و دیگران (۱۳۸۵)	بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان	نتایج نشان داد که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینهٔ استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزهٔ پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بود، اما نمرات ریسک‌پذیری از متوسط نمره معیار پایین‌تر بود. همچنین، آموزش‌های دانشگاهی در پرورش ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مؤثر نبوده است.

چارچوب نظری پژوهش

برای انجام تحقیقات علمی و نظام‌مند، چارچوبی علمی و نظری مورد نیاز است که در این تحقیق برای بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای از مدل ارائه‌شده توسط فریرا و دیگران (۲۰۱۲) استفاده شده است. طبق این مدل (شکل۱) نه عامل نگرش فردی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، نیاز به کسب موفقیت، تحمل ابهام و همچنین دارا

بودن قوهٔ نوآوری از عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه به‌شمار می‌روند که در ادامه به روابط میان آنها پرداخته شده است.



شکل۱: مدل پژوهش(Ferreira et al, 2012)

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به پیشینه و ادبیات موضوع و همچنین چارچوب نظری تحقیق حاضر، فرضیه‌های ذیل جهت بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه تدوین گردیده‌اند:

فرضیهٔ ۱. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر نگرش فردی دارند.
فرضیهٔ ۲. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارند.
فرضیهٔ ۳. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک‌شده دارند.
فرضیهٔ ۴. نگرش فردی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک‌شده دارد.
فرضیهٔ ۵. نگرش فردی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۶. کنترل رفتاری ادراک‌شده تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۷. مرکز کنترل درونی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۸. ریسک‌پذیری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۹. اعتماد به نفس تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۱۰. نیاز به کسب موفقیت تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۱۱. تحمل ابهام تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
فرضیهٔ ۱۲. قوهٔ نوآوری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ دسته‌بندی تحقیقات بر حسب نحوهٔ گردآوری داده‌ها، یا به عبارت دیگر طرح تحقیق، تحقیقی توصیفی به‌شمار می‌رود که به توصیف ویژگی‌های نمونه و سپس تعمیم این ویژگی‌ها به جامعهٔ آماری پرداخته است و از آنجا که در یک مدل چندمتغیره به بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه می‌پردازد، برحسب روش، از نوع همبستگی می‌باشد. همچنین، پژوهش حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی است. جامعهٔ آماری این

پژوهش، تمامی مهارت‌آموزانی که در سال ۱۳۹۱ در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفتهٔ گیلان آموزش دیده‌اند را در بر می‌گیرد. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه و به‌منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. از آنجا که روش مدل‌یابی معادلات ساختاری تا حدود زیادی با برخی جنبه‌های رگرسیون چندمتغیری شبیه است، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری، برای تعیین حجم نمونه در مدل یابی معادلات ساختاری، استفاده نمود. در تحلیل رگرسیون چند متغیری نسبت تعداد نمونه (مشاهدات) به متغیرهای مستقل نباید از ۵ کمتر باشد. در غیر این‌صورت، نتایج حاصل از معادلهٔ رگرسیون چندان تعمیم‌پذیر نخواهد بود. به‌طورکلی، حجم نمونه در روش‌شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری‌شده تعیین شود. یعنی $5q \leq n \leq 15q$ (۱)

طبق فرمول شمارهٔ (۱)، q= تعداد متغیرهای مشاهده‌شده (گویه‌های پرسش‌نامه) و n= حجم نمونه است. با توجه به اینکه پرسش‌نامهٔ این پژوهش ۳۰ گویه دارد، با در نظر گرفتن مقدار متوسط ۱۰ مشاهده به‌ازای هر گویه، تعداد نمونهٔ لازم ۳۰۰ محاسبه می‌گردد. لذا، تعداد ۳۰۰ پرسش‌نامه با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس در میان مهارت‌آموزان در حال آموزش در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفتهٔ گیلان توزیع گردید که از این تعداد، ۲۱۷ عدد پرسش‌نامهٔ قابل قبول جمع‌آوری گردید که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در پژوهش حاضر از پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته استفاده شده است که شامل دو بخش سؤالات عمومی و تخصصی می‌باشد. بخش اول در رابطه با اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان است و از سه سؤال تشکیل‌شده که دربارهٔ سطح تحصیلات، جنسیت و سن آنها می‌باشد. نتایج حاصل از داده‌های پرسش‌نامه نشان داد که ۶۷/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۲/۱ درصد زن می‌باشند. همچنین ۱۵/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان زیر ۲۰ سال، ۵۱/۹ درصد بین ۲۰ تا ۲۹، ۳۰/۵ درصد بین ۳۰ تا ۳۹ سال و ۲/۴ درصد بالاتر از ۴۰ سال سن دارند. همچنین، مشخص گردید که ۲۴/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. در بخش دوم، ۳۰ سؤال تخصصی مربوط به متغیرهای تحقیق مطرح گردید. برای سنجش سؤالات، طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) مورد استفاده قرار گرفته است. برای بررسی اعتبار پرسش‌نامه از روش روایی محتوا استفاده شده است. به این‌صورت که پس از طراحی، پرسش‌نامه در اختیار تنی چند از اساتید روش تحقیق و مدیریت قرار گرفت و پس از مطالعه و رفع اشکالات آن، توزیع نهایی صورت پذیرفت. بنابراین، پرسش‌نامهٔ مورد استفاده به‌عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌های این پژوهش دارای اعتبار مناسب بوده یا به عبارتی روا است. به‌منظور تعیین پایایی، قبل از توزیع نهایی یک مطالعهٔ مقدماتی، به‌وسیلهٔ توزیع پرسش‌نامه در میان ۳۰ نفر از مهارت‌آموزان صورت گرفت و سپس از طریق نرم‌افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. با توجه به اینکه حداقل ضریب پایایی لازم برای پرسش‌نامه‌های پژوهشی ۰/۷۰ می‌باشد و از آنجا که ضریب آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده برای تحقیق حاضر تقریباً ۰/۸۶ می‌باشد، لذا می‌توان گفت که پرسش‌نامه از پایایی مناسبی برخوردار است.

یافته‌ها

الف) شاخص‌های برازندگی مدل

گام اول در آزمون مدل تحقیق برآورد تناسب یا برازش مدل است، لذا در تحقیق حاضر ابتدا مدل تحقیق با استفاده از شاخص‌های برازندگی مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آن در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول۲. شاخص‌های برازش مدل

شاخص تناسب	$df\chi^2$ /	RMSEA	GFI	CFI	NFI
دامنهٔ مقبول	<۳	< ۰/۱	≥ ۰/۹	≥ ۰/۹	≥ ۰/۹
نتیجهٔ تحقیق	۱/۷۹	۰/۰۶۳	۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۹۳

نرم‌افزار لیزرل شاخص‌های مختلفی را جهت برازش مدل ارائه می‌نماید. به کمک این شاخص‌ها می‌توان در مورد قابل قبول بودن یا نبودن کل مدل قضاوت و تصمیم‌گیری کرد. با توجه به بزرگ بودن حجم نمونه، شاخص $\chi 2$ برای ارزیابی مدل مناسب نیست و شاخص‌های ریشهٔ میانگین مجذور خطاها (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص نرم شده برازش (NFI) و شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI) ملاک‌های مناسب برای قضاوت در مورد برازندگی مدل است. نتایج ارزیابی برازش کل مدل نشان می‌دهد که مدل نظری تحقیق با داده‌های تجربی مورد استفاده سازگاری و توافق دارد. این نتیجه براساس آمارهٔ ریشه میانگین مجذور خطاها (RMSEA) با مقدار ۰/۰۶۳ به‌دست آمده است. مقدار کمتر این معیار، نشان‌دهندهٔ برازش بهتر مدل است و اگر این مقدار بین ۰/۰۵ تا ۰/۰۸ به‌دست‌آید، می‌توان گفت که مدل تحقیق از لحاظ تناسب با داده‌ها مدل مطلوبی می‌باشد. سایر شاخص‌های برازندگی مدل شامل GFI, NFI و CFI به‌طورکلی، بین صفر تا یک متغیر هستند و ضرایبی که بالاتر از ۰/۹۰ باشند، قابل قبول در نظر گرفته می‌شوند. با توجه به مقادیر شاخص‌های محاسبه‌شده می‌توان مدل تحقیق را مناسب ارزیابی نمود. یعنی مدل تحقیق از لحاظ تناسب با داده‌ها، مدل مطلوبی می‌باشد.

ب) آزمون فرضیه‌ها

در تحقیق حاضر به‌منظور آزمون فرضیات از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. مدل‌یابی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانوادهٔ رگرسیون چند متغیره است که به پژوهشگر امکان می‌دهد، مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به‌گونه‌ای هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق بر اساس مدل معادلات ساختاری، در جدول (۳) به‌صورت خلاصه ارائه گردیده است. نتایج حاصل از آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که در تحقیق حاضر تمامی فرضیات به غیر از فرضیهٔ شمارهٔ یک در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفتند.

جدول۳. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	مقدار ضریب برآوردشده	آماره t	نتایج
فرضیهٔ ۱. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر نگرش فردی دارند.	۰/۰۶	۰/۹۴	عدم تأیید
فرضیهٔ ۲. هنجارهای ذهنی تاثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارند.	۰/۱۴	۲/۳۵	تأیید
فرضیهٔ ۳. هنجارهای ذهنی تاثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک شده دارند.	۰/۳۰	۴/۶۳	تأیید
فرضیهٔ ۴. نگرش فردی تاثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک شده دارد.	۰/۵۵	۷/۵۶	تأیید
فرضیهٔ ۵. نگرش فردی تاثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۲۷	۴/۳۱	تأیید
فرضیهٔ ۶. کنترل رفتاری ادراک شده تاثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۱۸	۳/۴۹	تأیید
فرضیهٔ ۷. مرکز کنترل درونی تاثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۲۳	۳/۸۶	تأیید
فرضیهٔ ۸. ریسک‌پذیری تاثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۶۳	۷/۹۶	تأیید
فرضیهٔ ۹. اعتماد به نفس تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۵۰	۷/۱۳	تأیید
فرضیهٔ ۱۰. نیاز به کسب موفقیت تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۳۶	۵/۲۴	تأیید
فرضیهٔ ۱۱. تحمل ابهام تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۱۶	۳/۱۸	تأیید
فرضیهٔ ۱۲. قوهٔ نوآوری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.	۰/۷۱	۸/۸۵	تأیید

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که امروزه کشور ما با آن مواجه است، ضروری است راهکارهای جدید جهت رفع معضل بیکاری به‌ویژه در قشر جوان جامعه اندیشه شود. این امر میسر نمی‌گردد مگر در سایهٔ خلاقیت و نوآوری و توجه به مقولهٔ کارآفرینی. از این‌رو در تحقیق حاضر تلاش شد تا عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای مورد بررسی قرار گیرد. نتایج حاصل از آزمون مدل معادلات ساختاری نشان داد که عواملی چون نگرش فردی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، نیاز به کسب موفقیت، تحمل ابهام و همچنین دارا بودن قوهٔ نوآوری بر قصد کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان تأثیر مثبتی دارند که این نتایج همسو با نتایج تحقیقات محققان پیشین از جمله فریرا و دیگران (۲۰۱۲)، کوئه و دیگران (۲۰۱۲)، فینی و دیگران (۲۰۱۲)، آلتینای و دیگران (۲۰۱۲)، محمدی آلمانی و پورناصرانی (۱۳۹۱)، رحمانیان کوشککی و دیگران (۱۳۹۱) و همچنین بارانی و دیگران (۱۳۸۸) است. با توجه به نتایج تحقیق، ضرورت آموزش‌های مربوط به‌کارآفرینی در مراکز فنی و حرفه‌ای بیش

از پیش نمایان می‌گردد. سیستم آموزش و مهارت‌آموزی در این مراکز باید به‌گونه‌ای طراحی شود که فرهنگ کارآفرینی در قلب و روح مهارت‌آموزان نهادینه شود و ارزش واقعی کارآفرینی به درستی به آنان تفهیم شود و تلاش گردد تا شیوه‌های مدرن آموزش کارآفرینی شناسایی و به‌کار گرفته شوند. زیرا افراد هنگامی که از دانش کافی و متناسب با یک کسب و کار برخوردار باشند بیشتر به سوی کارآفرین شدن سوق پیدا می‌کنند. تمامی آموزش‌ها باید به سمتی برود که نگرش و ذهنیتی مثبت از کارآفرینی برای مهارت‌آموزان ایجاد شود. از طرف دیگر، با فراهم ساختن تسهیلات مالی و غیرمالی برای حمایت از طرح‌های کارآفرینانهٔ مهارت‌آموزان و همچنین دعوت از نمونه‌های موفق مهارت‌آموزان کارآفرین و الگو قرار دادن آنها می‌توان نگرش و ذهنیت مثبت نسبت به کارآفرینی ایجاد نمود. همچنین، تلاش گردد که روحیهٔ ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، نیاز به کسب موفقیت، اعتماد به نفس و خلاقیت و نوآوری در آنان تقویت گردد. افراد باید یاد بگیرند که برای خود خلق فرصت نمایند و با قبول مسئولیت‌پذیری به‌کار بپردازند. افراد باید بتوانند فرصت‌ها را شناسایی نمایند و به‌صورت مستقل، توان ایجاد یک کسب و کار را داشته باشند. با توجه به نقش بی‌بدیل مقولهٔ کارآفرینی در رفع معضل بیکاری، ضروری است تا شرایطی فراهم شود که افراد بیش از پیش به کارآفرینی تمایل نشان دهند و مستقل از دولت در اقتصاد کشور نقش ایفا کنند. در کل می‌توان گفت که ویژگی‌ها و خصوصیات فردی و روان‌شناختی افراد بر قصد کارآفرینانهٔ آنان تأثیر دارند، هرچند که تا اندازه‌ای این ویژگی‌ها به‌صورت ارثی است، اما بخش اعظم آن را فرد می‌تواند در محیط و اجتماع کسب می‌کند و قابل آموزش و یادگیری می‌باشد، این‌جاست که برنامه‌ریزی و توجه به این مقوله به امری ضروری بدل می‌گردد.

منابع

آمدی، ا. ؛ ملک محمدی، ا. و حسینی نیا، غ. (۱۳۸۸). تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تهران، مجلهٔ تعاون، سال بیستم، شمارهٔ ۲۱۰ و ۲۱۱، صفحهٔ ۳۴-۱۷.

امین بیدختی، ع.ا. و رحیمی‌جعفری، ع(۱۳۸۷). بررسی ضرورت و راه‌های توسعهٔ رشته‌های کارآفرینی دانشگاهی، ماه‌نامهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۹۶-۹۷، صفحهٔ ۳۳-۲۴.

بارانی، ش؛ اطهری، ز. و زرافشانی، ک (۱۳۸۸). بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی (مطالعهٔ موردی: استان کرمانشاه)، توسعهٔ کارآفرینی، سال دوم، شمارهٔ ششم، صفحهٔ ۹۵-۷۳.

بدری، ا؛ لیاقتدار، م.ج؛ عابدی، م.ر و جعفری، ا(۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، مجلهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شمارهٔ ۴۰، صفحهٔ ۹۰-۷۳.

پورآتشی، م و مختارنیا م (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانش‌آموختگان کشاورزی از دیدگاه اعضای هیئت علمی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، مجلهٔ تحقیقات اقتصاد و توسعهٔ کشاورزی ایران، دورهٔ ۲-۴۰، شمارهٔ ۲، صفحهٔ ۱۲۲- ۱۱۵.

جعفرنـژاد، ا؛ کیـاکجوری، ک و رودگرنـژاد، ف (۱۳۹۰). تبیـین عوامـل اثرگـذار بـر فرآینـد کارآفرینی مستقل (مطالعهٔ موردی: کارآفرینان شهرستان بنـدرانزلـی)، توسـعهٔ کـارآفرینی، سال چهارم، شمارهٔ سیزدهم، ص ۸۷-۶۹.

جمشیدی فر، م؛ خرمی، ش و راحلی ح (۱۳۸۹). بررسی عوامل مـؤثر بـر روحیـهٔ کـارآفرینی دانشجویان دانشکدهٔ کشاورزی تبریز، مجلهٔ پژوهش‌های ترویج و آمـوزش کشـاورزی، سـال سوم، شمارهٔ ۳، صفحهٔ ۶۴-۵۳.

حسینی، س. م و عزیزی، ب (۱۳۸۶). بررسی عوامل مـؤثر در توسـعهٔ روحیـه و مهـارت‌هـای کارآفرینی در میان دانشجویان سال آخر دانشکدهٔ کشـاورزی دانشـگاه تهـران، مجلـهٔ علـوم کشاورزی ایران، دورهٔ ۲-۳۸، شمارهٔ ۲، صفحهٔ ۲۵۱-۲۴۱.

حیدری، ن (۱۳۸۸). بررسی رابطهٔ مؤلفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی، مـاه‌نامـهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۱۰۹، ص ۴۷-۴۱.

رحمانیـان کوشـککی، م؛ چیـزری، م و هواسـی، ع (۱۳۹۱). بررسـی عوامـل اثرگـذار برقصـد کارآفرینانهٔ دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام، توسعهٔ کارآفرینی، سال چهارم، شـمارهٔ پانزدهم، صفحهٔ ۱۴۴-۱۲۵.

سلیمی‌فر، م و مرتضوی، س (۱۳۸۴). سرمایهٔ انسانی و کارآفرینی در رویکرد فنـی و حرفـه‌ای (مورد مطالعاتی خراسان)، مجلهٔ دانش و توسعه، شمارهٔ ۱۷، صفحهٔ ۸۵-۶۳.

قاسـمی، ج و اسـدی، ع (۱۳۸۹). تحلیـل عـاملی عوامـل مـؤثر در ایجـاد روحیـهٔ کـارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعهٔ موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعـی دانشـگاه تهران)، نشریهٔ اقتصاد و توسعهٔ کشاورزی، جلد ۲۴ ، شمارهٔ ۱، ص ۲۲-۱۳.

قنبرعلی، ر و زرافشانی، ک (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی راهی به سوی اشتغال‌زایـی، مـاه‌نامـهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۹۶-۹۷، صفحهٔ ۷۵- ۶۴..

محمدی آلمانی، ا و پورناصرانی، ا (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر گرایش دانشـجویان بـه کـارآفرینی (مطالعهٔ موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامـی واحـد رشت)، مجموعه مقالات اولین همایش ملی بررسـی راهکارهـای ارتقـای مباحـث مـدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمان‌ها، گچساران ۱۳۹۱.

میرزا محمدی، م؛ پورطهماسـبی، س و تـاجور، آ(۱۳۸۷). موانـع و راهکارهـای کـارآفرینی در نظام آموزش عالی‌ایران، ماه‌نامهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۹۶-۹۷، صفحهٔ ۴۷-۳۴.

ناهید، م (۱۳۸۸). چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه، بررسی‌هـای بازرگانی، شمارهٔ ۳۴، صفحهٔ ۵۸-۳۹.

نوروززاده، ر و رضایی، ن(۱۳۸۹). مشـوق‌هـا و بازدارنـده‌هـای مـؤثر در روحیـهٔ کـارآفرینی از دیدگاه دانشجویان مراکز آموزش عالی علمی کاربردی کشاورزی، فصل‌نامهٔ پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شمارهٔ ۱۲ ، بهار ۱۳۸۹ ، صفحهٔ ۹۰-۷۵.

نوه ابراهیم، ع و تندسته، ا(۱۳۸۷). مطالعهٔ شاخص‌های کار آفرینی در بین دانش‌آموزان سـال آخر سه شاخهٔ نظری، فنی حرفه‌ای و کار دانـش (مـدارس متوسـطهٔ شهرسـتان گرمسـار)، فصل‌نامهٔ رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحدگرمسار، سال دوم، شمارهٔ ۲، صفحهٔ ۱۴۶-۱۳۳.

Altinay; L., Madanoglu, M., Daniele, R. & Lashley, C.(2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention, International Journal of Hospitality Management; 31,489– 499.

Azizi; B., Hosseini, F. J., Hosseini, M., & Mirdamadi, M.(2010). Factors influencing the development of entrepreneurial education in Iran's applied-scientific educational centers for agriculture. American Journal of Agricultural and Biological Sciences; 5,(1), 77-83.

Cañizares; S. M. S., & García, F. J. F.(2010). Gender differences in entrepreneurial attitudes, Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal, 29,(8), 766 – 786.

Ertuna; Z. I., & Gurel, E.(2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship, Education + Training; 53,(5), 387 – 402.

Ferreira; J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R.G., Dinis, A., & do Paço, A.(2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches, Journal of Small Business and Enterprise Development; 19,(3), 424 – 440.

Gürol; Y., & Atsan, N.(2006). Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey, Education and Training; 48,(1), 25-38.

Jansen; P. G. W., & van Wees, L.L.G.M.(1994). Conditions for Internal Entrepreneurship, Journal of Management Development; 13,(9), 34 – 51.

Katsikis; L. N., & Kyrgidou, L. P.(2003). Entrepreneurship in teleology: the variely of forms, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research; 15,(2), 209-231.

Kirkwod; J.(2007). Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered?, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research; 13,(1), 39-59.

Koe; W. L., Sa'arib, J. R., Majidc, I. A., & Ismail, K.(2012). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation, Procedia - Social and Behavioral Sciences; 40, 197 – 208.

Kuratko; D. F.(2005) The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges, Entrepreneurship Theory and Practice; 29, 577–598.

Ramirez; A. R., Orejuela, A. R & Vargas, G.M.(2010). New Perspectives for the Managerial Entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal; 6,(2), 203-219.

کارآفرینی در حوزهٔ آموزش‌های کشاورزی فنی و حرفه‌ای

سحر قهرمان فرد[1]

چکیده

با مد نظر قرار دادن اهداف توسعهٔ کشاورزی یعنی افزایش تولیدات، استفادهٔ بهتر از منابع و سرمایه، ایجاد فرصت‌های اشتغال و...، سیاست‌گذاران این عرصه در کنار نیروی سنتی کشاورزی، گروهی از جوانان را جهت تحصیلات دانشگاهی به سمت رشته‌های کشاورزی هدایت نموده‌اند. لیکن بیکاری و جذب نامناسب ایشان در عرصهٔ کشاورزی نه‌تنها کمکی به توسعهٔ مطلوب کشاورزی نکرده، بلکه مشکل بیکاری انبوه فارغ‌التحصیلان این بخش خود به معضل دیگری تبدیل شده است. این عدم اشتغال دانش‌آموختگان کشاورزی به‌معنای عدم وجود کار نیست، بلکه یا دانش‌آموختگان توانایی اشتغال در آن کار را ندارند و یا این که علی‌رغم وجود زمینه‌های اشتغال، دانش‌آموختگان ترجیح می‌دهند به جای آفرینش کار، منتظر استخدام بمانند. ارتقای دانش عملی و تجربی فارغ‌التحصیلان و گشایش عرصهٔ جدیدی در آموزش‌های کشاورزی و کارآفرینی فنی و حرفه‌ای می‌تواند از اولویت‌ها در رفع این مشکل باشد. نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با تأکید بر بعد عملی و کاربردی می‌تواند در فراهم ساختن زمینه‌های اشتغال مولد و پویا چشمگیر باشد. در خصوص بیکاری ناشی از عدم تمایل دانش‌آموختگان بخش کشاورزی به آفرینش کار و خوداشتغالی، کارآفرینی با کارکردها و پیامدهای مثبتی که دارد، به‌عنوان راه‌حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات و باقی ماندن در عرصهٔ رقابت‌های جهانی، از سوی بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه مورد توجه قرار گرفته است و با توجه به اهداف پیش‌بینی‌شده برای این آموزش‌ها از جمله ایجاد و توسعهٔ تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و ایجاد اشتغال، در شرایط فعلی کشور و با توجه به روند تغییرات بین‌المللی و پدیدهٔ جهانی شدن اقتصاد، لازم است تا موضوع توسعهٔ کار آفرینی به‌عنوان برنامه‌ای راهبردی تلقی و به آن پرداخته شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش فنی و حرفه‌ای، آموزش‌های کشاورزی.

۱.کارشناس آموزش امور زراعی و کشاورزی ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان سمنان،
Email:karshenas@semnantvto.ir

مقدمه

در فرآیند توسعهٔ روستایی، آموزش جریان نظام‌یافته و هدفمندی است که به‌منظور رفع کمبودهای فرهنگی و ارتقاء سطح آموزش‌های عمومی، فرهنگ تولید و دانش تخصصی سازماندهی می‌شود و با توجه به نقش مؤثر کشاورزان در روستا، آموزش این گروه بزرگ از افراد جامعه باید به‌گونه‌ای باشد که باعث ارتقاء سطح آگاهی آنان شده، آنان را به سوی بهینه‌سازی روش‌های تولیدی و استفادهٔ هر چه بیشتر و بهتر از امکانات سوق دهد. نقش اساسی آموزش در توسعهٔ روستایی را می‌توان ارتقاء دانش فرهنگی، اجتماعی و تخصصی و افزایش مهارت‌ها دانست که در پی آن بهره‌برداری مطلوب از عوامل و ظرفیت‌های تولیدی، افزایش کارآیی و گسترش فعالیت‌های اجتماعی میسر خواهد شد. ایجاد فرصت‌های مناسب شغلی، افزایش تولید، افزایش درآمد جوامع کشاورزان و تقویت بنیهٔ اقتصادی روستاها و کشاورزان و کاهش بیکاری و استفاده از عوامل انسانی بیکار رها شده، از دیگر اثرات یک جریان آموزشی موفق می‌باشد.

نگاهی اجمالی به وضعیت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای روستایی در کشور بیانگر این نکته است که با افزایش جمعیت، بالا رفتن نرخ بیکاری و مشارکت عمومی در فعالیت‌های اقتصادی و همچنین مهاجرت روستاییان به شهرها؛ نیاز به آموزش نیروی انسانی ماهر در زمینه‌های فنی و حرفه‌ای ضروری می‌باشد و کشاورزان روستایی به‌عنوان فعالان اصلی عرصهٔ روستایی و به‌عنوان افرادی که در فرآیند تولید محصولات گوناگون و استراتژیک نقشی اساسی را بر عهده دارند، لازم است از آموزش‌های فنی و حرفه‌ای چه به‌صورت رسمی (هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای روستایی) و چه به‌صورت غیررسمی (آموزش‌های ترویجی و آموزش‌های مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای) بهره‌مند شوند.

در کنار نیروی فعال بخش کشاورزی در روستاها گروه دیگری نیز در توسعه و پیشرفت جامعهٔ کشاورزی تأثیرگذار هستند. گروهی تحت عنوان فارغ‌التحصیلان و دانش‌آموختگان کشاورزی. با توجه به رشد روزافزون تکنولوژی و دانش فنی در عرصهٔ کشاورزی برنامه‌های آموزشی و سیاستگذاری‌ها در این بخش به سوی تربیت نیروی ماهر و آموزش‌دیده و گسترش دانشکده‌های کشاورزی با هدف توسعهٔ کشاورزی سوق داده شد و لذا، گام‌های فراوانی جهت تربیت نیروی انسانی ماهر در این بخش برداشته شد، به‌طوری‌که امروزه به جرأت می‌توان گفت کشورمان در زمینهٔ نیروی تحصیل‌کردهٔ کشاورزی، البته به لحاظ کمّی، نه تنها کمبودی ندارد، بلکه مشکل بیکاری انبوه فارغ‌التحصیلان این بخش خود به معضل عمدهٔ دیگری تبدیل شده است و علی‌رغم این گسترش چشمگیر، هنوز کشاورزی ایران به سطح مطلوبی از توسعه دست نیافته است (بی‌نام، ۱۳۸۷).

بیکاری و عدم اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی از جمله دانش‌آموختگان کشاورزی به معنای عدم وجود کار نیست، بلکه یا دانش‌آموختگان توانایی اشتغال در آن کار را ندارند و یا این‌که در بسیاری از حوزه‌ها، زمینه‌های کار و اشتغال وجود دارد، ولی دانش‌آموختگان ما ترجیح می‌دهند به‌جای آفرینش کار، منتظر استخدام بمانند (همان).

ارتقاء دانش عملی و تجربی فارغ‌التحصیلان و گشایش عرصهٔ جدیدی در آموزش‌های ارائه‌شده از سوی متولیان آموزش فنی و حرفه‌ای در زمینهٔ کشاورزی و آموزش‌های مرتبط روستایی، اولویت اول برای رفع این مشکل کمبود دانش عملی فارغ‌التحصیلان کشاورزی و فعالان این بخش می‌باشد و اهمیت و نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای که تأکید اصلی و ویژهٔ آنها بر بعد عملی و کاربردی آموزش‌ها است، در فراهم ساختن زمینه‌های اشتغال مولد و پویا و همچنین ایجاد تسهیلات و برخورداری از ظرفیت‌های بهینه و توانمندسازی جوانان در راستای فراگیری مهارت‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی انکارناپذیر است. کارایی آنچه فراگیران این دوره‌ها می‌آموزند، به مراتب بالاتر و چشمگیرتر است و فراگیر توان به‌کارگیری عینی آنچه را می‌آموزد کسب می‌کند و با اندکی درایت بلافاصله می‌توانند از مهارت خود در راستای درآمدزایی بهره ببرد.

در خصوص بیکاری ناشی از عدم تمایل دانش‌آموختگان بخش کشاورزی به آفرینش کار و خوداشتغالی، کار آفرینی با کارکردها و پیامدهای مثبتی که دارد، به‌عنوان راه حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات و بحران‌های داخلی و باقی ماندن در عرصهٔ رقابت‌های جهانی، از سوی بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه مورد توجه قرار گرفته است.

کشورهای مختلف به سه دلیل برای موضوع کار آفرینی اهمیت قائل شده و به آن پرداخته‌اند که عبارتند از: ایجاد و توسعهٔ تکنولوژی - تولید ثروت در جامعه - ایجاد اشتغال.

در شرایط فعلی کشور و نیز روند تغییرات بین‌المللی و پدیدهٔ جهانی شدن اقتصاد و با توجه به سه دلیل مذکور، لازم است تا موضوع توسعهٔ کار آفرینی به‌عنوان برنامه‌ای راهبردی تلقی و به آن پرداخته شود. همچنین با توجه به اشباع ظرفیت‌های استخدامی دولتی و ناتوانی بخش خصوصی در به‌کار گیری افراد جویای کار موجب شده که در سال‌های اخیر مشکل بیکاری در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی کشاورزی به شدت خود نمایی کند و در صورت عدم توجه به این موضوع و پیش‌بینی نکردن راهکارهای اساسی و مناسب برای رفع این معضل که در حال حاضر مشکلات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را به‌وجود آورده، جامعهٔ ما را در آینده‌ای نه‌چندان دور با بحران‌ها و چالش‌های خطرناک مواجه می‌نماید.

به‌طورکلی، علی‌رغم اینکه تربیت فارغ‌التحصیلان خلّاق و کارآفرین یکی از کارکردهای اصلی آموزش در سطوح مختلف به‌ویژه آموزش‌عالی می‌باشد، نگاهی اجمالی به کارایی فارغ‌التحصیلان رشته‌های کشاورزی و توانمندی‌های عملی آنها برای ایجاد تحول در بخش کشاورزی کشور نشان‌دهندهٔ این واقعیت ناخوشایند می‌باشد که آموزش عالی در رسیدن به این مهم از کارایی چندانی برخوردار نبوده است.

آموزش[1]

آموزش مبنایی برای شکل‌گیری باورها، افکار و عقاید افراد و یا روشی برای ایجاد تغییر در این ابعاد می‌باشد و آموزش مجموعه‌ای از اطلاعات و دانش روز و کاربردی را در حین رشد و

1. Training

تعالی افراد به آنها ارائه می‌دهد و از آموزش به‌عنوان تجاربی که مبنای تغییر و تحول در الگوهای رفتاری انسان‌ها است نام برده می‌شود (شهبازی، ۱۳۸۱ : ۴۹۳).

آموزش، نقطهٔ شروع درک حقوق اجتماعی، منشاء بلوغ فکری و ابزاری برای پرورش خلاقیت‌ها است و با توجه به نقش محوری آن در عرصهٔ تحولات فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی آن را بنیان توسعهٔ جوامع روستایی و ابزاری استراتژیک در تحول اجتماعی - اقتصادی می‌دانند (همان : ۵۰۴).

شهبازی ۱۳۸۱ به نقل از فردریک‌هاربیسون[1] می‌نویسد منابع انسانی ثروت اصلی کشورها هستند و سایر انواع سرمایه می‌بایست در اختیار آنها قرار گیرند و کشوری که نتواند مهارت‌ها و دانش مردمش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی استفاده کند، هرگز توسعه نخواهد یافت.

آموزش نوعی سرمایه‌گذاری پنهان است که هدف و دستاورد آن تغییر در مفاهیم، بنیادهای فکری و توانایی‌ها و مهارت‌های فردی و اجتماعی می‌باشد. این نوع سرمایه‌گذاری بر خلاف نوع آشکار آن نتایج ملموسی ندارد و ارزشیابی نتایج آن فعالیتی دقیق و زمان‌بر می‌باشد (ملک‌محمدی، ۱۳۷۷، ج ۲: ۵۲).

به‌طورکلی، آموزش به دو نوع رسمی[2] و غیررسمی[3] تقسیم می‌شوند. آموزش‌های رسمی براساس تعریف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور آموزشی است که منجر به أخذ مدرک تحصیلی معتبر از وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و یا وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی شود و این دسته از آموزش‌ها عمدتاً آموزش‌هایی بلندمدت دارای مراحل و سطوح مختلف بوده و دارای پیوستگی خاصی در ارائهٔ مطالب و برنامهٔ آموزشی می‌باشند. گروه بعدی آموزش‌های غیررسمی هستند. یعنی آموزش‌هایی که در قالب آموزش‌های گروه اول نمی‌گنجند و سازمان‌های مذکور متولی برگزاری آنها نیستند و تنها در پایان‌دوره‌ها به افراد گواهینامه و یا تأییدیهٔ معتبر داده می‌شود که میزان اعتبار این مدارک نیز بر اساس نوع سازمان‌ها متفاوت می‌باشد و بنابر قانون اساسی و مادهٔ ۱۵۱ برنامهٔ توسعهٔ سوم کشور متولی اصلی این نوع آموزش‌ها در کشور سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای می‌باشد. آموزش‌های غیررسمی اغلب کوتاه‌مدت بوده و برای گذراندن آنها نیازی به رعایت توالی خاصی وجود ندارد و افراد بر اساس علایق شخصی خود و تنها با داشتن شرایط اولیهٔ ورود به دوره می‌توانند آموزش مورد نظر خود را انتخاب نموده و از آن بهره‌مند شوند.

آموزش فنی و حرفه‌ای[4]

تربیت نیروی انسانی مورد نیاز جوامع در قالب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم میلادی برای اولین بار در آمریکا به‌صورت رسمی و سازمان‌یافته مطرح شد و مورد توجه قرار گرفت و پس از جنگ جهانی دوم بیش از پیش رواج یافت و به سایر کشورها گسترش پیدا کرد (www.allbusiness.com). سازمان‌ها و مؤسسات متولی

1. Fredrick Harbison
2. Formal Education
3. Informal Education
4. Technical and Vocational Training

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای دارای اعتبار بین‌المللی هستند و گواهینامه‌های صادرشده توسط این مؤسسات در سراسر جهان مورد قبول و قابل ارائه است.

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای به‌عنوان نوعی آموزش، باید برای تمامی افراد جامعه مهیا بوده و آنان جهت ارتقاء سطح معلومات و آگاهی‌های خود از آن بهره جویند. در ارتباط با جوامع روستایی، سنت‌های غلط حاکم بر بعضی از آنها، کارهای فراوان روزمره، فقر و بی‌سوادی، نبودن آموزشگران و مربیان بومی از جمله عواملی هستند که باعث می‌شود آنها نتوانند از برخی فرصت‌های آموزشی فراهم‌آمده، استفادهٔ لازم را ببرند.

آموزش فنی و حرفه‌ای در ایران با تأسیس دارالفنون آغاز شد (امین بیدختی، ۱۳۸۳) و پس از تحولات متعدد سازمانی و تشکیلاتی نهایتاً از ادغام سه نهاد آموزشی در سال ۱۳۵۹ سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای[1] کشور تشکیل گردیده و بر اساس بیش از ۱۰ قانون موضوعه و مادهٔ ۱۵۱ قانون برنامهٔ سوم و تنفیذ آن در برنامهٔ چهارم، متولی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کوتاه‌مدت بوده و مسئول کمیتهٔ تخصصی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای غیررسمی با عضویت ۱۶ وزارتخانه و سازمان و در نهاد کارگری و کارفرمایی است، فعالیت‌های آموزشی خود را در دو بخش دولتی و غیر دولتی اجرا نماید (www.irantvto.ir).

آموزش‌های حرفه‌ای به دو طریق می‌تواند به رشد و توسعهٔ اقتصادی کمک کند (امین بیدختی، ۱۳۸۳):

۱. تأمین نیروی کار ماهر مورد نیاز جامعه از طریق دانش و توانایی تکنولوزیکی و آماده‌سازی این نیروهای انسانی برای مسئولیت‌هایی که در ساختار مدرن توسعهٔ فنی و اقتصادی مورد نیاز می‌باشند.

۲. افزایش بهره‌وری نیروی کار

علاوه بر این، آموزش و اشتغال دارای اثرات تبعی اجتماعی نظیر تأثیر در توزیع بهتر درآمد جامعه، جلوگیری از معضلات اخلاقی و رفتاری در جامعه مخصوصاً در بین جوانان و تأثیر در جلوگیری مهاجرت از روستا به شهر است.

آموزش فنی و حرفه‌ای کشاورزی [2]

سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای در سال ۱۳۸۰ به‌منظور برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های لازم در رشته‌های مختلف کشاورزی و صنایع تبدیلی و تکمیلی اقدام به ایجاد مدیریتی تحت عنوان مدیریت آموزش صنایع کشاورزی و صنایع تبدیلی و تکمیلی نمود. متعاقب آن بر اساس ضرورتی که در آموزش سایر رشته‌ها برای روستائیان کشور محسوس می‌شد و نیز به‌منظور دستیابی به توسعهٔ آموزش نیروهای فاقد تخصص و نیز ارتقای مهارت شاغلین در بخش‌های مختلف صنایع، خدمات و کشاورزی در مرکز دهستان و روستاها، این مدیریت در اواخر سال ۱۳۸۶ به دفتر امور آموزش روستایی تغییر نام داد، تا از این رهگذر بتواند به ارائهٔ خدمات گسترده‌تری در سطح روستاها بپردازد (دفتر آموزش روستایی، ۱۳۸۶).

---

1. Technical and Vocational Training Organization (TVTO)
2. Agricultural technical and vocational training

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی به دو روش و با توجه به گروه‌های مخاطب خود که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رشته‌های کشاورزی، شاغلان عرصهٔ کشاورزی و صنایع تبدیلی و نهایتاً کارجویان روستایی هستند، اجرا می‌شود:

- آموزش کشاورزی در گل‌خانه‌ها و کارگاه‌های کشاورزی تخصصی و مجهز مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شهرها که کارآموزان این دوره‌ها اغلب فارغ‌التحصیلان رشته‌های کشاورزی و همچنین علاقمندان این رشته‌ها را در شهرها و در حد کمی نیز کارآموزان روستاهای اطراف شهر تشکیل می‌دهند.
- آموزش‌های کشاورزی و غیرکشاورزی در قالب تیم‌های سیار و پایگاه‌های آموزش روستایی مستقر در دهستان‌ها با هدف تحت پوشش قراردادن روستاییان و تسهیل شرایط حضور آنها در کلاس‌ها و تطابق شرایط آموزشی با محیط کار آنها.

آموزش‌های کشاورزی در هر دو روش براساس استانداردهای آموزشی مصوب سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور و با استفاده از مربیان متخصص (با اولویت مربیان بومی) ارائه می‌شود. در سال‌های اخیر به‌منظور گسترش دامنهٔ تحت پوشش این آموزش‌ها و همچنین پیرو اصل ۴۴ قانون اساسی مبنی بر برون‌سپاری فعالیت‌های سازمان‌های دولتی، سازمان مذکور اجرای آموزش‌های کشاورزی خود را به آموزشگاه‌های آزاد فنی و حرفه‌ای و شرکت‌های خدمات فنی، ترویجی و مشاوره‌ای کشاورزی واگذار کرده است که با توجه به حضور آنها در روستاها و آگاهی و ارتباط نزدیک این مؤسسات با جامعهٔ مخاطب هماهنگی دوره‌ها با نیازهای واقعی روستاییان افزایش یافته است.

به‌طورکلی و با توجه به این اصل که استراتژی‌های توسعهٔ روستایی دربرگیرندهٔ اهدافی مانند افزایش تولیدات کشاورزی، استفادهٔ بهتر از منابع کمیاب، استفادهٔ بهتر از سرمایه، ایجاد فرصت‌های اشتغال، توزیع مجدد درآمد، ارتقای سطح زندگی جمعیت‌های روستایی و مشارکت در سطح جامعه، هستند با اطمینان می‌توان گفت که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی، باعث تسریع روند توسعهٔ روستایی و علی‌الخصوص کشاورزی خواهد شد، چراکه تأمین‌کنندهٔ بخشی از اهداف فوق می‌باشد از جمله:

- در زمینهٔ افزایش تولیدات کشاورزی، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در زمینهٔ کشاورزی و حرف وابسته به آن، باعث خواهد شد کشاورزان با روش‌های نوین و علمی تولید آشنا شوند و با به‌کارگیری این‌گونه روش‌ها میزان محصول تولیدشده را بهبود بخشند.
- همواره عدم آشنایی تولیدکنندگان با اصول حسابداری و مدیریت امور مزرعه، باعث کمبود منابع مالی آنها بوده است و در صورتی که آموزش‌های مربوط به حسابداری در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای روستایی لحاظ شود، این گروه قادر خواهند بود به نحو بهتر و مؤثری از سرمایه‌های کسب‌شده توسط خود و خانواده‌شان استفاده کنند.
- بیکاری‌های پنهان در عرصهٔ روستاها چشمگیرتر از سایر جوامع بشری است و ارائهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با هدف ایجاد فرصت‌های شغلی برای افراد می‌تواند این امکان را برای آنان فراهم سازد تا نقش‌های بیشتر و متنوع‌تری را در جامعه داشته و بر درآمد شخصی و ملی بیافزایند.

- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، باعث ایجاد مشاغل گوناگون برای زنان روستایی می‌گردد. افزایش درآمد خانوار، باعث می‌شود به منابع بهتر و بیشتری دسترسی پیدا کنند که در گذشته از آن محروم بوده‌اند. در نتیجه، درآمد به‌گونه‌ای عادلانه‌تر در این جوامع توزیع خواهد شد. همچنین، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، تأثیر بسیار خوبی بر زندگی خانواده‌های بی‌سرپرست خواهد داشت و تأمین‌کنندهٔ بخشی از نیازهای مادی آنان خواهد بود.
- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در زمینهٔ امور تولیدی، تغذیه، بهداشت و سایر فعالیت‌های آنان، تأمین‌کنندهٔ بخشی از اهداف توسعهٔ روستایی در زمینهٔ ارتقای سطح زندگی جوامع روستایی است و همچنین عرصهٔ نوینی از اشتغال را به ارمغان می‌آورد.
- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای دختران روستایی باعث می‌شود آنان به عنوان نیروی کار حال و آینده، نقش فعال‌تری در زمینهٔ مشارکت در سطح جامعه ایفا نمایند. این امر در توفیق پروژه‌های توسعهٔ روستایی حائز اهمیت زیادی است، چرا که این پروژه‌ها نیازمند همکاری هر دو گروه زن و مرد روستایی است و اگر فرد، در گذشته آموزش‌های لازم را دیده باشد، نیل به اهداف در مدت زمان کمتری صورت خواهد پذیرفت.
- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی فارغ‌التحصیلان این بخش را برای ورود به عرصهٔ عملی کشاورزی آماده ساخته و در واقع نقاط ضعف سیستم آموزش عالی کشور را پوشش می‌دهد و نیرویی تحصیل‌کرده و آشنا به اطلاعات علمی و فنی روز را به دانش کاربردی مجهز نموده و با تلفیق این دو دانش، بهره‌وری این گروه از مخاطبین آموزش‌های روستایی را افزایش می‌دهد.
- در کنار این نقاط مثبت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در مخاطب قرار دادن جوامع کشاورزی فعال همچنان با مشکلاتی روبه‌روست و ضرورت دارد دوره‌های تخصصی خود را با انعطاف‌پذیری بیشتر و با استانداردهای آموزشی که مطابقت بیشتری با مباحث مورد نیاز کشاورزان دارد، برنامه‌ریزی نماید.

کارآفرینی[1] چیست؟

واژهٔ کارآفرینی از کلمه‌ای فرانسوی نشأت گرفته است به معنای «متعهد شدن» است. یعنی تعهد پذیرش مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی. کارآفرینی واژه‌ای است نو و از معنای کلماتش نمی‌توان به مفهوم واقعی آن دست پیدا کرد و در فارسی معادل دقیقی برای مفهوم آن نداریم. وجود تفاوت‌ها در تعریف کارآفرینی، از سویی نشان‌دهندهٔ گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر نشان‌دهندهٔ پویایی موضوع است که زمینهٔ ارائه مدل‌ها، تئوری‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد (نجارزاده، ۱۳۸۵).

کارآفرینی فرایندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و طی آن تغییرات در سامانهٔ اقتصادی از طریق نوآوری‌های افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد که این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد (همان).

1. Entrepreneurship

از نظر جکوبسون[1] کارافرینی فرآیندی است که دلالان می‌توانند طی آن با شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع به کسب درآمد و منفعت بپردازند (کمپبل و بارت ۲، ۲۰۰۸).

شومپتر[3] کارآفرینی را به‌عنوان نیروی برهم‌زنندهٔ اقتصاد به‌کار برد و آن را تحت عنوان «تخریب خلاق» نامگذاری کرد. کارآفرینی شومپتری شامل سه ویژگی اساسی است:

۱) کارآفرینی از قبل قابل درک است، اما نمی‌توان با به‌کار بردن قوانین معمولی و با استنباط از حقایق موجود به‌طور عملی آن را پیش‌بینی نمود؛

۲) کارآفرینی رویدادها و نتایج بلندمدت را شکل می‌دهد و برای اینکه موقعیت‌های مناسبی خلق کند، موقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی را تغییر می‌دهد؛

۳) کثرت و تکرار رویدادهای کارآفرینانه به کیفیت نسبی نیروها، تصمیمات فرد، اقدامات و الگوهای رفتاری بستگی دارد (نائیج و زالی،بی تا)

پیتر دراکر[4] یک دیدگاه بسیار ویژه دارد. کارآفرینی را منظری برای تغییر می‌داند و کارآفرین فردی است که همیشه در جستجوی تغییر که نسبت به آن از خود واکنش نشان می‌دهد و آن را یک فرصت و شانس می‌داند(www.creativity.ir).

با این وجود شاید رایج‌ترین تعریف کارآفرینی نزد عوام «آغاز کسب و کاری جدید به‌وسیلهٔ خود فرد باشد، یعنی خلق یک کار مهم» باشد. کارآفرینی هنری برای شروع یک کسب و کار شخصی است، هر آموزش و پرورشی دربارهٔ آن فرد را با مهارت‌ها و توانایی‌های لازم برای انجام آن کار آماده خواهد کرد (بی نا، ۱۳۸۷).

در ایران واژهٔ کارآفرینی به‌کار می‌رود که این برداشت را در ذهن ایجاد می‌کند که معنای آن ایجاد کسب و کار و یا اشتغال‌زایی است، درحالی‌که سابقهٔ کارآفرینی دارای مفهومی وسیع‌تر و با ارزش‌تر از اشتغال‌زایی است و مواردی همچون بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعهٔ آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعهٔ تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی را در بر می‌گیرد.
.(www.lmvet.net/page/tg1_entrepreneurshipconference)

مفهوم کارآفرینی در کشاورزی

تعاریف و مفاهیم کارآفرینی در بخش‌های مختلف (کشاورزی، صنعت و خدمات) از نظر اصول و بنیاد یکی هستند. اگرچه کارآفرینی در کشاورزی در اصل و ماهیت خود تفاوتی با کارآفرینی در نواحی شهری و یا سایر بخش‌های اقتصادی ندارد، اما در واقع درون‌دادهای مورد نیاز جهت توسعهٔ کارآفرینی نظیر سرمایه، مدیریت، آموزش، تکنولوژی، مؤسسات و نهادها، زیرساخت‌های حمل و نقل، دسترسی به بازار، شبکهٔ توزیع و نیروی کار ماهر در شهرها و مناطق صنعتی و سایر بخش‌های اقتصادی راحت‌تر از مناطق روستایی و کشاورزی یافت می‌گردد (بی‌نا، ۱۳۸۷).

---

1. Jacobson
2. Campbel & Barret
3. Schumpeter
4. Peter Drucker

تغییرات صورت‌گرفته در بازار (جهانی شدن، رشد جمعیت، دگرگونی در بازار کار کشاورزی، امنیت غذایی، رقابتی شدن بازار)، سیاست‌های کشاورزی (حرکت به‌سوی کشاورزی تجاری مبتنی بر بازار) و خود جامعه (افزایش بیکاری و کم‌کاری، مباحث زیست‌محیطی، تنوع زیستی، منابع طبیعی) از عواملی هستند که ضرورت کارآفرینی در کشاورزی ضرورت کارآفرینی در کشاورزی را بیش از پیش نمایان می‌سازد (همان).

آموزش کارآفرینی چیست ؟

در گذشته باور عمومی این بود که کارآفرینان دارای ویژگی‌های ذاتی همچون ابتکار، روحیهٔ تهاجمی، تحرک، تمایل در به‌کارگیری ریسک، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی هستند و این ویژگی‌ها با آن‌ها متولد می‌شود. فرض اساسی آن‌ها این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند. لیکن ضرورتی به طراحی و اجرای برنامه‌های آموزش کارافرینی احساس نمی‌شد. پس از روشن شدن ضرورت توجه به کارآفرینی و آشنایی با مفهوم آن و خصوصیات کارآفرین، پرورش روحیهٔ کارآفرینی در افراد غیرکارآفرین از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار شد. ازاین‌رو، فعالیت‌های آموزشی برای تربیت کارآفرینان در دستور کار بسیاری از مراکز آموزش کارآفرینی قرار گرفت، چراکه لازمهٔ توسعهٔ کارآفرینی، آموزش آن است (مقدسی، ۱۳۸۶).

در یک تعریف ساده، آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا می‌باشد که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه به‌صورتی خلاق تربیت می‌گردند. در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می‌شود که افزایش، بهبود و توسعهٔ نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیرکارآفرین را در پی خواهد داشت. فعالیت‌های آموزش کارآفرینی به‌طور غیررسمی از اواسط دههٔ ۷۰ میلادی آغاز شده ولی زمان شروع رسمی آن‌ها به ابتدای دههٔ ۸۰ برمی‌گردد. در سال ۱۹۷۳، برای اولین‌بار دانشگاه کالگری مجوز تأسیس دورهٔ کارشناسی ارشد را دریافت کرد و کارآفرینی، به‌عنوان یکی از زمینه‌های اصلی، مورد توجه قرار گرفت. مطالعه‌ای که در سال ۱۹۸۲در دانشگاه بایلور بر روی دانشجویان رشتهٔ کارآفرینی صورت گرفت نشان داد که بیشترین تأکید باید بر روی دروس مالی باشد. دومین رشته‌ای که از نظر آنان باید بیشتر مورد تأکید قرار می‌گرفت، درس مدیریت کارآفرینی بود (همان).

مقدسی، ۱۳۸۶ به نقل از بریچ بیان می‌کند از آنجا که بعضی مشاغل به مرور زمان کهنه می‌شوند، استفاده از آموزش‌ها برای رسیدن به این هدف که هر کس مسئول ایجاد یک شغل برای خودش باشد.

گزارش اشتغال جهانی سازمان جهانی کار[1] در سال ۹۹-۱۹۹۸ اشاره کرد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه اغلب به‌خاطر اصطلاحات (واژگان فنی) استفاده شده و نگرش‌های بوروکراتیک پذیرفته‌شده (نوع رفتار با شرکت‌کنندگان به‌عنوان زیردست) و از همه مهم‌تر، به علت اینکه آموزش به‌عنوان رویکردی یک جانبه (معلم‌محور) که نیاز به هیچ ورودی مکملی نیست در نظر گرفته می‌شود، با شکست مواجه گردیده و

1. international labor organization (ILO)

اذعان داشت که سیاست آموزشی درصورتی‌که نیازهای آن دسته از افرادی که فعلاً در تولید غیررسمی مستقر هستند و کسانی که نیاز به بالا بردن مهارت‌های خاص از طریق مثلاً معرفی به فنّاوری‌های جدید و محصولات جدید دارند را برآورده کند سودمندتر خواهد بود (هدایتی شیر سوار، ۱۳۸۵).

همچنین، گزارش سازمان جهانی کار در ادامه راهبردهایی برای بهبود کیفیت آموزش تدارک دیده بود. بعضی از روش‌ها نظیر بسته‌های آموزشی نت[1]،کب[2] و اس ای وای بی[3]را جهت آموزش کارآفرینی در سطح جهان و جهت شرایط و اهداف مختلف ارائه نمود. قابل توجه است که با طی این دوره‌های آموزشی، ۹۰ درصد شرکت‌کنندگان با اصول اولیهٔ کسب و کار آشنا شده‌اند و ۵۰ درصد از کارآفرینان مهارت‌های خاص مدیریتی را فرا گرفته‌اند. در حال حاضر سازمان جهانی کار در ۷۰ کشور دنیا برنامه‌های آموزش کارآفرینی را که هدف آن رشد کارآفرینی در صنایع کوچک است، به اجرا گذاشته است (همان).

با توجه به مطرح شدن آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک عنصر مهم در توسعهٔ نگرش‌های کارآفرینانه، در سال‌های پایانی دههٔ ۱۹۸۰ و آغازین دههٔ ۱۹۹۰، ILO چندین پروژه را در بخش‌های توسعهٔ کارافرینی و آموزش‌های حرفه‌ای اجرا کرد. این پروژه‌های سازمان جهانی کار تعدادی از مؤسسات دولتی و غیردولتی را در بر می‌گرفت. لیکن علی‌رغم اشتیاق فراوان ایجادشده جهت یادگیری کارآفرینی در آن زمان هیچ برنامهٔ ویژه‌ای برای آموزش کارآفرینی وجود نداشت (www.ilo.org/SEED).

به‌طورکلی، هدف از آموزش کارآفرینی تربیت و پرورش افرادی خلاق و نوآور است. این قبیل دوره‌ها به‌دنبال استفاده از فرصت‌های مناسب فراهم شده، مخاطره‌پذیری، تمایل به حل مشکلات، بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد می‌باشند. به‌طورکلی، در آموزش کارآفرینی اهداف متعددی موردنظر است که برخی از آنها عبارتند از:

- کسب دانش مربوط به کارآفرینی،
- حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره‌وری،
- شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه،
- القای مخاطره‌پذیری با استفاده از فنون تحلیلی،
- تجدید نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر (دانشکدهٔ کارافرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی در کشاورزی

با توجه به مباحث مطرح‌شده، اهمیت آموزش کارآفرینی و تربیت فارغ‌التحصیلان کشاورزی کارآفرین مشخص می‌شود. سؤالی که در این زمینه مطرح می‌شود این است که موانع تربیت فارغ‌التحصیلان کارآفرین در آموزش عالی کشور ما کدامند. برای پاسخ به این سؤال توجه به تاریخچهٔ شروع آموزش کشاورزی در ایران می‌تواند راه‌گشا باشد. با بررسی نحوهٔ شروع آموزش عالی کشاورزی در ایران مشخص می‌شود که سیستم فعلی آموزش عالی از خارج وارد

1.National Foundation for Teaching Entrepreneurship (NFTE)
2.Know About Business (KAB)
3.Start and Improve Your Business (SIYB)

شده و در واقع آموزش عالی کشاورزی با ساختار موجود فعلی از غرب وارد کشور شده است و لذا، رابطهٔ مناسبی بین محیط واقعی روستاها و بخش کشاورزی کشور با آموزش عالی وجود ندارد. این موضوع یکی از موانع اصلی در نزدیک نمودن محتوا و ماهیت آموزش عالی به شرایط واقعی محیط روستا و کشاورزی را موجب شده است (مقدسی، ۱۳۸۶).

مانع عمدهٔ دیگری که در مقابل افزایش کارایی آموزش عالی قرار دارد، فاصلهٔ جغرافیای ایجادشده بین محیط آموزشی و محیط واقعی کشاورزی می‌باشد که خود به خود منجر به ایجاد موانع دیگری در زمینهٔ ارتباط دانشجویان و در نتیجه فارغ‌التحصیلان کشاورزی با کسب و کارهای مرتبط با کشاورزی می‌گردد. همان‌طور که در مباحث بالا مطرح شد کارآفرینی ارتباط مستقیمی با خلاقیت و نوآوری دارد. لذا، یکی از لازمه‌های تقویت کارآفرینی در میان دانشجویان، ایجاد محیطی مشوق ابتکار و خلاقیت دانشجویان می‌باشد که لازمهٔ ایجاد چنین محیطی فراگیر محور بودن دانشگاه‌ها و محیط‌های آموزشی می‌باشد (همان).

آموزش کارآفرینی در آموزش فنی و حرفه‌ای

در دنیای فعلی و با توجه به سرعت روزافزون تغییرات، خلاقیت و نوآوری لزوم بقای شرکت‌ها، سازمان‌ها و افراد در عرصهٔ تجارت و کسب و کار است و آموزش کارآفرینی در کنار مهارت‌های فنی و حرفه‌ای به کارآموزان و کارجویان زمینه‌ساز موفقیت آنها در عرصهٔ کسب و کار خواهد بود. همچنین تأثیر آموزش‌های کارآفرینی در توسعهٔ تکنولوژی و موفقیت حرفه‌ای افراد و بالا رفتی سطح استاندارد زندگی آنها باعث شده است که تقاضای افراد ماهر و متخصص برای کسب آموزش‌های کارآفرینی افزایش یابد.

بنابراین، امروزه در ایران نیز همانند سایر نقاط جهان کارآفرینی به‌عنوان یک مهارت مطرح می‌باشد که ضرورت دارد به افراد آموزش داده شود. در نتیجه سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور به‌عنوان متولی اصلی ارائهٔ آموزش‌های غیررسمی مهارت در کشور، با هدف توسعهٔ مهارت‌کارآفرینی در مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای و با رویکرد افزایش و گسترش نگاه کارآفرینانه جهت توسعهٔ اشتغال، قدم به عرصهٔ آموزش کارآفرینی گذاشت و با توجه به اینکه می‌بایست همانند سایر مهارت‌های ارائه‌شده توسط این سازمان استانداردی بین‌المللی و پذیرفته‌شدهٔ جهانی جهت ارائهٔ آموزش‌های مهارتی کارآفرینی استفاده می‌شد و در ادامهٔ همکاری با سازمان جهانی کار، از الگوهای تخصصی سازمان جهانی کار برای کارآفرینی در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای یعنی الگوی کب استفاده می‌کند.

از آنجا که دیدگاه‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه به‌اندازهٔ کافی و مناسب از سوی متولیان مؤسسات تعلیم و تربیت مورد توجه قرار نگرفته است، توجه ویژه به آموزش‌های کارآفرینی پیشنهادشده بر اساس آموزش‌های حرفه‌ای ضروری است. از جمله تمام آموزش‌های رسمی، غیر رسمی و آزاد که گروه‌های محروم مانند جوانان آموزش‌ندیده، زنان، اقلیت‌های قومی و افراد معلول، آنهایی که به‌طور معمول در بازار کار مورد توجه قرار نخواهند گرفت و برای همراه شدن با جامعه بیشترین مشکل را دارند.

.(www.lmvet.net/page/tg1_entrepreneurshipconference)

آموزش کارآفرینی هدفی گسترده‌تر از تدریس نحوهٔ آغاز یک تجارت جدید دارد و عرصه‌های گوناگونی همچون توسعهٔ دیدگاه‌های فردی و مهارت‌هایی مانند خلاقیت، ابتکار، اعتماد به نفس یا خود باوری و... را در بر می‌گیرد و در پی افزایش برابری در جوامع و ضرورت تنوع در زندگی کاری است. تحقیقات نشان داده است که کارآفرینی چرخ محرک اصلی در نوآوری و رقابت‌پذیری است و ضرورت آموزش آن به‌عنوان یکی از مهارت‌های پایهٔ غیرقابل انکار است (همان).

هدف تلفیق آموزش کارآفرینی در سیستم آموزش فنی و حرفه‌ای کشور توسعهٔ سیستمی است که پتانسیل لازم را برای ارتقاء مهارت‌ها برای فعالیت در هر دو بخش رسمی و غیررسمی اقتصاد، همراه با ایجاد یک سیستم سطح بالا، پایدار، تقاضامحور و عادلانهٔ آموزشی را دارد.

سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای در عرصهٔ کارآفرینی اصول زیر را مد نظر قرارداده است:

- تأکید بر مهارت: با توجه به پذیرش آموزش کارآفرینی به عنوان یک برنامهٔ درسی، سازمان در قالب دستورالعمل‌های خود نسبت به تدوین استاندارد آموزشی برای این مهارت پرداخت و با کمک صاحب‌نظران و متخصصین الگوی پیشنهادی سازمان جهانی کار را جهت بومی‌سازی و اجرا انتخاب نمود.
- تلفیق آموزش‌های کارآفرینی با آموزش‌های فنی: با توجه به ضرورت و اهمیت آموزش‌های کارآفرینی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور نسبت به گنجاندن این نوع آموزش در کلیهٔ استانداردهای آموزشی خود و معرفی آموزش‌های کارآفرینی به‌عنوان جزء لاینفک آموزش‌های حرفه‌ای اقدام نموده است.
- بهره‌گیری از یک الگوی معتبر جهانی: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور کلیهٔ آموزش‌های مهارتی خود را مطابق با استانداردهای روز دنیا ارائه می‌دهد و گواهینامه‌های این سازمان دارای اعتبار بین‌المللی می‌باشد. لذا، استانداردها و مدل مورد استفاده جهت آموزش کارآفرینی نیز می‌بایست مطابق با یک الگوی پذیرفته‌شدهٔ جهانی باشد و با این رویکرد، الگوی معتبر و جهانی کب را که به‌عنوان الگوی ویژهٔ آموزش‌های کارآفرینی در کنار آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌باشد و در بسیاری از کشورهای جهان به‌کار می‌رود، انتخاب کرد.
- سایر فعالیت‌ها: برگزاری دوره‌های تربیت مربی کارآفرینی و آموزش کارآفرینی در مرکز تربیت مربی کرج، صدور مجوز آموزش‌های کارآفرینی برای ۱۲۰ مؤسسه و آموزشگاه آزاد آموزش فنی و حرفه‌ای در سطح کشور و اجرای دوره‌های مقدماتی کارآفرینی برای ۲۰ هزار نفر از علاقه‌مندان کارآفرینی در سال ۱۳۸۷، تربیت ۳۰ مربی کارآفرینی با همکاری مؤسسهٔ بین‌المللی ای دی آی، انعقاد تفاهم‌نامهٔ همکاری با دانشگاه‌ها و مؤسسات رسمی داخلی و بین‌المللی جهت اجرای دوره‌های کارآفرینی، برگزاری سمینارهای تخصصی و حمایت از طرح‌های پژوهشی مرتبط با کارآفرینی (معاونت مهارت‌های پیشرفتهٔ سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، ۱۳۸۸).

نتیجه‌گیری

در این تحقیق به‌طور خلاصه به اهمیت آموزش و علی‌الخصوص آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی در توسعهٔ روستایی و دلایل اهمیت کارآفرینی در عرصهٔ کشاورزی اشاره شد، در ادامه به تشریح آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی و اهمیت ارائهٔ آموزش‌های حرفه‌ای و کاربردی کشاورزی به سه گروه هدف (کارجویان روستایی، دانش‌آموختگان کشاورزی و شاغلین کشاورزی و صنایع تبدیلی) پرداخته شد. در ادامه دلایل بیکاری دانش‌آموختگان کشاورزی و همچنین بیکاری پنهان در جوامع روستایی تشریح گردید.

دیدگاه‌های صاحب‌نظران مختلف در خصوص کارآفرینی علی‌رغم تفاوت‌هایی که در آنها مشاهده می‌شد، دارای نقاط مشترکی نیز بود. اغلب این افراد بر این باور بودند که کارآفرینی کاری نو و همراه با ریسک‌پذیری است و علی‌رغم باورهای متداول این ویژگی می‌تواند با آموزش در افراد ایجاد شود. لذا، ضرورت دارد سیستم آموزشی کشور (رسمی و غیررسمی) در برنامه‌ریزی‌های آتی به سمت آموزش‌هایی جهت‌گیری کند که موجب تربیت نیروی انسانی خلاق و ماهر گردد.

پیشنهادات

- ✓ همکاری دو سویه میان سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور و سازمان ترویج، آموزش و تحقیقات کشاورزی، به‌منظور جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های ملی، ارتقاء بهره‌وری و اجتناب از انجام امور موازی و نیز هدایت نیروی کار به سمت مشاغل اقتصادی کشاورزی.
- ✓ با توجه به دانش و مهارت‌های بالقوهٔ شاغلین عرصهٔ کشاورزی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای استانداردهای ویژه‌ای را برای این گروه از مخاطبین آموزش‌های کشاورزی و با هدف ارتقاء سطح علمی و مهارتی آنها تدوین نماید.
- ✓ برگزاری دوره‌های ویژهٔ آموزش کارآفرینی برای کلیهٔ مربیان کشاورزی و روستایی آموزش فنی و حرفه‌ای جهت ایجاد مهارت در آنها در راستای ارائهٔ توأم آموزش‌های کشاورزی و کارآفرینی.
- ✓ تدوین استانداردهای مهارت کوتاه‌مدت و بومی‌سازی استانداردهای کشاورزی در هر استان و یا منطقه.
- ✓ ایجاد انعطاف بیشتر در نحوهٔ برگزاری دوره‌های فنی و حرفه‌ای کشاورزی در مناطق روستایی با هدف تسهیل امکان حضور علاقمندان و روستاییان در دوره‌ها (کوتاه‌مدت بودن دوره‌ها، انعطاف در زمان برگزاری دوره‌ها، انعطاف در سطح علمی‌آموزش‌های تئوری با توجه به گروه هدف) و همچنین تأکید بیش از پیش آزمون‌های پایان‌دوره بر بعد عملی.
- ✓ استفاده از صاحب‌نظران عرصهٔ کشاورزی و کشاورزان خبره جهت برنامه‌ریزی آموزش‌های کشاورزی و همچنین در تدوین استانداردهای ملی و منطقه‌ای جهت تناسب هرچه بیشتر این استانداردها با نیازهای واقعی مخاطبان.
- ✓ تدارک راهکارهای تشویقی و حمایتی از کارآفرینان حیطهٔ کشاورزی و امور روستایی.

منابع

امین بیدختی،ع.(۱۳۸۳). بررسی نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ خود اشتغالی در استان سمنان. طرح پژوهشی ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان سمنان.

بی نام.(۱۳۸۷)کارآفرینی در کشاورزی،چالش‌ها و راهکارها. قابل دسترس در : http://www.daneshju.ir/forum/archive/t-۵۰۷۵۰.html

بی‌نام.(۱۳۷۹). دختران روستایی؛ مهارت‌ها و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای. پیام زن. شمارهٔ ۱۰۴ (همچنین قابل دسترس از : www.hawzah.net/Hawzah/Magazines/MagArt.aspx?MagazineNumberID=۴۰۷۸&id=۲۳۸۷۳

دانشکدهٔ کارآفرینی دانشگاه تهران. (۱۳۸۷). اهداف آموزش کارآفرینی . قابل دسترس: www.karafarini.ir.

دفتر آموزش روستایی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.(۱۳۸۶). تاریخچه. قابل دسترس: www.ruraltraining.irantvto.ir/index.aspx?siteid=۱۱۰&pageid=۱۵۲۱

شهبازی، ا.(۱۳۸۱). توسعه و ترویج روستایی.چاپ سوم. تهران : انتشارات دانشگاه تهران؛ ۴۹۳، ۴۹۸، ۵۰۴ و ۵۰۹

کرد نائیج، ا و زالی،م. (بی تا). راهکارهای توسعهٔ کارآفرینی در ایران. قابل دسترس در : http://www.karafarini.gov.ir/plugins/content/content.php?content. ۱۸۴۸

معاونت مهارت‌های پیشرفتهٔ سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای ایران. (۱۳۸۸). دستورالعمل اجرای دوره‌های آموزش کارآفرینی. سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای ایران.

ملک محمدی، ا.(۱۳۷۷). ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی (جلد دوم). تهران: مرکز نشر دانشگاهی؛ ۵۲.

نجارزاده،م. امکان‌سنجی کارآفرینی روستاییان در توسعهٔ نواحی روستایی. پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی. دانشگاه تهران.

هاشمی‌نژاد، م. (۱۳۸۶). مدیریت آموزشگاه‌های آزاد فنی و حرفه‌ای. ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان سمنان.

هدایتی شیرسوار، ح.(۱۳۸۵). معرفی و مقایسهٔ بسته آموزشی Know About Business(KAB) از تولیدات سازمان جهانی کارILO با دیگر بسته‌های آموزشی کارآفرینی دنیا. کار پژوهشی دورهٔ تربیت مربی کارآفرینی در جهاددانشگاهی. سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان. جهاددانشگاهی تربیت مدرس.

Campbel, Tom & Barret, Hilton(2008). Increasing Entrepreneurship in Agriculture in an Economically Depressed Region. Journal of Extension.Vol(46); No(5)

Entrepreneurship In Vocational Education - A Key To Social Inclusion And Economic Development In Europe. Available From : Http://Www.Lmvet.Net/Page/Tg1_Entrepreneurshipconference. Access : June,5,2009.

The History Of KAB . Available From : Www.Ilo.Org/Seed. Access : May,15,2009.

The History Of Vocational And Technical Training. Available From : Www.Allbusiness.Com. Access : Julay,4,2009.

مطالعهٔ تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول بازار کار شخصی در دانشجویان

سید مرتضی رضایی[1]
سپیده رشوند[2]

چکیده

پژوهش حاضر به‌منظور شناسایی تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول بازار کار شخصی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی قزوین صورت گرفته است. جامعهٔ آماری این پژوهش شامل کلیهٔ دانشجویان دورهٔ کارشناسی گروه‌های آموزشی مهندسی عمران، علوم کامپیوتر و مهندسی صنایع بوده که مجاز بودند درس کارآفرینی را در ترم دوم سال تحصیلی ۱۳۹۱-۱۳۹۰ انتخاب نمایند. روش پژوهش، نیمه‌تجربی با طرح پیش‌آزمون – پس‌آزمون با گروه کنترل بدون گزینش تصادفی است. ۳۰ نفر با روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان نمونهٔ تحقیق انتخاب شدند که ۱۵ نفر داوطلب دریافت آموزش کارآفرینی بودند و اعضا گروه تجربی را تشکیل می‌دادند و به همین تعداد از طریق همتاسازی با گروه تجربی (از لحاظ سن، جنس، رشته و سال ورود) در گروه کنترل – کسانی که این درس را نگرفته بودند – جایگزین شدند. ابزار مورد استفادهٔ این پژوهش آزمون نگرش تأسیس صنایع کوچک محقق‌ساخته و پرسش‌نامهٔ رهبری تحول برنز بوده است. داده‌های حاصل از این پژوهش از طریق نرم‌افزار SPSS و به روش T مستقل و همبسته و ضریب همبستگی پیرسون مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج بیانگر آن است که آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع کوچک دانشجویان تأثیر مثبت دارد و بین نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول بازار کار دانشجویان رابطهٔ معنادار وجود دارد.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، نگرش تأسیس صنایع کوچک، تحول بازار کار شخصی.

---

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی – تحول، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، Email: Rezaei_sm@yahoo.com
۲. لیسانس حسابداری، دانشگاه غیرانتفاعی تاکستان، مدیر مالی شرکت رنگینه فام قزوین.

مقدمه

تغییر و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی و چالش‌های پی در پی نظام اقتصادی – اجتماعی، کاهش ذخایر زیر زمینی، افزایش فقر و بیکاری، موجبات توجه عمیق‌تر سیاست‌گذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم نموده است تا آنجا که آخرین الگوی توسعه را توسعهٔ مبتنی بر کارآفرینی قلمداد کرده‌اند (Zahiri, 2007: 10).

واژهٔ کارآفرینی از ریشهٔ فرانسوی Entreprender است که مفهوم تعهد کردن کاری را دربرمی‌گیرد (Ahmadpour Dariani and Moghimi, 2006: 39) و بر اساس فرهنگ لغت وبستر (Webster, 2003)، یک کارآفرین شخصی است که سازماندهی می‌کند، مدیریت می‌کند و خطرات و ریسک‌های یک توسعهٔ بازرگانی را به عهده می‌گیرد. کانتیلون، یکی از نخستین نظریه‌ها را در مورد کارآفرینی عرضه کرد و به همین دلیل برخی او را بنیانگذار این واژه می‌شناسند. او کارآفرین را فردی می‌داند که اهل ریسک باشد (Hesrich and Peters, 2002).

رابرت هیسریچ (Robert Hesrich, 2002) کارآفرینی را فرایند ایجاد چیزی بیشتر از ارزش تلاش‌ها و زمانی می‌داند که صرف آن شده است (البته با در نظر گرفتن ریسک‌های مالی، روان‌شناختی و اجتماعی همراه با آن) که کارآفرین، رضایت مالی و شخصی (درونی) را به عنوان پاداش منتج از تلاش‌های خود از آن (کارآفرینی) دریافت می‌دارد (Hesrich and Piters, 2004). همزمان با آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، تلاش در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیهٔ کارآفرینانه در بین مدیران، تجار و دانشجویان و کارآفرینان بالفعل شدت گرفت (Ahmadpour Dariani, 2007: 202). آموزش کارآفرینی در اکثر کشورهای پیشرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه به‌عنوان یک ضرورت مطرح شد و این تفکر که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند، رد گردید (Akbari, 2005: 382). گیب ،کلارک و مک فرسون آموزش کارآفرینی را فرآیندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا می‌دانند که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده شده و بهبود و توسعهٔ نگرش‌ها و مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (Zabihi, 2007).

فعالیت‌های آموزشی کارآفرینی به‌طور غیررسمی از اواسط دههٔ ۷۰ میلادی آغاز شده است، ولی زمان شروع رسمی آن‌ها به ابتدای دههٔ ۸۰ میلادی برمی‌گردد (Zabihi, 2007: 157). اولین تلاش آموزشی توسط «مک کللند» و با هدف انگیزشی توفیق‌طلبی در بین بازرگانان هندی صورت گرفت (Ahmadpour Dariani, 2007: 202). در سال ۱۹۷۳، برای اولین بار دانشگاه کالگری مجوز تأسیس دورهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی را دریافت کرد و کارآفرینی به‌عنوان یکی از زمینه‌های اصلی، مورد توجه قرار گرفت (Ahmadpour Dariani and Moghimi, 2001: 23).

با انتشار نتایج تحقیقات دیوید بریچ در سال ۱۹۷۹، توجه به مفهوم کارآفرینی وارد مرحلهٔ تازه‌ای شد. چراکه بریچ نشان داد که شرکت‌های کوچک‌تر با بهره‌گیری از آموزش‌های

کارآفرینی توانسته‌اند سهم بیشتری در رشد اقتصادی آمریکا داشته باشند (Ahmadpour Dariani, 2007).

از ابتدای سال ۱۹۸۰، بررسی آموزش کارآفرینی به روش‌های خاصی که مناسب یک رشتهٔ جدید تحقیقاتی است آغاز شد (Kasarada, 1992: 5). بدیهی است یکی از ابزارهای عمدهٔ توسعهٔ کارآفرینی و به تبع آن ایجاد اشتغال، آموزش به‌ویژه در سطح تحصیلات عالی است (Kordaeej and Shams, 2005: 354). سازمان علمی آموزشی و فرهنگی سازمان ملل متحد[1] در چشم‌انداز جهانی آموزشی عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه‌های نوین را این‌گونه توصیف کرده است: جایگاهی است که در آن مهارت‌های کارآفرینی به‌منظور تسهیل فارغ‌التحصیلان و برای تبدیل شدن به ایجادکنندگان کار، توسعه می‌یابد (Zahiri, 2007: 11). یونسکو معتقد است دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که باید به دانشجویان آموزش کارآفرینانه بدهد تا آنها کارآفرین شوند، در دانشگاه ساختار کارآفرینانه‌ای ایجاد کند، در سطح دانشگاه و جامعه فرهنگ کارآفرینی را ایجاد نماید و توسعه دهد و در بین اعضای هیأت علمی، کارکنان و دانشجویان، نگرش‌های تأسیس صنایع و کارآفرینانه‌ای ایجاد کرده، مهارت‌های کارآفرینی را در آنها پرورش دهد (Kordaeej, 2005: 76).

در ایران با شروع برنامه پنج‌سالهٔ سوم از سال ۱۳۷۹، طرح جامع توسعهٔ کارآفرینی در سطح چندین وزارتخانه از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری آغاز شد (Bhyan, 2007) و بر این اساس در دانشگاه‌ها مراکز کارآفرینی راه‌اندازی شده‌اند و در زمینه‌های آموزشی، پژوهشی، ترویجی و مشاوره‌ای به دانشجویان خدمات ارائه می‌نمایند (Sabagh Yazdi, 2006; Khodad Hosseini and Baharifar, 2005).

تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهند که فرایندها و برنامه‌های آموزشی خاص می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آن‌ها به دانش و مهارت‌های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند (Kia and Ahmadzade, 2007: 42). نگرش‌ها به‌عنوان بهترین وسیله و توصیف‌گر برای اقدام به کارآفرینی بیان شده‌اند و عقیده بر این است که داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت بیشتر در زمینهٔ کارآفرینی خواهد شد و می‌توان به صرف داشتن این نگرش‌ها خاص از آنها انتظار بروز اعمال کارآفرینانه و تأسیس صنایع کوچک و متوسط را داشت (Simmones, 1999). آموزش‌های کارآفرینی موجب می‌گردند تا نگرش کارآفرینانهٔ افراد جهت تأسیس صنایع کوچک و متوسط و همچنین تحول بازار کار شخصی آنها دچار تغییر گردیده و این خود، نقطهٔ اتکایی است تا از طریق این آموزش‌ها، نگرش کارآفرینانهٔ افراد را تقویت نموده و به سمت رفتار کارآفرینانه سوق داد. اعتقاد بر این است که باورها و نگرش‌ها آموخته می‌شوند و زمانی که حتی بر اساس تعلیمات خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد گردیده‌اند، باز هم می‌توان با آموزش و یادگیری در آنها تغییراتی ایجاد نمود.

با در نظر گرفتن تئوری نگرش و دیدگاه رابینسون و همکاران (Robinson et al, 1991) در خصوص نگرش تأسیس صنایع کوچک، نگرشی تأسیس‌گونه و کارآفرینانه محسوب می‌شود که اجزای انگیزهٔ پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را در ترکیبی با ابعاد سه‌گانهٔ نگرش (شناخت، احساس و رفتار) دارا باشد (Moshaf, 2005: 14).

1. UNESCO

تحول بازار کار شخصی در زمینهٔ کارآفرینی یکی از ملزوماتی است که برای داشتن انگیزهٔ کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام فعالیت‌های تأسیس صنایع شخصی و کارآفرینانه جزء لازم و حتمی به‌شمار می‌آید. به‌عنوان مثال، برخی از افراد انجام فعالیت کارآفرینانه و جدید را دوست دارند اما نمی‌توانند به آن اقدام نمایند و البته علت این مسأله، فقدان توانایی و دانش و مهارت لازم در آن کار نیست، بلکه به دلیل عدم وجود دانش کافی در مورد تحول بازار کار شخصی به این توانایی و مهارت است (Luthans and Stajckovic and Ibrayeva, 2000).

تحول علاوه بر پیش‌بینی عملکرد کارآفرینی می‌تواند تعیین‌کنندهٔ احتراز از کارآفرینی نیز باشد. بسیاری از افراد در اقتصادهای در حال گذار ممکن است از تمایل برای کارآفرینی نیز برخوردار باشند، اما لزوماً در فعالیت‌های کارآفرینی درگیر نمی‌شوند (Chen et al, 1988) و این نه به دلیل اینکه از توانمندی دانش یا مهارت‌های لازم برخوردار نمی‌باشند، بلکه به این دلیل است که از خلاقیت کافی در ایجاد تحول برخوردار نیستند (Lathans et al, 2000) . در زمینهٔ تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر تحول سولیوان و ماهالیک (Sullivan and Mahalik, 2000) نشان داده‌اند که خلاقیت و توان تحول زنان شرکت‌کننده در جلسات آموزش کار آفرینی افزایش یافته است. کازوف (Kasouf, 2003) با مطالعه روی کارآفرینان بالقوه بیان می‌کند بین آموزش کارآفرینی و تحول رابطهٔ مثبتی وجود دارد.

هدف کلی

شناسایی تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار شخصی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

اهداف جزئی

- شناسایی تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش مؤسس بودن (تأسیس صنایع در) دانشجویان،
- شناسایی تأثیر آموزش کارآفرینی بر توان تحول کسب و کار در دانشجویان،
- شناخت ارتباط بین نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار شخصی در بین دانشجویان.

فرضیه‌ها

- آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع در دانشجویان تأثیر مثبت دارد.
- آموزش کارآفرینی بر توان تحول کسب و کار در دانشجویان تأثیر مثبت دارد.
- بین نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار شخصی دانشجویان، ارتباط معنادار وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر نیمه‌تجربی است. در این روش محقق به کنترل و نظارت برخی از عوامل می‌پردازد. در این پژوهش محققین، داوطلبین شرکت در کلاس آموزش کارآفرینی را در گروه تجربی و تعدادی از دانشجویان که این درس اختیاری را می‌توانستند انتخاب نمایند

ولی آن را انتخاب ننموده‌اند به‌عنوان اعضا گروه کنترل در نظر گرفته‌اند. اعضای گروه تجربی همگی در یک زمان و مکان و تحت‌نظر یک استاد در طول یک ترم‌تحصیلی آموزش کارآفرینی را دریافت داشتند. جامعهٔ آماری این پژوهش شامل کلیهٔ دانشجویان دورهٔ کارشناسی گروه‌های آموزشی مهندسی عمران، علوم کامپیوتر و مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی قزوین است که مجاز بودند درس اختیاری کارآفرینی را در ترم دوم سال تحصیلی ۹۱-۹۰ انتخاب نمایند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. فرایند نمونه‌گیری به این صورت بود که تمامی داوطلبین دریافت این آموزش‌ها به عنوان اعضای گروه تجربی در نظر گرفته شدند که بعد از ریزش، نمونه‌ها به ۱۵ نفر تقلیل پیدا کردند. سپس به تعداد اعضای گروه تجربی از بین دانشجویانی که این درس را انتخاب ننموده بودند، ۱۵ نفر به صورت همتاسازی با گروه تجربی از لحاظ سن، جنس، رشته و سال ورود، گزینش‌شده و در گروه کنترل قرار گرفتند. ۱۵ نفر گروه تجربی آموزش کارآفرینی را دریافت داشته و ۱۵ نفردر گروه کنترل آموزش کار آفرینی را دریافت نکردند و نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار شخصی اعضاء گروه تجربی و کنترل از طریق دو آزمون نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار شخصی، یک‌بار در ابتدای ترم دوم سال تحصیلی ۹۱-۹۰ و قبل از شروع آموزش کارآفرینی و یک‌بار هم در انتهای ترم دوم و در پایان آموزش کار آفرینی سنجیده شده است.

برای سنجش نگرش تأسیس صنایع شخصی از آزمون نگرش کارآفرینانهٔ رابینسون و همکاران (Robinson and et al, 1991) استفاده شده است. این آزمون چهار حوزهٔ مهم کارآفرینی شامل انگیزش پیشرفت، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و عزت نفس را مورد سنجش قرار می‌دهد. مصحف (Moshaf, 2005) فرم اولیه ۷۵ سؤالی آزمون را طی سه مطالعهٔ مقدماتی، بر روی ۵۰ دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین اجرا نمود و پس از تعیین همبستگی هر سؤال با نمرهٔ کل، سؤالاتی که همبستگی بالایی با نمره کل داشتند (۰/۰۱ =p) باقی‌مانده و بقیهٔ سؤالات حذف شدند و به این ترتیب فرم نهائی با ۵۵ سؤال آماده گردید و برای نمره‌گذاری از طیفی با گزینه از ۱ تا ۱۰ استفاده نموده است. به‌منظور محاسبهٔ همسانی درونی مقیاس از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که ۰/۸۴ به‌دست آمده است.

هم‌چنین برای سنجش تحول کسب و کار از آزمون رهبری تحول آفرین (آزمون رهبری چند عاملی باس (Bass,1985) تحت عنوان MLQ-1 استفاده شده است. این مقیاس دارای ۱۷ ماده می‌باشد که انتظارات تحول در آزمودنی‌ها را در سه سطح میل به آغازگری رفتار، میل به ادامهٔ تلاش برای تکمیل رفتار و مقاومت در رویارویی با موانع را می‌سنجد. برای هر مادهٔ این مقیاس ۵ پاسخ پیشنهاد شده که بر هر ماده، ۱ تا ۵ امتیاز تعلق می‌گیرد (Alen,1993). آلن اعتبار محاسبه‌شده از طریق آلفای کرونباخ برای ایجاد تحول را ۷۶٪ ذکر می کند. روایی این مقیاس از طریق روایی سازه به دست آمده است. در پژوهشی که به‌منظور اعتبار و روایی این مقیاس توسط براتی بر روی ۱۰۰ آزمودنی که معلمان ریاضی مقاطع راهنمایی بودند انجام شد، همبستگی به‌دست آمده از ۲ مقیاس عزت نفس و خود ارزیابی با مقیاس تحول، در جهت تأیید و روایی سازهٔ این مقیاس بود (Alen,1993). در پژوهش حاضر بر روی ۳۰ نفر از جامعهٔ پژوهش، آزمون نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار اجرا شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS، ضریب آلفای کرونباخ برای آزمون

نگرش تأسیس صنایع کوچک ۸۴٪ و برای آزمون تحول (رهبری تحول آفرین) ۷۲٪ به‌دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون t مستقل و همبسته و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

یافته‌ها

فرضیهٔ اول: آموزش کارآفرینی بر نگرش تأسیس صنایع کوچک دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

جدول ۱. نتایج تحلیل t همبسته پیش‌آزمون و پس‌آزمون نگرش تأسیس صنایع کوچک در گروه تجربی و گروه کنترل

متغیر	پیش آزمون		پس آزمون		T	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
نگرش تأسیس صنایع کوچک	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	انحراف استاندارد			
گروه تجربی	۴۰۵/۴۱	۶۰/۲۳	۴۳۹/۲۹	۴۵/۲۹	-۲/۲۲	۱۴	۰/۰۲۶*
گروه کنترل	۴۱۵/۰	۵۱/۷۶	۴۰۲/۳	۴۹/۰۴	۰/۷۵۹	۱۴	۰/۲۳

p<۰/۰۵*

نتایج جدول شمارهٔ ۱ نشان می‌دهد که میانگین نمرات نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه تجربی در پیش‌آزمون و پس‌آزمون با توجه به (t=۲/۲۲) و در سطح معناداری (p = ۰/۰۲۶) تفاوت معناداری داشته است. ولی میانگین نمرات نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه کنترل در پیش‌آزمون و پس‌آزمون با توجه به (t=۰/۷۵۹) و در سطح معناداری (p=۰/۲۳) تفاوت معناداری نداشته است. بنابراین، نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه تجربی در پس‌آزمون و در مقایسه با پیش‌آزمون و بعد از دریافت آموزش کارآفرینی افزایش یافته است در حالی که نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه کنترل افزایشی نداشته است.

جدول ۲. نتایج تحلیل t مستقل نگرش تأسیس صنایع کوچک در گروه کنترل و تجربی در پیش‌آزمون

متغیر	تجربی			کنترل			T	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
نگرش تأسیس صنایع کوچک	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
	۱۵	۴۰۵/۴۱	۶۰/۲۳	۱۵	۴۱۵	۵۱/۷۶	-۱/۰۵	۲۸	۰/۱۱

نتایج جدول شمارهٔ ۲ نشان می‌دهد که میانگین نمرات نگرش تأسیس صنایع کوچک در پیش‌آزمون دو گروه تجربی و کنترل با توجه به (t= -۱/۰۵) و در سطح معناداری (p=۰/۱۱)

تفاوت معناداری نداشته است. یعنی قبل از اجرای برنامهٔ آموزش کارآفرینی دو گروه تجربی و کنترل از نظر نگرش تأسیس صنایع کوچک مشابه بوده‌اند.

جدول ۳. نتایج تحلیل t مستقل نگرش تأسیس صنایع کوچک در گروه کنترل و تجربی در پس‌آزمون

متغیر	تجربی			کنترل			T	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
نگرش تأسیس صنایع کوچک	۱۵	۴۳۹/۲۹	۴۵/۲۹	۱۵	۴۰۲/۳	۴۹/۰۴	۳/۱۲۶	۲۸	۰/۰۰۲*

p<۰/۰۵*

نتایج جدول شمارهٔ ۳ نشان می‌دهد که بعد از آموزش کارآفرینی، نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه تجربی بیشتر از گروه کنترل بوده و با توجه به (t =۳/۱۲۶) و در سطح معناداری (p= ۰/۰۰۲) این تفاوت، معنادار بوده است. بنابراین، بعد از اجرای آموزش کارآفرینی نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه تجربی در پس‌آزمون افزایش یافته ولی در گروه کنترل افزایشی صورت نگرفته است.

نتایج جداول۱ و۲ و۳ نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی تاثیر مثبت معناداری را بر روی نگرش تأسیس صنایع کوچک دانشجویان داشته است.

فرضیهٔ دوم: آموزش کارآفرینی بر توان تحول کسب و کار دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

جدول ۴. نتایج تحلیل t همبستهٔ پیش‌آزمون و پس‌آزمون توان تحول کسب و کار در گروه تجربی و گروه کنترل

متغیر	پیش‌آزمون		پس‌آزمون		T	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	انحراف استاندارد			
تحول کسب وکار							
گروه تجربی	۴۵/۴۱۱	۵/۱۲۴	۵۲/۵۲۹	۴/۷۰۵	-۳/۳۲	۱۴	۰/۰۰۲*
گروه کنترل	۴۸/۸۳	۳/۷۳	۴۷/۲۵	۳/۹۵	۱/۵۹	۱۴	۰/۰۷

p<۰/۰۵*

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که میانگین نمرات توان تحول کسب و کار گروه تجربی در پیش‌آزمون و پس‌آزمون با توجه به (t= -۳/۳۲) و در سطح معناداری (p = ۰/۰۰۲) تفاوت معناداری داشته و میانگین نمرات توان تحول کسب و کار گروه کنترل در پیش‌آزمون و پس‌آزمون با توجه به (t = ۱/۵۹) و در سطح معناداری (p = ۰/۰۷) تفاوت معناداری نداشته است. بنابراین، توان تحول کسب و کار گروه تجربی، در پس‌آزمون و در مقایسه با پیش‌آزمون

و بعد از دریافت آموزش کارآفرینی افزایش یافته است، درحالی‌که نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه کنترل افزایشی نداشته است.

جدول ۵. نتایج تحلیل t مستقل توان تحول کسب و کار در گروه کنترل و تجربی در پیش‌آزمون

متغیر	آزمایش			کنترل			t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
تحول	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
	۱۵	۴۵/۴۱۱	۵/۱۲	۱۵	۴۸/۸۳	۳/۷۳	-۱/۱۲	۲۸	۰/۱۳

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که توان تحول کسب و کار در پیش‌آزمون دو گروه تجربی و کنترل با توجه (t = -۱/۱۲) و در سطح معناداری (p= ۰/۱۳) تفاوت معناداری نداشته است. یعنی قبل از اجرای برنامهٔ آموزش کارآفرینی، دو گروه تجربی و کنترل از نظر نگرش تأسیس صنایع کوچک مشابه بوده‌اند.

جدول ۶. نتایج تحلیل t مستقل توان تحول کسب و کار در گروه کنترل و تجربی در پس‌آزمون

متغیر	آزمایش			کنترل			T	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
تحول	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
	۱۵	۵۲/۵۲	۴/۷۰۵	۱۵	۴۷/۲۵	۳/۹۵	۲/۹۲	۲۸	۰/۰۰۴*

p<۰/۰۵*

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که بعد از آموزش کارآفرینی، توان تحول کسب و کار گروه تجربی بیشتر از گروه کنترل بوده و با توجه به (t = ۲/۹۲) و در سطح معناداری (p=۰/۰۰۴) این تفاوت، معنادار بوده است. بنابراین، بعد از اجرای آموزش کارآفرینی نگرش تأسیس صنایع کوچک گروه تجربی در پس‌آزمون افزایش یافته ولی در گروه کنترل افزایشی صورت نگرفته است.

نتایج جداول ۴،۶،۵ نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر روی توان تحول کسب و کار دانشجویان داشته است.

فرضیهٔ سوم: بین نگرش تأسیس صنایع کوچک و توان تحول کسب و کار دانشجویان، رابطهٔ معناداری وجود دارد.

جدول ۷. نتایج همبستگی پیرسون نگرش تأسیس صنایع کوچک و توان تحول کسب و کار در پس‌آزمون گروه تجربی و گروه کنترل

نگرش تأسیس صنایع کوچک و توان تحول کسب و کار	تعداد	R	R^2	سطح معناداری
گروه تجربی	۱۵	۰/۶۴	۰/۴۰	۰/۴*
گروه کنترل	۱۵	۰/۴۹۳	___	۰/۱۰۳

p<۰/۰۵*

نتایج جدول ۷ نشان داد که همبستگی معناداری بین نگرش نگرش تأسیس صنایع کوچک و توان تحول کسب و کار با توجه به (R = ۰/۶۴ و P = ۰/۰۴) در پس‌آزمون گروه تجربی وجود دارد و همبستگی معناداری بین نگرش نگرش تأسیس صنایع کوچک و توان تحول کسب و کار عمومی با توجه به (R =۰/۴۹۳ و P =۰/۱۰۳) در پس‌آزمون گروه کنترل، وجود ندارد و نگرش تأسیس صنایع کوچک تا ۰/۴۰ توان تحول کسب و کار را پیش‌بینی می‌نماید.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری را بر روی نگرش تأسیس صنایع کوچک دانشجویان داشته است و در بهبود این نگرش‌ها نسبت به مباحث کارآفرینی مؤثر بوده است. این نتیجه با نتایج تحقیقات مصحف (Mshaf, 2005) ، راشید (Robinson at el, 1991) وسپر (Vesper , 1991) ، داگلاس و شفرد (Douglas and Shepherd, 1999) و رابینسون و همکاران (Robinson at el, 1991) هم‌خوانی دارد. بر این اساس می‌توان بیان داشت که نگرش تأسیس صنایع صفت ذاتی افراد نبوده، بلکه از طریق آموزش‌های کارآفرینی می‌توان نگرش تأسیس صنایع کوچک را در افراد شکل داده و تقویت نمود. سیمونز (Simmones, 1999) نگرش‌ها را بهترین وسیله و توصیف‌گر برای اقدام به کارآفرینی دانسته و بیان می‌دارد که بسیاری از محققان بر این عقیده‌اند که داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت‌های بیشتر در زمینهٔ کارآفرینی می‌گردد. همچنین، رابینسون و همکاران (Robinson at el, 1991) بیان می‌دارند که نگرش‌ها بهترین پیش‌بینی‌کنندگان برای تمایلات کارآفرینانه و تأسیس صنایع کوچک بوده و این نگرش‌ها همان‌طورکه براساس تعلمیات خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد گردیده‌اند، می‌توان باز هم با آموزش و یادگیری در آنها تغییراتی ایجاد نمود. بنابراین، از طریق ارائهٔ دوره‌های آموزشی در زمینهٔ کارآفرینی می‌توان بر نگرش تأسیس صنایع کوچک افراد تأثیر گذاشته و مقاصد رفتاری خاص را در جهت کارآفرینی در آنها ایجاد نمود. فراگیران آموزش‌های کارآفرینی از طریق دریافت حقایق، دانش و اطلاعات در زمینهٔ کارآفرینی و ضرورت و نقش آن در دفع و رفع ابهام از آیندهٔ شغلی خود، باورهایی را نسبت به کار آفرینی به‌دست می‌آورند و این باورها همراه با ارزشیابی است که آیا این روش بر طرف‌کنندهٔ نیازهای شغلی آنها می‌تواند باشد یا خیر؟ بنابراین، پس از شکل‌گیری اجزاشناختی و عاطفی، آمادگی برای عمل براساس کارآفرینی در فراگیران شکل می‌گیرد و نتایج تحقیق بیانگر آن است که آموزش‌های کارآفرینی بر اجزاء نگرش تأسیس صنایع کوچک تأثیرگذار بوده و نگرش کارآفرینانه را تقویت نموده است.

نتایج نشان داد که آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تحول کسب و کار شخصی دانشجویان داشته است. یافته‌ها، با نتایج تحقیقات شماعی‌زاده (Shamaizadeh, 2006)، سولیوان و ماهالیک (Sullivan and Mahalik, 2000)، کازوف (Kasouf, 2003)، میفلید و ویور (Myfild and Weare, 2000) و لوزو و همکاران (Sullivan and mahalik, 2000) همخوانی دارد. بر این اساس، می‌توان بیان داشت که از طریق آموزش‌های کارآفرینی می‌توان بر تحول کسب و کار شخصی دانشجویان تأثیر مثبت بر جای

گذاشت. لوتانز و همکاران (Luthans etal, 2000) تحول کسب و کار شخصی را یکی از ملزوماتی می‌دانند که برای داشتن انگیزهٔ کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه، جزء لازم و حتمی به‌شمار می‌آید. به‌عنوان مثال، برخی از افراد انجام فعالیت کارآفرینانه را دوست دارند ولی نمی‌توانند به آن اقدام نمایند و این به دلیل فقدان توانایی و دانش و مهارت لازم در آن کار نیست، بلکه به دلیل عدم وجود اعتقاد و باور نسبت به این توانایی و مهارت است. از آنجایی که آموزش منجر به توانمندسازی افراد می‌شود، آموزش‌های کارآفرینی قادرند تا توانمندی افراد را در زمینهٔ کارآفرینی جهت داده و این توانمندسازی منجر به ایجاد تحول در کارآفرینی در افراد می‌گردد. از طریق تحول در کارآفرینی، توان تحول کسب و کار فراگیر نیز تحت تأثیر آموزش‌های کارآفرینی، تقویت می‌شود. (Shamaizadeh, 2006). در طول دورهٔ آموزش کارآفرینی، توسط استاد و با دعوت از کارآفرینان موفق و سخنرانی برای فراگیران، ضمن معرفی الگوهای جانشینی، ترغیب اجتماعی یا قانع‌سازی کلامی نیز صورت گرفته و از این طریق بر ایجاد توان تحول کسب و کار فراگیران تأثیرگذار بوده است. بنابراین، می‌توان از طریق آموزش‌های کارآفرینی و همزمان با افزایش باور افراد نسبت به ایجاد تحول و توانمندی در کارآفرینی و از طریق معرفی الگوهای جانشینی موفق و ترغیب اجتماعی یا اقناع‌سازی کلامی، توان ایجاد تحول در کار توسط آنان را نیز افزایش داد. نتایج این پژوهش، تأثیرگذاری آموزش‌هایی کارآفرینی بر افزایش ایجاد تحول در کسب و کار دانشجویان را مورد تأیید قرار داده است.

یافته‌ها نشان داد که بین نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار دانشجویان در گروه تجربی همبستگی معناداری وجود دارد. از آنجایی که ارزش‌ها، باورهای ایجاد تحول کسب و کار افراد را شکل داده و این باورها، منجر به شکل‌گیری نگرش در افراد می‌شوند (Karimi, 2008) می‌توان اشاره کرد که گروه تجربی از طریق دریافت آموزش‌های کارآفرینی ارزش‌هایی در مورد کارآفرینی در آنان شکل گرفته و یا تقویت شده و به دنبال آن باورهایی را نیز در مورد کارآفرینی به‌دست آورده‌اند و از این طریق، نگرش تأسیس صنایع کوچک آنان تقویت شده است. بنابراین، می‌توان بیان داشت که از طریق آموزش‌های کارآفرینی می‌تواند بر نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار تأثیر گذاشته و همزمان با شکل‌گیری ظرفیت تحول در کارآفرینی، نحوه، ایجاد و قدرت تحول کسب و کار نگرش تأسیس صنایع کوچک در افراد تقویت گردد. البته به دلیل محدودیت‌های روش تجربی باید در مورد تعمیم فرضیهٔ سوم جانب احتیاط را لحاظ داشت، زیرا در آزمون همبستگی حداقل نمونه باید مراعات گردد. اما در اینجا بنا به ضرورت تحقیق و با درک این محدودیت این بررسی صورت گرفته است.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر آموزش کارآفرینی قادر است که نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار دانشجویان را افزایش دهد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای دستیابی به نگرش تأسیس صنایع کوچک و تحول کسب و کار بالا در بین دانشجویان از طریق آموزش‌های کار آفرینی، اقدامات ذیل صورت پذیرد:

- ✓ پیشنهاد می‌شود زمینهٔ انتخاب واحد درس کارآفرینی برای دانشجویان با گرایش‌های مختلف در طول سال تحصیلی فراهم گردد.

- ✓ هم‌چنین پیشنهاد می‌شود برگزاری دوره‌های آموزشی مثل آمادگی شغلی، برنامه‌ریزی شغلی، روزمه نویسی، مهارت‌های خود استخدامی، مهارت‌های خوداشتغالی، مهارت‌های عمومی کسب و کار و مهارت‌های کارآفرینی در سطح دانشگاه مورد توجه قرار گیرد.
- ✓ به‌منظور آشنایی دانشجویان با ضرورت و اهمیت کارآفرینی به‌خصوص دوره‌های آموزش کارآفرینی، همایش‌ها و برنامه‌های متعددی در طول سال تحصیلی برای دانشجویان برگزار گردد.
- ✓ همچنین ضمن معرفی مؤسسات و مراکز مرتبط با کارآفرینی خارج از دانشگاه، زمینهٔ آشنایی و تعامل دانشجویان با این مراکز از طریق مرکز کارافرینی دانشگاه بیش از پیش فراهم گردد.
- ✓ کارآفرینان برتر به‌خصوص دانشجویان موفق در زمینهٔ کارآفرینی را به دانشجویان معرفی نموده و زمینهٔ ارتباط مستمر و مؤثر آنها با یکدیگر در پوشش مراکز رشد، در سطح دانشگاه تقویت گردد.

منابع

Ahmadpour daryani, M & Moghimi, M (2001). The role of government in developing entrepreneurship training. Tehran. Farandish publication. (in Persian)

Ahmadpour daryani, M & Moghimi, M (2006). Foundations of Entrepreneurship. Tehran. Farandish publication. (in Persian)

Ahmadpour daryani, M (2007). Entrepreneurship. Tehran. Sherkate pardis 57. (in Persian)

Akbari, K (2005). The role of education system in developing entrepreneurship. First Conference on employment and higher education system. Tehran. Jihade daneshghahi publications. The unit of tarbiat modarres university. (in Persian)

Arabian, M (2004). The relationship between self-efficacy beliefs and mental health among shahid Beheshti University. Unprinted master thesis. shahid Beheshti University. (in Persian)

Behian, M (2007). Developing Entrepreneurship in Universities. First Conference on employment and higher education system. Tehran. Jihade daneshghahi publications. The unit of tarbiat modarres university. P 398. (in Persian)

chen, C, Green , G and , A ,(1998) , Does enterpreneurid self efficacy distinguish entrepreneurs from managers ? Journal of Busuines.

Douglas , D,and shepherd , D,(1999) , Entrepreneurship as autitly maximinzing response. jornal of Business venturing.vol 15. No 3. Pp 237-257.

Hesrich, R & Piters, M(2004). Entrepreneurship.translated by alireza feyz bakhsh and hamid reza yari. Tehran. Institute of Scientific Publications.

Hisrich, R and peters, M(2002) , The Individual Entreprenure in Entrepreneurship New York, MC Graw-Hill.

Kasarda, J,(1992) the state of the Art of Entrepreneurship, Boston:PWS-K ent publishing co.

Kasouf, C,(2003) Opportunity assessments afram work integrating positive psychology and environmental. Variable at: www.uic/cba.iej/2003 papers /kasout.htm.

Khodadad hosseini, H & Baharifar, A (2005). higher education and employment. Tehran. Jihade daneshghahi publication. The unit of tarbiat modarres university. (in Persian)

Kia, M & Ahmadzadeh, N(2007). Entrepreneurship and higher education . journal of employment and Entrepreneurship. Jihade daneshghahi unit for supporting employment. Vol 5. No.19.pp 41-49. (in Persian)

Kordaeej, A & Shams, Sh (2005). The role of higher education in entrepreneurship development and job creation in the country. First Conference on employment and higher education system. Tehran. Jihade daneshghahi publications. The unit of tarbiat modarres university. P 354. (in Persian)

Kordaeej, A (2005). Entrepreneur University; Higher education and its role in job creation. Journal of management and development. No.26. (in Persian)

Krimi, Y(2008). Social psychology. Tehran. Payame noor publication. (in Persian)

نقش آموزش کارآفرینی در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای ایران

مهری صدیقی[1]

چکیده

امروزه کارآفرینی از عوامل مهم رشد و توسعهٔ اقتصادی به‌شمار می‌آید. به‌طوری که در غرب و برخی از کشورهای دیگر، دو دههٔ اخیر دهه‌های طلایی کارآفرینی نام گرفته است. در اکثر کشورهای پیشرفته و در حال‌توسعه، مقولهٔ کارآفرینی به‌عنوان اصلی‌ترین منبع توسعه مورد نظر قرار گرفته است. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی‌شود و باید به روش پرورشی کارآفرینان را تربیت کرد، اگر نگاهی به سند چشم‌انداز ۲۰ سالهٔ نظام بیاندازیم، ویژگی‌های یک فرد مطلوب ایرانی در افق ۱۴۰۴«فعال، مسئولیت‌پذیر، ایثارگر، مومن، رضایت‌مند، برخوردار از وجدان کاری، انضباط، روحیهٔ تعاون و سازگاری اجتماعی، متعهد به نظام اسلامی و شکوفایی ایران و مفتخر به ایرانی بودن» ذکر شده است که این مهم بدون ایفای نقش فعالانهٔ دولت مخصوصاً مراکز آموزشی از جمله سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور که متولی آموزش‌های غیر رسمی و کوتاه‌مدت برای کارآموزی و یا افزایش مهارت برای ورود به بازار کار است، محقق نمی‌گردد. در این مقاله برآنیم با توجه به اهمیت این موضوع به بررسی نظریات دانشمندان و صاحب‌نظران مطرح در این رابطه بپردازیم و با نگاهی به تجربیات سایرکشورها، به مرور ابعاد مختلف این موضوع نگاهی داشته باشیم. از طرفی دیگر، در مقالهٔ حاضر به بررسی نقش آموزش‌های کارآفرینی در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران پرداخته شده است. روش تحقیق در این مقاله بررسی و تحلیل اسناد و مدارک مرتبط با آموزش‌های کارآفرینی و مصاحبه با تعدادی از مدیران و سیاست‌گذران آموزش‌های کارآفرینی به‌دست آمده است.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، چشم‌انداز ۱۴۰۴، کارآفرینی.

---

۱. سرپرست مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای خواهران مبارکه، Email:mehri_sedighi@yahoo.com

مقدمه

برخورداری از دانش پیشرفته، توانایی در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایهٔ اجتماعی در تولید ملی از اهداف دستیابی به سند چشم‌انداز ۲۰ سالهٔ کشور است که برای دستیابی به این چشم‌انداز بلند، عزم جدی، تلاش وافر و پویایی بیش از پیش تمامی مجموعه‌های علمی و آموزشی کشور را می‌طلبد. نیل به این چشم‌انداز، مستلزم تغییر رویکرد کشور از «اقتصاد مبتنی بر منابع» به «اقتصاد مبتنی بر دانش» و اهمیت یافتن موضوع دستیابی به توسعهٔ پایدار در کشور، با سه محور: ۱. نوآوری و کارآفرینی، ۲. فناوری و ۳. شایستگی است.(پرند،۱۳۹۰) کارآفرینی در بسیاری از کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه به عنوان یک راه‌حل ممکن برای رفع فقر و گسترش ثروت در جامعه در نظر گرفته شده است. بسیاری از دولت‌ها برنامه‌ها و فعالیت‌های زیادی برای ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه، نوجوانان و جوانان برای تشویق آن‌ها به مشارکت فعال در کاهش فقر، دنبال می‌کنند. آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می‌شود که افزایش بهبود توسعهٔ نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیرکارآفرین را در پی خواهد داشت. آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از مؤثرترین شیوه‌ها برای تسهیل انتقال جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد. با در نظر گرفتن پیشنهادهای گات[1] و گینز برگ[2] و زهرا[3]در دههٔ ۱۹۹۰، ابعاد کارآفرینی به شرح زیر مشخص می‌گردد: نوآوری در تولید، نوآوری در فرآیند تولید، نوآوری در تشکیلات یا نوآوری سازمانی، ایجاد مشاغل جدید داخلی و بین‌المللی و تجدید راهبردی، نوآوری متضمن تولید محصولات جدید، فرآیندهای تولیدی جدید و سامانه‌های سازمانی جدید است. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷) با اندکی دقت و توجه این سؤال به ذهن متبادر می‌شود که چرا با اینکه طی سالیان گذشته آموزش کارآفرینی در کشور ما گسترش یافته است، تغییرات چندانی مشاهده نمی‌شود؟ چرا نوجوانان و جوانان و گاهی اوقات حتی بزرگسالان ما نسبت به «کار کردن» از خود مقاومت نشان می‌دهند؟! چرا وقتی صحبت از انجام کارهای گروهی و آموزش می‌کنیم حتی شنیدن آن‌ها به‌نظر سخت می‌آید؟! چرا در آمارهای رسمی اعلام می‌شود که اغلب جوانان ما به دنبال کار دولتی می‌باشند؟ اگر ریشهٔ مسایل فوق عدم توجه کافی به موضوع پرورش و تربیت نسل آتی کشور می‌باشد، چه راه‌حل‌هایی برای این موضوع وجود دارد؟ در ایران دستگاه‌های متعدد آموزشی و غیرآموزشی در بخش‌های دولتی و غیردولتی به آموزش دوره‌های کارآفرینی در مقاطع و سطوح مختلف و به شکل‌های رسمی و غیررسمی پرداخته‌اند. نقش سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای در این زمینه چه می‌تواند باشد؟ آیا مکانیزم‌هایی جهت آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای وجود دارد؟ دیگر کشورها در این رابطه چه تجربه‌ای دارند؟ در مقالهٔ حاضر سعی داریم تا به سؤالات فوق کمی بیاندیشیم.

---

1. Guth
2. Ginsberg
3. zahra

روش‌شناسی تحقیق

در راستای پاسخگویی به سؤالات طرح‌شده، با انجام الگوبرداری مفهومی در رابطه با وجود برنامه‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف سعی شده است تا اهداف و برنامه‌هایی که این کشورها برای این موضوع در نظر گرفته‌اند، مورد بررسی قرار گیرد. در این رابطه برنامه‌هایی در کشورهای کانادا، کشورهای اروپایی و... مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. این مطالعه با رجوع به منابع کتابخانه‌ای موجود به‌صورتی توصیفی- تحلیلی موضوع آموزش کارآفرینی و سپس با رجوع به مأموریت سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای که ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید، کارآفرینی و استفاده از تولیدات داخلی به‌عنوان ارزش اسلامی و ملی با بهره‌گیری از نظام آموزشی و تبلیغی، آموزش نیروی انسانی متخصص، ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و... فعالیت‌های صورت‌گرفته را به جهت ارائهٔ الگویی مطلوب در جهت تهیهٔ برنامهٔ آموزشی در زمینهٔ کارآفرینی بررسی نموده است.

چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در ۱۴۰۴ هجری شمسی

با اتکال به قدرت لایزال الهی و در پرتو ایمان و عزم ملی و کوشش برنامه‌ریزی شده و مدبرانهٔ جمعی و در مسیر تحقق آرمان‌ها و اصول قانون اساسی، در چشم‌انداز بیست سالهٔ، جامعهٔ ایرانی چنین ویژگی‌هایی وجود خواهد داشت:

- توسعه‌یافته، متناسب با مقتضیات فرهنگی، جغرافیایی و تاریخی خود و متکی بر اصول اخلاقی و ارزش‌های اسلامی، ملی و انقلابی، با تأکید بر: مردم‌سالاری دینی، عدالت اجتماعی، آزادی‌های مشروع، حفظ کرامت و حقوق انسان‌ها، و بهره‌مند از امنیت اجتماعی و قضایی.
- برخوردار از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایهٔ اجتماعی در تولید ملی.
- امن، مستقل و مقتدر با سامان دفاعی مبتنی بر بازدارندگی همه‌جانبه و پیوستگی مردم و حکومت.
- برخوردار از سلامت، رفاه، امنیت غذایی، تأمین اجتماعی، فرصت‌های برابر، توزیع مناسب درآمد، نهاد مستحکم خانواده، به دور از فقر، فساد، تبعیض و بهره‌مند از محیط‌زیست مطلوب.
- فعال، مسئولیت‌پذیر، ایثارگر، مؤمن، رضایت‌مند، برخوردار از وجدان کاری، انضباط، روحیهٔ تعاون و سازگاری اجتماعی، متعهد به انقلاب و نظام اسلامی و شکوفایی ایران و مفتخر به ایرانی بودن.
- دست‌یافته به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقهٔ آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقاء نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل.
- الهام‌بخش، فعال و مؤثر در جهان اسلام با تحکیم الگوی مردم‌سالاری دینی، توسعهٔ کارآمد، جامعهٔ اخلاقی، نواندیشی و پویایی فکری و اجتماعی، تأثیرگذار بر همگرایی اسلامی و منطقه‌ای براساس تعالیم اسلامی و اندیشه‌های امام خمینی (ره).
- دارای تعامل سازنده و مؤثر با جهان براساس اصول عزت، حکمت و مصلحت. (دبیرخانهٔ مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۳)

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و توانمندسازی

آموزش از ارکان اساسی و حیاتی فعالیت اجتماعی است و توسعه و پیشرفت در ابعاد مختلف وابسته به آموزش متناسب با اهمیت است. اما فقط پرداختن به آموزش بدون توجه به نتایج آن قطعاً امری بیهوده است. اثربخشی آموزش ناشی از عوامل موجود در سلسله مراتب متعدد در فرایند آن است و از جمله شیوه‌های آموزشی، شناخت نیاز مشتریان و ذی‌نفعان آموزش، شناخت صحیح آموزش‌گیرندگان و برنامه‌ریزی صحیح هدایت آنها، اختصاص منابع لازم، از جمله نیروی انسانی با کفایت، پویا دیدن آموزش به لحاظ پویایی آموزش‌گیرندگان و ... همه از مسائلی است که در فرایند آموزش باید به آنها توجه خاص داشت.(اسماعیل آبادی، ۱۳۸۷) سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای به‌عنوان متولی آموزش‌های مهارتی کوتاه‌مدت در کشور برای نیل به اهداف زیر به امر آموزش اشتغال دارد:

۱) ارتقاء دانش فنی و حرفه‌ای در کشور.
۲) تربیت نیروی انسانی ماهر مورد نیاز در راستای تحولات سریع در صحنهٔ علم و فن‌آوری.
۳) استمرار فرهنگ آموزش استاد- شاگردی.
۴) توسعهٔ منابع انسانی، امور پژوهشی، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات از طریق آموزش‌های متنوع.

مهم‌ترین هدف سازمان در آموزش‌های فنی حرفه‌ای، آماده‌سازی نیروی کار آماده به اشتغال در حوزه‌های مهارتی فنی و حرفه‌ای می‌باشد. اصولاً بایستی نیروی ماهر با توجه به عوامل، نیاز بازار کار، تکنولوژی‌های نوین و توانایی‌های فردی پرورش یابند تا برنامه‌های آموزشی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای مؤثر واقع شده و منجر به توسعهٔ اشتغال گردد. (حمیدی، خون سیاوش،۱۳۸۶) نیروی انسانی در اثر تربیت و آموزش می‌تواند نگرش، دانش و مهارت لازم را به‌دست آورد. به همین علت در اغلب کشورهای اروپایی و صنعتی بعد از دههٔ ۹۰ توسعهٔ صنعتی را در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای دانسته و در بهبود و رشد آن تأکید بسیار دارند. (آزاد، ۱۳۸۵) از رسالت‌های اصلی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای تربیت نیروی کاری متخصص و ماهر متناسب با نیاز بخش‌های مختلف تولیدی و خدماتی کشور است، تواناسازی، بدین معنی است که برای افراد آزادی لازم را فراهم آوریم تا آنان آنچه را که خود می‌خواهند، به‌گونه‌ای موفقیت‌آمیز انجام دهند، به‌جای آنکه آنان را وادار کنیم که آنچه را ما می‌خواهیم، انجام دهند. مدیرانی که افراد را توانمند می‌سازند، به جای ایجاد انگیزش در آنان و یا تحریک رفتارشان، کنترل‌ها، محدودیت‌ها و مرزها را از سر راه بر می‌دارند. تواناسازی به‌جای اینکه یک راهبرد «هل دادن» باشد که در آن مدیران کارکنان را به‌وسیلهٔ مشوق‌ها و فنون نفوذ تحریک می‌کنند تا به شیوه‌های مطلوب عمل کنند، یک راهبرد «کشیدن» است. این راهبرد در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌تواند نقش کلیدی داشته باشد و مهارت‌آموزان را در جهت نوآوری و خلاقیت پرورش دهد. مفهوم تواناسازی جزئی از تغییرات پردامنه‌ای است که ما شاهد آن در صنایع امروزی هستیم. آموزش‌های فنی و حرفه‌ای یکی از راه‌هایی است که می‌تواند افراد را در رسیدن به قابلیت کاربردی رهنمون سازد. پژوهش‌های کانتر (۱۹۸۳)، باندور(۱۹۸۶)، هاکمن والدهام (۱۹۸۰) و دیگران حداقل نه دستور مشخص را برای پرورش توانمندی- یعنی ایجاد احساس شایستگی، انتخاب، اثر گذاشتن، ارزش و امنیت- تجویز کرده‌اند. این نه دستور عبارتند از: مشخص کردن شفاف دیدگاه و اهداف، پرورش

تجارب تسلط شخصی، الگوسازی، فراهم آوردن حمایت، برانگیختگی احساس، فراهم آوردن اطلاعات لازم، تأمین منابع مورد نیاز، پیوند دادن نتایج، ایجاد اعتماد به‌نفس. تواناسازی از راهبردهایی است که در پرورش و کارآفرینی افراد می‌تواند نقش خودانگیختگی داشته باشد. و از سوی دیگر، در یک بستر آموزشی مناسب توانمندسازی و پرورش نیروی کارآفرینی نقش حیاتی در فرآیند توسعهٔ هر کشوری دارد. (گودرزوند چگینی، ۱۳۸۵)

آموزش کارآفرینی

اهمیت کارآفرینی انکارناپذیر و پرداختن به آن از ضروریات است. کارآفرینان به‌عنوان پیشگامان توسعهٔ فناوری و توسعهٔ اقتصادی می‌باشند. آموزش یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. با توجه به مطالعات و تحقیقات مختلفی که صورت گرفته است، ثابت شده که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این‌رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌ها تبدیل شده است. دوره‌های آموزش کارآفرینی با هدف تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت‌شناس و به‌طورکلی، افرادی که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، طراحی شده‌اند. این قبیل دوره‌ها به دنبال بهبود گرایش‌هایی همچون تمایل به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت‌بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشد. آموزش کارآفرینی فرآیندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا می‌باشد که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه به‌صورت خلاق تربیت می‌گردند. آموزش کارآفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می‌شود که افزایش، بهبود و توسعهٔ نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیرکارآفرین را در پی خواهد داشت (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۷). امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مراکز آموزشی تبدیل شده است و هدف اولیه از توسعهٔ کارآفرینی همانا تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به‌طورکلی افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب وکارهای مستقل دارند. مطالعات نشان می‌دهد که برنامه‌های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست‌گذاری و پشتیبانی اجرائی دولت‌ها به سرانجام رسیده است و از تجربیاتی که کشورهای مختلف در زمینهٔ کارآفرینی داشته‌اند، می‌توان نتیجه گرفت که باید پرورش کارآفرینان در کشور را به‌عنوان گام اولیهٔ توسعه تلقی کرد که این مهم بدون ایفای نقش فعالانهٔ دولت مخصوصاً مراکز آموزشی محقق نخواهد شد. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳)

اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعهٔ فناوری و اقتصادی قرار داده است. تجربهٔ موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به‌واسطهٔ توسعهٔ کارآفرینی در آن کشورها موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. با عنایت به پدیدهٔ جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که بازارهای جهانی فردا از آن شرکت‌هایی است که به خطرپذیری کارآفرینانه بها می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در

بالندگی فردی پرتلاشند و در خط‌مشی‌گذاری شرایط محیطی را مد نظر قرار می‌دهند. کارآفرینی تصویری از نیروهای جدید را در عرصه‌های اقتصادی – اجتماعی در سطح ملی و بین‌المللی در قرن حاضر نشان می‌دهد که با ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌تواند امکان: اشتغال‌زایی و بیکاری، خویش‌فرمایی و استقلال، توزیع متعادل درآمد در سطح جامعه، بهره‌برداری صحیح از امکانات و منابع در دسترس، دستیابی به یافته‌های جدید علم و فناوری، دستیابی به بهره‌وری ملی و توسعه و پیشرفت جامعه و... را فراهم نماید. با سرمایه‌گذاری‌های عظیم انجام‌شده در آموزش، به‌خصوص عمری که جوانان صرف تحصیل می‌کنند، چرا دانش کسب‌شده در عمل کاربرد چندانی ندارد؟ آیا می‌توان گفت دانش کسب‌شده بی‌ارزش است و یا علت را باید در جای دیگری جستجو کرد؟ اولین گزینه که به ذهن می‌رسد فقدان قابلیت‌های کارآفرینی افراد است. دانش‌آموختگان نمی‌توانند دانش ذخیره شده را به‌کار گیرند، زیرا قابلیت‌های لازم برای کاربرد دانش که همان کارآفرینی است در آنها ایجاد نشده است. دانشگاه به‌عنوان تولیدکنندهٔ دانش، نه تنها باید به کاربرد فکر کند، بلکه اولویت تولید دانش را بر مبنای کاربردهای عملی و نیاز جامعه تنظیم نماید. پرورش قابلیت‌های کارآفرینی در توسعه و تقویت رقابت در اقتصاد جهانی نیز بسیار حیاتی است. به‌ویژه اگر در طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی کلیهٔ عوامل و عناصر دخیل در آموزش نظیر اهداف، محتوای دروس، شیوه‌های آموزش، مدرسان، شرکت‌کنندگان و... مطابق با یکدیگر و با دقت کافی انتخاب شود (حسن مرادی، ۱۳۸۸). دومین گزینه، محیط کسب و کار است. اگر محیط کسب و کار رقابتی باشد و شرایط محیط مانع نوآوری، راه‌اندازی و ادارهٔ یک کسب و کار سالم نباشد و حامی این فرایند سازنده باشد، انگیزهٔ لازم در متخصصین کارآفرینی برای کاربرد عملی دانش ایجاد می‌شود. بنابراین، شکاف بین دانش و عمل تابعی است از قابلیت‌های کارآفرینی و محیط کسب و کار. قابلیت‌های کارآفرینی باید در مراکز آموزشی ایجاد شود و محیط کسب و کار با مسئولیت دولت و با همکاری صنعت و دانشگاه اصلاح شود. جهت‌گیری صحیح دولت، صنعت و دانشگاه و اثربخشی این همکاری سه‌جانبه به قابلیت‌های کارآفرینی منابع انسانی آنها بستگی دارد. از این‌رو، می‌توان گفت که یک متغیر کلیدی مؤثر بر شکاف دانش - عمل قابلیت‌های کارآفرینی است. این‌که چگونه دانش‌های نظری را به اقدام عملی تبدیل نماییم، به‌معنای نوآوری و عرضهٔ محصولات جدید، فناوری‌های جدید، فرایندهای جدید و روش‌های جدیدی است که ارزش اقتصادی و بهره‌وری را افزایش می‌دهد. اهداف کاربرد دانش در دنیای امروز باید به بهبود استانداردهای زندگی و کاهش فقر منجر شود. آموزش کارآفرینی می‌تواند اثرات بسیاری را در جامعه به دنبال داشته باشد. این اثرات را می‌توان در ابعاد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار داد. از ابعاد بسیار مهم کارآفرینی ایجاد شغل و استخدام افراد در این‌گونه شرکت‌های نوپا می‌باشد که خود می‌تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی را به دنبال داشته باشد. در این مسئله به‌ویژه از لحاظ سیاسی و اجتماعی و به‌خاطر کاهش تنش‌های ناشی از بیکاری و همچنین جنبه‌های روانی آن بر افراد بیکار، می‌تواند یک مزیت غیرقابل انکار برای آموزش کارآفرینی محسوب شود. کشور ما ایران دارای منابع عظیم طبیعی، اقتصادی و... است که می‌توان همهٔ آنها را به‌عنوان فرصت‌های ناشناخته و استفاده نشده دانست. یکی از این منابع نیروی انسانی است و روش صحیح استفاده از نیروی انسانی توجه به کارآفرینی و آموزش آن در راستای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در جامعه و به طبع آن ایجاد اشتغال مولد است

(فیض، ۱۳۸۵). همان‌طور که بیان شد آموزش کارآفرینی در زمینه‌های مختلف اثرات بسیاری دارد. در زیر تنها به ذکر اثرات اقتصادی آن می‌پردازیم:

- آموزش کار آفرینی مشارکت بخش خصوصی را جلب می‌کند.
- آموزش کارآفرینی استقلال مالی افراد کارآفرین را سبب می‌شود.
- آموزش کارآفرینی باعث افزایش انتقال دانش از مراکز آموزشی به بخش خصوصی خواهد شد.

درحال حاضر آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. ولی وضعیت همیشه به این منوال نبوده و در گذشته‌ای نه چندان دور اعتقادی رایج بود مبنی بر اینکه کارآفرینان دارای ویژگی‌های ذاتی همچون ابتکار، روحیهٔ تهاجمی، تحرک، تمایل در به‌کارگیری خطرپذیری، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی هستند و این ویژگی‌ها با آن‌ها متولد می‌شود. فرض اساسی در آن دوره این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند. بنابراین، تا آن زمان خبری از نقش‌آموزش در ایجاد و توسعهٔ کارآفرینی نبود و تنها بر جنبهٔ هنری کارآفرینی تأکید می‌شد. ولی چیزی که این تفکر را اصلاح کرد، نتایج مطالعات مختلفی بود که نشان داد ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این‌رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های مراکز آموزشی تبدیل شده، چراکه لازمهٔ توسعهٔ کارآفرینی، آموزش آن است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیهٔ کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد.

اهداف آموزش کارآفرین

هدف اولیه، از توسعهٔ کارآفرینی همانا تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها است. آموزش‌های کارآفرینی به‌دنبال بهبود و انگیزش در گرایش‌های افراد همچون فرصت‌جویی، ابتکار، مخاطره‌پذیری و... است. هدف از آموزش کارآفرینی علاوه بر ایجاد توانایی در افراد جهت کارآفرینی و شکل‌گیری کسب و کارهای جدید می‌تواند طیف گسترده‌تری به شرح زیر داشته باشد:

- درک نقاط نسبی قوت و ضعف انواع فعالیت‌های مخاطره‌آمیز.
- درک فرآیند کارآفرینانه و برنامه‌ریزی، ایجاد و توسعهٔ فرآیند.
- داشتن راهبردهای عمومی جهت ایجاد یک شرکت جدید.
- شناخت عوامل کلی موفقیت و شکست در نوآوری و ایجاد یک شرکت نوپا.
- شناخت ویژگی‌های عمومی یک رفتار کارآفرینانه.
- دانش فنی شناسایی، ارزشیابی و کسب منابع.

در واقع، هدف از اجرای دوره‌های آموزشی مختلف این است که فراگیران خود افرادی مؤسس تربیت شوند. این افراد شامل پیشروان در فعالیت‌ها، ماجراجویان، جسوران، مبتکران، فرصت‌طلبان، جاه‌طلبان و ترقی‌خواهان می‌باشند. به‌عبارت دیگر، این قبیل دوره‌ها به دنبال بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد نسبت به استقلال، فرصت‌طلبی و ابهام می‌باشند.

اهداف دوره‌های آموزش کارآفرینی را می‌توان به‌گونه‌ای دیگر نیز به‌شرح ذیل دسته‌بندی نمود:

الف. کسب دانش مربوط به کارآفرینی: دانش بسیاری را می‌توان از طریق آموزش کارآفرینی در زمینه‌هایی همچون تعریف کارآفرین، کارآفرینی، تاریخچهٔ کارآفرینی،

ویژگی‌های افراد کارآفرین، سیر نظری مباحث کارآفرینی، مزایای کارآفرینی و زندگی‌نامهٔ کارآفرینان بزرگ کسب کرد.

ب. حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره‌وری: از آنجا که از یک سو کشاورزی دیگر کمتر می‌تواند اشتغال‌زا باشد و از سوی دیگر فراگیری و ورود به کارهای سودآور نیز برای همه میسر نیست، به نظر می‌رسد آموزش کارآفرینی راه‌حل مطلوبی برای حل مشکلات اشتغال و بهره‌وری است.

ج. شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه: ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه نیازمند شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های آنان است. این هدف به‌طور عمده در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی، ترویجی و آموزشی پیگیری می‌شود.

د. القای مخاطره‌پذیری با استفاده از فنون تحلیلی: برای کارآفرینی باید شجاعتی عاشقانه و زیرکانه داشت که خود متکی به دو عامل یکی اعتماد به نفس (برای آموختن چیزهایی که نمی‌دانیم) و دیگری شجاعت (برای رویارویی با شکست یا پذیرش مخاطره) است.

ه- تجدید نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر: کارآفرینی یکی از عواملی است که سبب رشد و توسعهٔ اقتصادی کشورها در عصر حاضر می‌شود. این نقش کلیدی کارآفرینی بیش از هر چیز معطوف به قبول انعطاف ساختارهای سازمانی و اعمال راهبردهای تغییر و تحول مستمر و پویا در سامانه‌ها، فرایندها و در نهایت کالاها و خدمات است. (مقیمی، ۱۳۸۷)

در حقیقت هدف اصلی از توسعهٔ کارآفرینی همانا تربیت نمودن افرادی دارای اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، و به‌طور کلی افرادی است که انگیزه‌ای قوی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید داشته باشند.

تجربیات کشورهای مختلف در آموزش کارآفرینی

❖ کانادا

اهم برنامه‌های زنجیره‌وار توسعهٔ کارآفرینی در دانشگاه‌های کانادا به شرح زیر می‌باشد:

- دوره‌های کوتاه مدت ۳ الی ۴۰ روزه در ارتباط با آشنایی با مفاهیم کارآفرینی، آشنایی با تفکر کارگروهی، تکنیک‌های حل مسأله، ایده‌سازی و تحلیل محیط کسب و کار.
- ارائهٔ مشاوره‌های فنی- مدیریتی و پژوهشی به دانشجویان صاحب ایده.
- تأمین کارگاه‌های خاص چگونگی تبدیل ایده به فعالیت‌های اقتصادی تحت عنوان مهندسی تجاری‌سازی ایده از طریق نوشتن طرح تجاری.
- تأمین بخشی از سرمایهٔ مورد نیاز کارآفرینان دانشجو توسط مرکز کارآفرینی که موفق به اقتصادی کردن ایدهٔ خود شده‌اند.
- کمک به معرفی ایده‌های اقتصادی کارآفرینان به صاحبان سرمایهٔ مخاطره‌آمیز.
- أخذ وام و اعتبار برای آن دسته از دانشجویان کارآفرینی که طبق نظریهٔ شورای مشورتی مرکز کارآفرینی از لحاظ قابلیت‌های کارآفرینی قادر به ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار می‌باشند. بانک توسعهٔ کارآفرینی کانادا بزرگ‌ترین حامی تأمین وام و اعتبار برای کارآفرینان دانشگاهی می‌باشد.

- فقط ۱۰ درصد از کل هزینه‌های مربوط به استفاده از آزمایشگاه‌ها و امکانات دانشگاهی که دانشجویان کارآفرین از آن‌ها برای تبدیل ایدهٔ خود به فعالیت اقتصادی استفاده می‌کنند، از دانشجویان دریافت می‌شود.
- مراکز کارآفرینی به‌منظور تضمین، حفظ و تداوم ایده‌های نوآورانه و فعالیت‌هایی که نیاز به مراکز تحقیقاتی پیشرفته و امکانات گستردهٔ فناورانه برای تبدیل به محصول و یا خدمات داشته باشند و دانشجویان کارآفرین که موفق به ایجاد شرکت‌های نوپا در این راستا شده‌اند را به مراکز رشد و انکوباتورهای پیشرفته برای شبیه‌سازی پایلوت ایده‌های فنی خود معرفی می‌کنند.

❖ مالزی

شورای سیاست‌گذاری کارآفرینی در دانشگاه‌های مالزی که زیر نظر وزارت توسعهٔ کارآفرینی می‌باشد، در سال ۲۰۰۲ اهداف جدیدی را برای توسعهٔ کارآفرینی و آموزش کارآفرینی به دانش‌آموختگان دانشگاهی به شرح زیر اعلام داشت:

- کمک به کارآفرینان برای شناخت جامعه‌شناسی مشتری و بازار.
- راه‌اندازی هسته‌های مشاوره‌ای برای طراحی طرح کسب و کار تجاری.
- کارگاه‌های تولید ایده و پرورش ایده‌های نوآوری.
- دوره‌های ویژه با کمک مدیران کارآفرین با تجربهٔ مالزی جهت شناخت راه کارهای رقابت و رقابت‌پذیری.
- تشویق دانشجویان به انجام پروژه‌های مشترک اقتصادی.
- تشویق دانشجویان به راه‌اندازی شرکت‌های اقتصادی.
- أخذ وام‌های ویژه برای کارآفرینان موفق در تجاری‌سازی ایدهٔ خود.
- معرفی کارآفرینان برخوردار از ایده‌های نوآورانه با تکنولوژی بالا به پارک‌های فناوری پرورش عملیاتی ایده‌های خود و تبدیل ایده به محصول و یا خدمات و نهایتاً جذب سرمایه‌گذاری از طریق بازار سرمایه. (رضازاده، شیخان، ۱۳۸۳)

❖ استرالیا

دولت استرالیا در اواخر سال ۲۰۰۴ نسبت به تشکیل شورای ملی توسعهٔ کارآفرینی، نوآوری و شرکت‌های کوچک و متوسط تحت نظر نخست وزیر استرالیا اقدام نموده است که اهداف اصلی این شورا به شرح زیر می‌باشد:

- اجباری کردن آموزش کارآفرینی برای تمام گروه‌های دانشگاهی.
- افزایش مهارت‌های کارآفرینی خصوصاً در ارتباط با تبدیل ایده‌های نو به کسب و کارهای اقتصادی.
- افزایش توان مدیریتی کارآفرینان به‌منظور افزایش قابلیت‌های لازم مقابله با نوسانات محیط (رقابت، کمبود سرمایه، بازاریابی).
- بالا بردن توان ایده‌های نوآورانهٔ دانشجویان و آشنایی با تجاری‌سازی طرح‌های نوآورانه.
- شناساندن دست‌آوردهای کارآفرینان برخوردار از طرح‌های تجاری ناب به سرمایه‌گذاران.
- تشویق کارآفرینان دانشگاهی به انجام کارهای گروهی و تشکیل گروه‌های اقتصادی درحد کوچک و متوسط.
- هدایت دانشجویان به فعالیت‌های خوداشتغالی و تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان.

پیشنهاد مدل مطلوب تهیهٔ برنامهٔ آموزش کارآفرینی در ایران

همان‌طور که پیشتر گفته شد ایران با داشتن ظرفیت‌های مناسب برای توسعه و رشد کارآفرینی، برخی از برنامه‌های جهانی آموزش کارآفرینی را به‌منظور پرورش کارآفرینان ارائه کرده است، از آنجا که این دوره‌های ارائه‌شده کاملاً با شرایط و ظرفیت‌های کشور و زمینه‌های موجود متناظر نیستند، حرکتی برای بومی‌سازی برنامه‌های آموزش ضروری به‌نظر می‌رسد. گام نخست برای تهیهٔ هر برنامهٔ آموزشی تعیین نیازهای آموزشی و سپس تعیین هدف‌های آموزشی است که به دنبال آن می‌توان محتوای دوره را تعیین کرد. با توجه به اینکه سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور مهم‌ترین نهاد در تهیه و ارائهٔ دوره‌های آموزش کارآفرینی محسوب می‌شود، در ساختار و تشکیلات خود دفتری به نام دفتر بهسازی و نظارت آموزشی به این‌منظور پیش‌بینی کرده است. دفتر بهسازی و نظارت آموزشی در دو محور اصلی زیر متولی امور آموزشی مربوط به فعالیت بخش دولتی سازمان است، و با همکاری ادارات کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان‌ها در بحث خدمت‌رسانی به متقاضیان فراگیری مهارت در مراکز ثابت آموزش فنی و حرفه‌ای، تیم‌های آموزشی مستقر در پادگان‌ها و همچنین ندامتگاه‌ها، را بر عهده دارد. محورهای اصلی فعالیت این دفتر عبارتند از:

الف. برنامه‌ریزی و بهبود مستمر داده‌های لازم برای فعالیت مراکز، شعب و تیم‌های آموزشی و بهینه‌کردن فرایند مهارت‌آموزی در کارگاه‌ها از طریق مطالعهٔ وضع موجود، ارائهٔ راهکارهای بهینه و آزمایش روش‌های جدید، علمی و اعتباربخشی به روش‌های نو و تسری آنها.

ب. نظارت بر استقرار و نهادینه شدن ضوابط و مقررات آموزشی، از یک طرف برای ارائهٔ بازخوردهای لازم برای بهینه‌کردن سامانهٔ آموزشی در حال اجرا و از طرف دیگر برای استقرار نظام شایسته‌سالاری.

این دفتر برای دستیابی به داده‌های مورد نیاز برای تهیهٔ برنامهٔ آموزشی نیاز به آخرین اطلاعات از وضعیت اقتصادی کشور به‌ویژه بخش صنعت دارد، علاوه بر آن اطلاعاتی بهنگام از وضعیت اشتغال کشور به تفکیک مناطق مختلف و وضعیت کارجویان و فرصت‌های شغلی موجود برای جذب نیروی کار از ملزومات تهیهٔ برنامهٔ کاربردی برای به جریان انداختن خلاقیت و کارآفرینی نیروهای موجود به هدف پرکردن خلاءهای موجود در بازار کار می‌باشد که مورد اخیر توسط داده‌های به‌دست آمده از مطالعات و بررسی‌های انجام‌شده توسط معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری در هر استان قابل دسترسی است. به این ترتیب با در نظر گرفتن مأموریت هریک از این سه مجموعهٔ یاد شده، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای می‌تواند برای بومی کردن محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی در کشور، از داده‌های ارائه‌شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین معاونت نظارت راهبردی ریاست جمهوری، نیازهای حوزه‌های مختلف اقتصاد کشور و به‌ویژه بخش صنعت که جذاب‌ترین و مؤثرترین حوزه برای پرورش و استفاده از ایده‌های نوین کارآفرینی می‌باشد را دریافت کند.

نقش سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ کارآفرینی با توجه به سند چشم‌انداز

اواخر دههٔ ۱۹۸۰ و اوایل دههٔ ۱۹۹۰، سازمان جهانی کار با همکاری مؤسسات دولتی و خصوصی، درگیر اجرای تعداد زیادی پروژه در زمینهٔ توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط و آموزش حرفه‌ای بود. آموزش کارآفرینان در زمینهٔ مهارت‌های مدیریتی، بخشی از آن پروژه‌ها است. آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک عنصر مهم در توسعهٔ نگرش‌های کارآفرینانه برای کارآفرینان آینده در نظر گرفته شد، اما با همهٔ این‌ها تا آن زمان هیچ‌گونه برنامهٔ آموزشی تخصصی ارائه نشده بود. در سال ۱۹۹۶ به‌منظور پر کردن این خلاء، سازمان جهانی کار در ژنو و مرکز بین‌المللی آموزش در تورین بودجه‌ای را جهت تهیه و تنظیم یک بستهٔ آموزشی برای مؤسسات آموزش فنی و حرفه‌ای که کار آنها آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار بود، اختصاص داد. سپس یک کارگاه آموزشی با مشارکت آقای جی. مانو از مرکز بین‌المللی آموزش، آقای جی. تیون گو مشاور کنیایی و پروفسور آر. نلسون از دانشگاه ایلینیوس آمریکا سازماندهی شد تا بستهٔ آموزشی KAB برای مربیان و مدرسان آموزش فنی و حرفه‌ای تنظیم گردد. بستهٔ آموزشی مذکور ابتدا به‌صورت میدانی و در سطح کشور آزمایش، سپس نهایی و منتشر گردید. آموزش کارآفرینی به جوانان انگیزه می‌دهد تا دربارهٔ کارآفرینی و نقش مجموعهٔ کسب و کار در توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی کشور تفکر و تأمل کنند و به فراگیران فرصت می‌دهد تا تغییرات حاصله را در کشور خود تجزیه و تحلیل کنند و خود اشتغالی و ایجاد مؤسسات را به‌عنوان گزینهٔ شغلی خود در نظر بگیرند و مورد توجه قرار دهند (کریمی، ۱۳۹۰)

نتیجه‌گیری

اگر می‌خواهیم بحث کار آفرینی را در کشور جدی بگیریم باید نظام‌های آموزشی ما به این سو هدایت شوند که افرادی که دانش‌آموخته می‌شوند، ویژگی‌های کارآفرین را داشته باشند و البته خانواده هم نقش دارد، اما نقش اصلی را شاید نظام‌های آموزشی دارند. ما باید در بین دانش‌آموختگان رغبت ایجاد کنیم که به تفکر خلاق بپردازند. امروزه کشورهای پیشرفته و صنعتی سابق وارد مرحلهٔ اقتصاد دانش‌بنیان شده‌اند و در حال تحکیم پایه‌های خود به‌عنوان اقتصاد مبتنی بر دانش هستند. پس کشور ما با توجه به چشم‌اندازهای بلندمدت توسعهٔ ملی و نقش اشتغال و تولید در دسترسی به آنها، بیش از پیش خود را نیازمند دانش، بینش و مهارت مبتنی بر کارآفرینی و کسب و کار می‌داند. سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور به‌عنوان یکی از پیشگامان عرصهٔ اشتغال و کارآفرینی می‌تواند فراهم‌کنندهٔ نقشهٔ راهی منسجم و کارآمد باشد، به‌گونه‌ای که نظریه و عمل را به شکلی کاربردی به هم پیوند زند. پس ما باید سعی بر پیشرفت و توسعهٔ کشورمان داشته باشیم و با به‌کارگیری مطلوب از اهداف متعالی سند چشم‌انداز و در راستای رسیدن به آن با استفاده از مراکز آموزش و مشاوره کارآفرینی بتوانیم به توسعهٔ پایدار برسیم. ما باید با آموزش کارآفرینی در مراکز آموزشی «فرهنگ کارآفرینانه» را در میان قشرهای جامعه پیشرفت دهیم که در روند توسعهٔ کشور ایجاد تحولی داشته باشیم، به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته که حتی‌الامکان موانع و مشکلات بر طرف شده‌اند، دولت‌ها به شکوفا

کردن توان بالقوهٔ مردم پرداخته‌اند. آموزش دانش کارآفرینی بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها، آشنایی با فناوری و دانش فنی جدید و چگونگی به‌کارگیری آن‌ها، روش‌های جدید علمی مدیریتی و بازرگانی جامعهٔ عمل پوشید. اگر به دنبال راه‌حل‌های جدید هستیم فضای کشور باید به‌گونه‌ای طراحی شود که کارآفرینان رشد کنند. در اغلب موارد مدیریت با تصمیم‌گیری متمرکز، ضد روحیهٔ کارآفرینی است. کارآفرینی در جایی رشد می‌کند که تمرکز تمام عیار نباشد. امروزه در جهان برای کودکان، نوجوانان و جوانان آموزش کارآفرینی گذاشته‌اند. در سطح مراکز آموزشی همه را تشویق می‌کنند. به‌نظر می‌رسد در جهان امروز بدون دانش و مهارت کارآفرینی صرف اینکه ایده‌ای داشته باشید ولی دانش لازم را نداشته باشید، با شکست مواجه می‌شوید. اولین کشوری که ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح آموزش عمومی شروع کرد، ژاپن بود.

منابع

آزاد، ا (۱۳۸۵). عوامل موفقیت در نظام‌های آموزش فنی و حرفه‌ای. رشد آموزش شاخهٔ حرفه‌ای، دورهٔ دوم، شمارهٔ ۱، صفحهٔ ۳۱،۳۷.

احمدپور داریانی،م (۱۳۸۷).کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، انتشارات پنج گوهر.

احمدپورداریانی، م؛ عزیزی، م (۱۳۸۳)، کارآفرینی، تهران، محراب قلم.

اسماعیل آبادی، ع (۱۳۸۷). اثربخشی فرایند توسعهٔ نیروی انسانی. مهارت، سال پانزدهم، شمارهٔ ۶۱.

پرند، ک؛ و دیگران (۱۳۹۰)، سند راهبردی مهارت و فناوری سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، تهران، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.

حمیدی، ن؛ خون سیاوش، م (۱۳۸۶). مطالعهٔ اثربخش و جذب آموزش‌های فنی حرفه‌ای استان قزوین. مهارت، سال چهاردهم، شمارهٔ ۵۳.

حسن مرادی، ن (۱۳۸۸)، مدیریت کارآفرینی، مؤسسهٔ تحقیقات و آموزش مدیریت.

رضا زاده، ح ؛ شیخان، ن (۱۳۸۳)، مقایسهٔ شاخص‌های توسعهٔ کارآفرینی در کشورهای منتخب، نشریهٔ اقتصاد، شمارهٔ ۲۰۳،۲۰۴.

ذبیحی، م؛ مقدسی، ع (۱۳۸۸)، کارآفرینی از تئوری تا عمل، مشهد، انتشارات جهان فردا.

فیض، د (۱۳۸۶). روش‌های تدریس کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.

سندچشم‌انداز ۲۰ سالهٔ جمهوری اسلامی ایران، مجمع تشخیص مصلحت نظام.

مقیمی، م (۱۳۸۷)، دایره‌المعارف کارآفرینی، تهران، انتشارات همپا.

کریمی، ع؛ مهدوی، ز (۱۳۹۰)، گدار کسب و کار:KAB، تهران، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.

گودرزوند چگینی، م (۱۳۸۵). توانا‌سازی و کارآفرینی در آموزش های فنی و حرفه‌ای. مهارت، سال سیزدهم شمارهٔ ۴۹.

نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ خوداشتغالی

نسرین شکوهی[۱]
مهناز عزیزی[۲]
مهین زارع[۳]

چکیده

از آنجا که یکی از عوامل و پارامترهای عمدهٔ رشد و توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی هر جامعه، تربیت نیروی انسانی کارآمد می‌باشد و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای نیز یکی از راه‌کارهای تربیت‌کنندهٔ نیروی انسانی متخصص است، سطح معلومات و تجربیات فراگیران باید به‌گونه‌ای باشد که به‌راحتی بتوانند هماهنگ با رشتهٔ مهارتی خود جذب بازار کار گردند تا مشکل بی‌کاری وجود نداشته باشد. این مقاله به بررسی نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعهٔ خوداشتغالی پرداخته است. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، پیمایشی است که با کمک پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته و اسناد و مدارک موجود، نشان می‌دهد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا حد زیادی می‌توانند در هریک از بخش‌های کشاورزی – صنعت و خدمات، برای فراگیران اشتغال ایجاد نمایند.

واژگان کلیدی: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، فرصت‌های شغلی، اشتغال نیروی انسانی ماهر.

---

۱. مربی حق‌التدریس مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای خواهران فجر شهرستان ابهر،
Email:nasreen_shokohi@yahoo.com
۲. مربی حق‌التدریس مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای خواهران فجر شهرستان ابهر، Email:mahnaz_azizi@yahoo.com
۳. مربی حق‌التدریس مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای خواهران فجر شهرستان ابهر ، Email:mahin_zare@yahoo.com

مقدمه

تحولات ناشی از انقلاب صنعتی، نقش دیرین آموزش و پرورش را به‌کلی دگرگون ساخت، به‌گونه‌ای که در برنامه‌ها، محتوای درسی و روش‌های تعلیم و تربیت تغییرات ایجاد کرد، که یکی از مهم‌ترین آن‌ها آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌باشد.

تربیت نیروی انسانی مورد نیاز جوامع در قالب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفت. در پی پیشرفت علمی و صنعتی پس از جنگ جهانی دوم، این آموزش‌ها به نحو بی‌سابقه‌ای در جهان گسترش یافت تا آن‌جا که امروز آموزش‌های فنی و حرفه‌ای وزارت کار و امور اجتماعی پس از آموزش و پرورش، در بسیاری از کشورها خصوصاً جوامع صنعتی در جهت پاسخ‌گویی هرچه بیشتر به نیازهای اقتصادی و اجتماعی در حرکت می‌باشد. از آن‌جا که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، فعالیت‌هایی هستند که فرد را برای احراز شغل، حرفه و کسب و کار آماده می‌کنند و یا کارایی و توانایی او را در انجام آن‌ها افزایش می‌دهد، لکن عدم وجود پل‌های ارتباطی بین مراکز آموزشی و مراکز صنعتی جامعه باعث می‌شود که مراکز آموزشی به تربیت نیروهایی بپردازد که چندان مورد نیاز بخش‌های تولیدی جامعه نباشد. از سویی دیگر عدم سازماندهی و تقسیم کار درست، یعنی عدم به‌کارگیری صحیح و متناسب با تخصص کارکنان در کارگاه‌های مختلف، اغلب باعث می‌گردد که به‌رغم تربیت درست نیروها، جامعه نتواند از نیروهای مختلف به‌خوبی استفاده کند. در مجموع می‌توان گفت که میان آموزش‌دیدگان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای و بازار و اشتغال، رابطهٔ هدفمندی وجود ندارد و نظام آموزشی فنی و حرفه‌ای عملاً وظیفه نمی‌داند که آیندهٔ شغلی آموزش‌گیران خود را مورد ملاحظه قرار دهد. (آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، ۱۳۷۹، ص۵)

نظر به این‌که برنامه‌ریزی جهت اجرای مناسب برنامه‌های مربوط به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، به آگاهی از وضعیت موجود وابسته است، مقالهٔ حاضر تلاشی است برای ارائهٔ تصویر روشن از وضعیت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و نقش آن‌ها در توسعهٔ خوداشتغالی، که تقدیم علاقمندان می‌شود.

منابع انسانی،آموزش و اشتغال

برای رسیدن به شناخت و آگاهی در ارتباط با نیروهای انسانی در جامعه نیاز به پژوهش‌های گسترده می‌باشد. مطالعهٔ انگیزش و رفتار جستجویی برای یافتن پاسخ سؤالات پیچیده دربارهٔ طبیعت انسان است. با قبول اهمیت عنصر انسانی در جامعهٔ کاری، بایستی یک چهارچوب نظری به‌وجود آید تا به مدد آن مسئولان بتوانند با فهمیدن رفتار انسان نه فقط چراهای رفتار گذشته را تشخیص دهند، بلکه رفتار آینده را تا حدی پیش‌بینی، دگرگون و حتی کنترل کنند. (هرسی پال، ۱۳۶۵،ص ۳۹)

تربیت نیروی انسانی کارامد و آماده‌سازی آن در مقیاس جهانی بایستی در تمامی مقاطع تحصیلی یعنی آمادگی، ابتدائی، راهنمائی، دانشگاهی و فوق‌تخصصی همواره مدنظر بوده باشد؛ زیرا غفلت در هر مرحله اثرات زیان‌بار فوق‌العاده‌ای را در مراحل بعدی می‌تواند در پی

داشته باشد که برای جبران، انرژی و هزینه‌های کلان را نیز طلب خواهد کرد. از طرفی دیگر، مدیریت‌های توانمند، کالاهای صادراتی نیستند که در بازار عرضه و تقاضا در دسترس ملت‌ها قرار گیرند؛ لذا، هر دولت و ملتی برای تلاش در مسیر پر از فراز و نشیب توسعه نیازمند مدیریت‌هایی خواهند بود که با داشتن عرق ملی، توان‌های ذاتی و اکتسابی ذی‌قیمت، بتوانند چرخ‌های توسعه را در بستر فرهنگ خاص جامعهٔ خود به حرکت درآورند. در چنین زمانی است که با محور بودن انسان در توسعه و مدیریت منابع انسانی می‌توان ضمن حل مشکل اشتغال به رونق اقتصادی نیز نائل آمد.

بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۸۰، سهم بخش خصوصی در اشتغال کشور ۷۷/۸ درصد، بخش عمومی (شامل دولت و نهادهای غیرخصوصی)۲۱/۸درصد و بخش تعاون۰/۳ درصد بوده است. این آمار شامل کسانی است که در برابر دریافت دستمزد و حقوق یا بدون دستمزد به کار اشتغال دارند و فعالیت‌های مختلف، از جمله اقتصاد زیرزمینی و بخش تولید معیشتی را در برمی‌گیرد. مرکز آمار ایران میزان بی‌کاری را در سال ۱۳۸۱حدود ۳/۳ میلیون نفر یا ۱۲/۸ درصد برآورد کرده است. این آمار در شش ماه اول سال ۱۳۸۲ حدود ۱۱/۵ درصد بوده است (فرشاد، ۱۳۷۴، ص۳۴).

به‌منظور ریشه‌کن کردن معضل بی‌کاری باید بعد از مطالعات و تحقیقات بنیادی در مورد اشتغال، برنامه‌های اساسی در بخش‌های مختلف کشور اجرا کرد. راه‌کارهای زیر در جهت بهبود وضعیت اشتغال و نیل به اشتغال کامل به اجمال عنوان می‌گردد:

راه‌کارهای مبتنی بر سرمایه: (البته کلیهٔ زمینه‌ها مستلزم سرمایه‌گذاری انسانی و مادی هستند)

- استفاده از روش‌های نوین بانکی
- اصلاح تعرفه‌های مالیاتی

راه کارهای مبتنی بر اطلاعات

- استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته (برای افزایش بهره‌وری در تمامی زمینه‌ها و به‌خصوص استفاده از اینترنت برای کاریابی)
- کامپیوتری کردن فعالیت‌های سازمانی و .....

راه‌کارهای مبتنی بر آموزش

- افزایش سطح آموزش‌های ابتدایی
- افزایش استانداردهای تحصیلات تکمیلی
- سرمایه‌گذاری بیشتر در امر آموزش و به‌خصوص آموزش‌های علمی‌کاربردی
- تغییر در ظرفیت رشته‌های دانشگاهی و به خصوص رشته‌های فنی
- آموزش نخستین گام در فرایند اشتغال‌زایی

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای یعنی مرتبط کردن آموزش با دنیای کار برای بهبود وضعیت اشتغال جوانان و کاهش میزان بی‌کاری که دراین میان مرتبط ساختن هر چه بیشتر آموزش با نیازهای اقتصادی ضروری است. چراکه عدم وجود ارتباط بین مباحث آموزشی و نیازهای اقتصادی و بازار کار باعث بروز مشکل عمده شده است.

الف. در بسیاری از کشورها منابع طبیعی و سایر فرصت‌هایی که زمینه‌ساز بهره‌وری اقتصادی است بدون استفاده مانده است.

ب. بسیاری از دانش‌آموختگان دانشگاهی بیکار هستند که این مسأله در کشورهای جهان سوم حادتر است. یکی از رؤسای سابق بانک جهانی در این زمینه اظهار داشت:

به‌رغم رشد قابل ملاحظهٔ نظام‌های آموزشی در کشورهای جهان‌سوم طی ربع قرن گذشته، نتیجهٔ گرفته‌شده یکی از ناخوشایندترین معضلات زمان ماست. درحالی‌که میلیون‌ها نفر از تحصیل‌کردگان بی‌کار هستند، میلیون‌ها فرصت شغلی به‌دلیل ناکافی بودن افراد دارای تحصیلات کار و مهارت مناسب در انتظار صاحبان مشاغل هستند. بنابراین، جهت بهبود وضعیت اشتغال جوانان و کاهش بی‌کاری دانش‌آموختگان استفاده از تجارب بعضی کشورهای شرق و جنوب شرقی آسیا مثل ژاپن، کره‌جنوبی، سنگاپور بسیار مؤثر خواهد بود. براساس مطالعات یونسکو روش بسیار مؤثر این کشورها در تغییر و بهبود وضعیت اشتغال فارغ‌التحصیلان ناظر بر سه فعالیت است:

- اجرای آموزش علمی‌کاربردی،
- ارتقاء اصلاحات آموزشی با لحاظ کردن مهارت‌های شغلی در آموزش،
- تأکید بر اجرای کار عملی در آموزش.

از آن‌جا که یکی از عوامل عمدهٔ رشد و توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی هر جامعه، تربیت نیروی انسانی کارآمد می‌باشد و سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای نیز یکی از مؤسسات تربیت‌کنندهٔ نیروی انسانی متخصص است، سطح معلومات و تجربیات فراگیران باید به‌گونه‌ای باشد که به‌راحتی بتوانند هماهنگ با رشتهٔ مهارتی خود جذب بازار کار گردند تا مشکل بی‌کاری وجود نداشته باشد. از سویی چنان‌چه نظام آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، هنرجویان دوره‌دیده‌ای داشته باشد که جایگاه روشن و مشخصی در بازار کار و نظام اشتغال نداشته باشند، بخش عمده‌ای از سرمایه‌گذاری‌های شخصی و دولتی به بازدهی مطلوب منجر نمی‌شود و به نوعی اتلاف سرمایه تبدیل می‌گردد. بنابراین، با توجه به گرانی هزینه‌های آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و برای جلوگیری از خسارت‌های مادی و معنوی لازم است که چگونگی رابطهٔ این گونه آموزش‌ها و اشتغال افراد مهارت‌دیده مورد بررسی قرار گیرد.

بر اساس پیش‌بینی‌های به عمل‌آمده، حجم نیروی کار در سال ۱۳۹۰در حدود ۳۲ میلیون نفر خواهد بود. بنابراین، در ده سال آینده ۱۷/۸میلیون نفر به حجم نیروی کار کشور افزوده خواهد شد، حتی اگر بی‌کاران کنونی را نادیده بگیریم و فقط در فکر ایجاد اشتغال برای تازه واردان به بازار کار باشیم، باید سالی ۸۴۸ هزار شغل جدید ایجاد کنیم تا در سال ۱۳۹۰ بی‌کاری در همین سطح باقی بماند. چنان‌چه بخواهیم در سال ۱۳۹۰ با مشکلی به نام بی‌کاری دست به گریبان نباشیم و اصل چهل و سوم قانون اساسی را که بر اشتغال کامل است تحقق بخشیم، باید اقتصاد کشور از چنان شکوفایی‌ای برخوردار شود که بتواند سالانه حدود نهصد هزار نفر را جذب بازار کند (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۷۶،ص ۴۲).

سؤالات

- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا چد میزان می‌تواند در هر یک از بخش‌های کشاورزی – صنعت و خدمات، برای فراگیران اشتغال ایجاد کند؟

- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا چه میزان می‌تواند در ایجاد و راه‌اندازی مؤسسات و تعاونی‌های تولیدی و خدماتی برای هنرجویان آموزش‌دیده نقش مؤثری داشته باشد؟
- آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا چه میزان می‌تواند در تأمین نیازهای سالانهٔ اشتغال نیروی انسانی ماهر (به شیوه‌های تعاونی و خصوصی) در مناطق مختلف مؤثر باشد؟
- سازمان‌های آموزش فنی و حرفه‌ای مستقر در استان تا چه حد می‌توانند در مقایسه با سایر مراکز علمی (هنرستان‌ها-دانشگاه‌های فنی و مهندسی- آموزشکده‌های فنی – دانشگاه علمی‌کاربردی و .....) در فراهم آوردن فرصت‌های شغلی و تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص تجربی موفق باشند؟

هدف

هدف این مقاله بررسی میزان آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در اشتغال فراگیران در هر یک از بخش‌های کشاورزی –صنعت و خدمات، ایجاد و راه‌اندازی مؤسسات و تعاونی‌های تولیدی و خدماتی برای هنر جویان آموزش‌دیده، تأمین نیازهای سالانهٔ اشتغال نیروی انسانی ماهر (به شیوه‌های تعاونی و خصوصی) در مناطق مختلف استان و هم‌چنین بررسی میزان نقش سازمان‌های آموزش فنی و حرفه‌ای مستقر در استان‌ها در فراهم‌آوری فرصت‌های شغلی و تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص تجربی در استان‌ها در مقایسه با سایر مراکز علمی (هنرستان‌ها- دانشکده‌های فنی و مهندسی – آموزشکده‌های فنی- دانشگاه جامع علمی کاربردی و ....) می‌باشد.

روش تحقیق

روش تحقیق پیمایشی (زمینه‌یاب) است و شیوهٔ اجرایی به‌صورت مطالعهٔ کتابخانه‌ای – میدانی می‌باشد؛ این روش وسیله‌ای جهت کسب اطلاعات شمرده می‌شود.

جامعه و نمونهٔ آماری و شیوهٔ نمونه‌گیری

گروه‌های زیر، جامعهٔ آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند:

۱. کارشناسان اجرایی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، ادارهٔ کل کار و امور اجتماعی، شرکت شهرک‌های صنعتی (به تعداد۶۴ نفر).
۲. مدرسان دانشکدهٔ فنی و مهندسی دانشگاه و مراکز آموزش عالی فنی (وابسته به وزارت آموزش و پرورش)، هم‌چنین استاد کاران مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای (به تعداد ۱۶۴ نفر).
۳. هنرجویان شاغل به تحصیل در مراکز آوزش فنی و حرفه‌ای وابسته به سازمان آموزش و پرورش و سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای (به تعداد ۲۹۵ نفر) مطابق با جدول مورگان و کرجسی (جدول استاندارد جمعیت کل و جمعیت نمونه) تعداد ۲۸ نفر از گروه اول (کارشناسان سازمان‌ها)، تعداد ۶۹ نفر از گروه دوم (استادان و استادکاران) و تعداد ۱۲۵ نفر از گروه سوم (دانشجویان و هنر آموزان) به‌عنوان گروه نمونه و طبق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند.

ابزار گردآوری داده‌ها

در تحلیل نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در خوداشتغالی، از آمار و اطلاعات مربوط به بی‌کاران و اشتغال‌زایی و گزارش‌های عملکرد سازمان‌های مسئوول در این زمینه استفاده شده است.

جمع‌آوری اطلاعات از طریق دو نوع پرسش‌نامه (۱. مخصوص کارشناسان و مدرسان و ۲. مخصوص دانشجویان و هنرجویان) انجام گرفته است. این ابزار با توجه به متغیرهای مورد بررسی، تدوین گردیده است.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس دو روش آمار توصیفی و استنباطی بوده که برای مشخص کردن نتایج سؤالات از آزمون‌های معنی‌دار (آزمون tاستودنت) استفاده شده و در این زمینه از بستهٔ نرم‌افزاری Excel استفاده گردیده است.

یافته‌ها

برای پاسخ‌گویی به هریک از سؤالات از آزمون (t) (t-test) استفاده شده و بر اساس جدول توزیع t و آمارهٔ آزمونt، سطح معنی‌دار رابطه محاسبه گردیده است. هدف از این بخش این می‌باشد که با استفاده از روش‌های آزمون فرض، بتوان به سؤالات پاسخ داد.

❖ سؤال اول: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا چه میزان می‌توانند در هریک از بخش‌های کشاورزی – صنعت و خدمات، برای فراگیران اشتغال ایجاد کنند؟

محاسبات انجام‌شده حاکی از آن است که مقدار t محاسبه‌شده (۱۲/۵) با درجهٔ آزادی d.f=۲۲۲ و سطح خطای α=۰/۰۵ از مقدار t بحرانی(t(۰/۰۵و۲۲۱)=۱/۶۴۵) بیشتر است. لذا، فرضیهٔ مخالف صفر تأیید و فرضیهٔ صفر رد می‌شود؛ بنابراین، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا حد زیادی می‌توانند در هریک از بخش‌های کشاورزی – صنعت و خدمات، برای فراگیران اشتغال ایجاد کنند. بررسی‌های اسناد و مدارک موجود نیز مؤید این مطلب می‌باشند. به‌طوری که یافته‌های پژوهش صیافی (۱۳۷۱) سرخوش (۱۳۷۵) و آقاجری (۱۳۷۲)، همسو با این یافته می‌باشند.

❖ سؤال دوم: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا چه میزان می‌تواند در ایجاد و راه‌اندازی مؤسسات و تعاونی‌های تولیدی و خدماتی برای هنرجویان آموزش‌دیده نقش مؤثری داشته باشد؟

محاسبات انجام‌شده حاکی از آن است که مقدار t محاسبه‌شده (۲۷/۳) با درجهٔ آزادی d.f=۲۲۱ و سطح خطای α=۰/۰۵ از مقدار t (t(۰/۰۵و۲۲۱)=۱/۶۴۵) بیشتر است. لذا، فرضیهٔ مخالف صفر تأیید و فرضیهٔ صفر رد می‌شود؛ بنابراین، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا زیادی می‌توانند در ایجاد و راه‌اندازی مؤسسات و تعاونی‌های تولیدی و خدماتی برای هنرجویان آموزش‌دیده نقش مؤثری داشته باشند.

بررسی‌های اسناد و مدارک موجود و گزارش‌های مکتسبه، مؤید این یافته می‌باشند. به‌طوری که یافته‌های پژوهش ریاحی (۱۳۷۰)، جمشیدی (۱۳۷۴) و عبداله‌پور(۱۳۸۰)، همسو با این یافته می‌باشند.

❖ سؤال سوم: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا چه میزان می‌تواند در تأمین نیازهای سالانهٔ اشتغال نیروی انسانی ماهر (به شیوهای تعاونی و خصوصی) در مناطق مختلف استان مؤثر باشد؟

محاسبات انجام‌شده حاکی از آن است که مقدار t محاسبه‌شده (۵۷/۷) با درجهٔ آزادی d.f=۲۲۱ و سطح خطای α=۰/۰۵ از مقدار t بحرانی (t(۰/۰۵و۲۲۱)=۱/۶۴۵) بیشتر است. لذا، فرضیهٔ مخالف صفر تأیید و فرضیهٔ صفر رد می‌شود؛ بنابراین، آموزش‌های فنی حرفه‌ای تا حد زیادی می‌توانند در تأمین نیازهای سالانهٔ اشتغال نیروی انسانی ماهر (به شیوه‌های تعاونی و خصوصی) در مناطق مختلف استان مؤثر باشند. بررسی‌های اسناد و مدارک موجود نیز همسو با این مطلب می‌باشند. به‌طوری که یافته‌های پژوهش پورموسی (۱۳۷۲)، باقری (۱۳۷۴) و موسوی (۱۳۷۲)، همسو با این یافته می‌باشند.

❖ سؤال چهارم: سازمان‌های آموزش فنی و حرفه‌ای مستقر در استان‌ها تا چه حد می‌توانند در مقایسه با سایر مراکز علمی (هنرستان دانشکده‌های فنی و مهندسی- آموزشکده‌های فنی – دانشگاه علمی‌کاربردی) در فراهم آوردن فرصت‌های شغلی و تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص تجربی در استان‌ها موفق باشند؟

محاسبات انجام‌شده حاکی از آن است که مقدار t محاسبه‌شده (۳۳/۴) با درجهٔ آزادی d.f=۲۲۱ و سطح α=۰/۰۵ از مقدار بحرانی (t(۰/۰۵و۲۲۱)=۱/۶۴۵) بیشتر است. لذا، فرضیهٔ مخالف صفر تأیید و فرضیهٔ صفر رد می‌شود. بنابراین، سازمان‌های آموزش فنی و حرفه‌ای مستقر در استان‌ها تا حد زیادی می‌توانند در مقایسه با سایر مراکز علمی (هنرستان‌ها- دانشگاه‌های فنی و مهندسی- آموزشکده‌های فنی – دانشگاه علمی‌کاربردی و....) در فراهم آوردن فرصت‌های شغلی و تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص تجربی در استان‌ها موفق باشند. بررسی‌های اسناد و مدارک موجود مؤید این مطلب است.

استنتاج کلی

یافته‌ها حاکی از آن است که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا حد زیادی می‌توانند در هر یک از بخش‌های کشاورزی- صنعت و خدمات، برای فراگیران اشتغال ایجاد کنند و در ایجاد و راه‌اندازی مؤسسات و تعاونی‌های تولیدی و خدماتی برای هنرجویان آموزش‌دیده نقش مؤثری داشته باشند و در تأمین نیازهای سالانهٔ اشتغال نیروی انسانی ماهر (به شیوه‌های تعاونی و خصوصی) در مناطق مختلف استان تأثیرگذار باشند، در دنیای امروز مستکبران و سلطه‌جویان به ندرت با سلاح آتشین و جنگ‌افروزی به مقابله با ملت‌ها بر می‌خیزند. آن‌ها از بحران‌ها و معضلات اجتماعی موجود بهره‌گیری می‌کنند و با سلاح تهاجم فرهنگی و القای نیاز به وابستگی، زمینهٔ حضور و نفوذ خود را در بطن جامعه فراهم می‌سازند و از این طریق

به دنبال اهداف خود می‌باشند. اگر سیاست‌ها و برنامه‌های درازمدت کشور نتوانند به‌طور ریشه‌ای به حل این معضل منجر شود، نابسامانی‌های متعدد و فراوانی گریبان‌گیر جامعه می‌گردد و در نهایت به اصل نظام و انقلاب اسلامی لطمهٔ جبران‌ناپذیری وارد خواهدکرد. برای حل ریشه‌ای معضل بی‌کاری و توسعهٔ اشتغال مولد حرکتی بنیادین و اساسی که به زوایای مختلف آن بنگرند، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. از طریق ارائهٔ مناسب آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و شناخت دقیق و کامل زمینه‌های اشتغال‌زایی این آموزش‌ها، زمینهٔ مرتفع شدن بسیاری از مسائل و مشکلات کشور من‌جمله معضل بی‌کاری فراهم خواهد شد که یافته‌های این تحقیق به این نکته اشاره دارد.

در این زمینه نیاز به گسترش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در مقایسه با آموزش‌های نظری بیش از پیش محسوس می‌گردد و در نهایت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای باید با نیازسنجی از بازار کار، مهارت و دانش علمی مورد نیاز دنیای کار را ارتقا بخشد. چرا که با کار آموزی در مراکز تولید و اقتصاد به عنوان بخش اصلی این نوع آموزش، هنرجو مهارت و دانش مورد نیاز بازار کار و مرتبط با یک زمینهٔ شغلی خاص را کسب می‌کند و با ایجاد یک رابطهٔ مناسب بین هنرجو و کارفرما، بسا که این امر به پیشنهاد فرصت شغلی دائمی از طرف کارفرما منتهی شود.

توصیه‌ها و پیشنهادها

از اهداف مهم آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تربیت تکنسین‌های ماهر به‌منظور به گردش در آوردن چرخ کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و سازمان‌ها و نیز استفادهٔ صحیح از منابع، معادن و ذخایر موجود است. برای دست‌یابی مطلوب به چنین امر مهمی پیشنهاد می‌گردد که:

- ✓ برای غنی‌سازی زمینه‌های تجربی، ساعات کار عملی به میزان حدود بیست درصد ساعات فعلی افزوده شود.
- ✓ ایجاد زمینهٔ بازدید هنرجویان از مراکز صنعتی در سطح استان.
- ✓ برقراری ارتباط و کسب مشارکت ادارهٔ کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان با سازمان‌های صنعتی و تولیدی در برنامه‌ریزی نیروی انسانی به‌منظور شناسایی نیازهای بازار کار استان.
- ✓ استفاده از وسایل ارتباط جمعی و خصوصاً تلویزیون محلی، برای معرفی ارزش و اهمیت کارهای فنی در استان.
- ✓ اداره‌های کاریابی بیش از پیش فعال شوند و به نقش مورد انتظار خود عمل کنند.
- ✓ ارتقاء سطح کیفی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای همگام با برآورد کمیت رشته‌های موردنیاز.
- ✓ ایجاد بانک اطلاع‌رسانی بازار کار در استان در زمینهٔ وضعیت بازار کار فارغ‌التحصیلان برای شناخت فرصت‌های شغلی در سراسر استان.
- ✓ تدوین محتوای دوره‌های آموزشی بر اساس نیازهای واحدهای صنعتی استان.
- ✓ ایجاد بسترهای مناسب برای فعالیت بخش خصوصی از طریق اصلاح قوانین و مقررات.

منابع

پال، هرسی و کنث، بلانچارد: مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات امیر کبیر، تهران، ۱۳۶۵.
جولی، ریچارد و امانوئل، دوکانت وهانس، سینکر و فیو ناویلسون: اشتغال در جهان سوم، ترجمهٔ احمد خزاعی، انتشارات وزارت امور خارجه، تهران ۱۳۶۸.
سازمان مدیرین و برنامه ریزی: پیوست قانون برنامهٔ اول توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۷۲-۱۳۶۸)، تهران ۱۳۷۰.
طائی، حسن: تراز نیروی انسانی متخصص در برنامهٔ دوم توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و تحلیلی بر بازار کار کشور، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ۱۳۷۳.
عسگری، جعفر: تحلیلی بر وضعیت اشتغال کشور، نشریهٔ تعاون، شمارهٔ ۱۰۷،۱۳۷۹.
فرشاد، مجید: رابطهٔ آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با اشتغال فارغ‌التحصیلان در سال‌های ۶۷ و ۶۳، مرکز تحقیقات آموزش، پژوهشکدهٔ تعلیم و تربیت، تهران، ۱۳۷۴.
گیتس، بیل: کسب و کار بر بال اندیشه‌ها، ترجمهٔ دکتر عبدالرضا رضایی نژاد، نشر فرا،تهران، ۱۳۷۸.
مرکز آمارایران: گزارش آمارایران، تهران، ۱۳۸۲.
میر کمالی، سید محمد: تحلیلی بر توانمندی‌های شغلی فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، فصل‌نامهٔ پژهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی: ناشر: وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، شمارهٔ ۴، زمستان ۱۳۷۲.
وزارت آموزش و پرورش: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، نشر پژوهشکدهٔ تعلیم و تربیت، تهران، ۱۳۷۹.

نقش مؤثر آموزش‌های علمی و کاربردی در توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی

زهرا بهرامی[1]

چکیده

درجهان امروز، توسعهٔ کارآفرینی نقش مؤثری در توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و سیاسی هرکشور دارد و از سویی به‌عنوان مهم‌ترین راهکار رفع معضل بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی محسوب می‌شود. از آنجایی که آموزش عالی یکی از زیرساخت‌های اساسی توسعهٔ هر کشور شمرده می‌شود، به همین لحاظ، توجه به آموزش عالی یکی ازدغدغه‌های مهم تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان کشورها بوده است، به‌طوری‌که در بسیاری از دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، مدت‌هاست که بهره‌گیری از کارآفرینی آغاز شده است و در قالب محتوای استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی، توجه خاصی به بسط و تقویت روحیهٔ کارآفرینانه دانش‌آموختگان دانشگاهی شده است. بسیاری از محققان و پژوهشگران این عرصه معتقدند میان فقدان مهارت لازم و نامناسب بودن آموزش‌های ارائه‌شده به دانشجویان رابطهٔ مستقیم وجود دارد. در سال‌های اخیر با توجه به برخی از اشکالات آموزش عالی مانند عدم امکان جذب مؤثر فارغ‌التحصیلان در بازار کار، عدم رعایت تناسب بین رشته‌های تحصیلی و فعالیت‌های شغلی و جذب حداکثری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های نظری در بخشهای غیرتولیدی و غیرمؤثر، به دانشگاه جامع علمی‌کاربردی با توجه به رسالت، ماهیت و اهداف ویژه‌ای که در تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد در سطوح تخصصی مورد نیاز بازار کار و بخش‌های مختلف اقتصادی و صنعتی کشوردارد، توجه خاص و ویژه‌ای شده است. به‌طوری‌که نقش این دانشگاه را در مقایسه با سایر دانشگاه‌های کشور در مقولهٔ کارآفرینی و اشتغال برجسته‌تر و بارزتر نموده است. این مقاله به نقش مؤثر آموزش‌های علمی و کاربردی در توسعهٔ اشتغال وکارآفرینی کشور پرداخته است. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش پیمایشی است که با کمک پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته و اسناد و مدارک موجود نشان می‌دهد که آموزش‌های علمی کاربردی تا حد زیادی می‌توانند در هر یک از بخش‌های کشاورزی- صنعت و خدمات برای فراگیران اشتغال ایجاد کند.

واژگان کلیدی: دانشگاه جامع علمی‌کاربردی، آموزش‌های علمی کاربردی، کارآفرینی، اشتغال.

---

۱. سرپرست مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای دهنو اصفهان، Email:Bahrami.n8610@yahoo.com

مقدمه

بی‌گمان نیروی انسانی یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های هر کشور در جهت رشد و پیشرفت اقتصادی به‌شمار می‌آید. به‌طوری‌که اغلب اقتصاددانان معتقدند که در نهایت منابع انسانی است که روند و ویژگی توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی کشور را تعیین می‌کند. ضمن این‌که منابع انسانی پایهٔ اصلی ثروت ملت‌ها را تشکیل می‌دهد و سرمایه و منابع طبیعی عوامل تبعی تولید شمرده می‌شوند. کشوری که نتواند مهارت و دانش مردمش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به نحو مؤثری بهره‌برداری کند، نخواهد توانست چیزی را توسعه دهد (فولادی و دینانی،۱۳۸۰). (آنی و هاملی، ۲۰۰۶) جهانی‌شدن و تغییرات سریع تکنولوژیک را باعث رقابت شدید در بازار کار امروز می‌دانند و معتقدند این مهم نیازمند افزایش آموزش عالی برای برآورده کردن مهارت‌های مورد نیاز است. ولی شواهد زیادی بیانگر آن است که بیکاری دانش‌آموختگان به خاطر عدم تناسب بین مهارت‌های آنان با نیازهای نظام استخدامی در بسیاری از کشورها در حال افزایش می‌باشد. آنچه مسلم است فرصت‌های ایجادشدهٔ اشتغال توسط دستگاه‌های دولتی برای همهٔ دانش‌آموختگان کافی نبوده و اثرات آن به‌صورت بیکاری دانش‌آموختگان نمایان می‌گردد (پور کریمی، ۱۳۸۵). از سوی دیگر، با وجود تعداد زیاد نیروی انسانی آموزش‌دیده و جوان در رشته‌های مختلف، زمانی می‌توان به جذب آنها در بخش‌های غیردولتی و مولد امید بست که به دنبال تغییر در حیطهٔ دانش، تغییرات بینشی و مهارتی را ایجاد کرد. در این راستا، راهکارهای مفید و مؤثر در راستای ارتقای توانمندی حرفه‌ای و ساماندهی و اشتغال وجود دارند که اهم آنها عبارتند از: توجه به آموزش‌های علمی کاربردی متناسب با نیاز بازار کار (جلالی،۱۳۸۴). آموزش‌های علمی-کاربردی یک مزیت عمده دارند و آن تزریق مهارت‌های تخصصی مربوط به کار است که می‌تواند فرد را در شغلش بسیار شایسته و پربارتر از قبل نشان دهد (جیمز،۲۰۰۵) آموزش‌های علمی– کاربردی به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری در بهبود کیفی نیروی انسانی به حساب می‌آید. به دلیل آنکه این آموزش‌ها باعث ایجاد دانش و مهارت در فرآیند تولید همراه اشتغال درراستای توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی می‌شود (لاندکین،۲۰۰۰). به‌طورکلی، رسالت آموزش‌های علمی-کاربردی پرورش دانشجویانی خوداشتغال و خودباور است تا با توجه به نیازهای جامعه، از طریق حمایت‌های اندک دولت بتوانند وارد میدان کار شوند. برای رسیدن به این هدف باید کیفیت آموزش را بالا برد و دانشجویان را به آینده امیدوار کرد. توسعه و هماهنگی مراکز آموزشی با نیاز جامعه از دیگر رسالت‌های آموزش‌های علمی– کاربردی است (خداد حسینی، ۱۳۸۱).

علل پیدایش و اهداف دانشگاه جامع علمی کاربردی

ایجاد تحریم‌های اقتصادی و فناوری پس از انقلاب اسلامی و به‌وجود آمدن جنگ تحمیلی نقطهٔ عطفی در تاریخ ایران در خصوص به چالش کشیدن توان علمی و فناوری کشور بود، زیرا میزان توانایی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و متخصصان در ادارهٔ امور کشور محدود بود چرا که تا آن زمان به‌دلیل روابط وسیعی که ایران با کشورهای صاحب علم و فناوری داشت در

بسیاری از زمینه‌ها از تکنسین گرفته تا مهندسین اجرایی، مشاورین ارشد، مخترع و طراح به کشور کمک می‌شد. در این گیرودار مسئولین به دنبال فارغ‌التحصیلان و متخصصان کارآزموده‌ای بودند که بتوانند کشور را در رفع مشکلات اقتصادی و فناوری یاری دهند و آسیب‌های وارده به بخش‌های اقتصادی و صنعتی را مرتفع کنند. در این اوضاع و احوال بود که میزان درجهٔ ناهمخوانی رشته‌های تحصیلی و برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها و کیفیت توانایی فارغ‌التحصیلان در ارتباط با نیازهای جامعه و فناوری‌های مورد نیاز مشخص گردید و اعتبار آنچه را که در دانشگاه‌های کشور تدریس و آموخته می‌شد، مورد سنجش قرار گرفت و معین شد چه نارسایی‌های عمده و اساسی در دانشگاه‌ها در خصوص آموزش‌های مختلف فناوری وجود دارد. لذا، دولت‌مردان وقت با درک عمیق مشکلات و نارسایی‌های موجود دانشگاه‌ها در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز با تشکیل جلسات مشورتی با شورای انقلاب فرهنگی تصمیم بر این گرفته که در رفع نارسایی‌ها و مشکلات آموزشی فناوری، آموزش‌های علمی‌کاربردی را ایجاد و دانشگاهی به نام دانشگاه تکنولوژی به‌وجود آورند که در نهایت این تصمیمات باعث شد که اساس‌نامهٔ دانشگاه جامع علمی‌کاربردی در تاریخ ۱۸ مهر ماه سال ۱۳۷۱ تصویب و دانشگاه در سال ۱۳۷۳ با اهدافی همچون ارتقاء سطح مهارت شاغلین بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، صنعتی، کشاورزی، خدماتی و افزایش مهارت‌های حرفه‌ای دانش‌آموختگان، ایجاد بستر مناسب برای فعالیت همه‌جانبه در راستای گسترش و اعتلای دانش و پژوهش‌های علمی‌کاربردی کشور، ارتقاء کمّی و کیفی آموزش‌های علمی کاربردی در جامعه، زمینه‌سازی زیربنای مناسب برای ایجاد اشتغال مهارت و تخصص‌محور در جامعه، شناسایی استعدادهای بارز و به فعلیت درآوردن استعدادهای نهفته برای تصدی مشاغل از طریق آموزش‌های علمی‌کاربردی و ارائهٔ برنامه‌های آموزشی جدید برای تربیت نیروی انسانی متخصص جهت تصدی مشاغل جدید در کشور، تأسیس گردید. دانشگاه جامع علمی‌کاربردی جهت تحقق اهداف برنامهٔ ۵ ساله و چشم‌انداز ۲۰ساله، در تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد دارای نقشی برجسته می‌باشد. این دانشگاه از بدو تأسیس همواره به‌عنوان یک دانشگاه کارآفرین توانسته است با رشدی موزون و هماهنگ از لحاظ کمّی و کیفی و با به‌کارگیری و سازماندهی امکانات مادی و انسانی دستگاه‌های اجرایی دولتی و غیردولتی، نسبت به برگزاری دوره‌های علمی‌کاربردی اقدام کند.

دانشگاه جامع علمی‌کاربردی نمونهٔ موفق اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی

دستگاه‌های اجرایی دولتی، زمینه‌ساز مناسب برای جلب مشارکت بخش غیردولتی را نیز به‌صورت اصولی در راستای انسجام بخشی مراکز آموزشی داشته است. از دیگرسو، با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری، جهت تحقق اهداف و سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، دانشگاه جامع علمی‌کاربردی خود به‌عنوان یک نمونهٔ موفق اجرای اصل ۴۴ تلقی می‌شود. چون ماهیت اساس‌نامهٔ دانشگاه جامع علمی‌کاربردی به‌گونه‌ای است که عملاً از بودجهٔ دولت استفاده نمی‌کند، مدیریت و هدایت استفادهٔ بهینه از پتانسیل‌های بخش غیردولتی را بر عهده دارد. دانش‌آموختگان آن معمولاً جذب بازار کار شده و بیشتر نقش استخدام‌کننده دارند و تقسیم کار ملی (تعامل کلیهٔ دستگاه‌های اجرایی در پیاده‌سازی آموزش‌های کاربردی با

همکاری دانشگاه) به نحو احسن مشاهده می‌شود. لذا، با این تعریف نظام آموزش‌های عالی علمی‌کاربردی عملاً پیام‌آور پیاده‌سازی اهداف اصل ۴۴ در حوزهٔ آموزش‌های عالی کشور می‌باشد. با توجه به مراتب فوق، دانشگاه جامع علمی‌کاربردی به‌عنوان دانشگاه کارآفرین توانسته در راستای رفع نیازهای جاری کشور گام برداشته و با تعریف برنامه‌های متناسب و با به‌کارگیری مدرسان به‌عنوان عالمان عامل در مراکز آموزش علمی‌کاربردی برخوردار از تجهیزات و امکانات پیشرفته، نسبت به تربیت نیروی انسانی متخصص، مجرب و کارآمد با روحیهٔ خودباوری، شجاعت و ایثار اقدام نماید. دانش‌آموختگان نظام آموزش‌های علمی‌کاربردی با آموزش‌های تقاضامحور، کارگشا، کارآمد و کارآفرین می‌باشند، چون این آموزش‌ها برخواسته از نیازهای شغلی است. لذا، توانایی و مهارت دانش‌آموختگان را در انجام صحیح کارها افزایش می‌دهد.

بررسی راهکارهای آموزشی مؤثر در کیفیت آموزش مراکز آموزش علمی‌کاربردی

براساس نتایج حاصل از پژوهش‌های (زراعت پرور،۱۳۸۳)، (محمدزاده نصرآبادی،۱۳۸۳)، (لاگلو،۱۹۹۰)، (الدر و درای، ۲۰۰۱)، (لانکارد،۱۹۹۶)، (کلیات، ۲۰۰۱)، (هنری،۲۰۰۵)، (عزیزی و حسینی،۱۳۸۴)، (فرجی،۱۳۸۳)، (هالبرگ،۲۰۰۰) و (جعفرزاده،۱۳۸۴) می‌توان ۳۷ راهکار آموزشی مؤثر در جهت توسعهٔ اشتغال دانش‌آموختگان در قالب هفت عامل: فعالیت فوق‌برنامه، محتوای دروس، برنامه‌ریزی آموزشی، مهارت‌های کسب و کار، روش تدریس، آموزشگران و امکانات و تجهیزات تحت عنوان الگوی بهبود کیفیت آموزش به‌منظور توسعهٔ اشتغال دانش‌آموختگان مورد توجه قرار داد (سلیمانپور و حسینی،۱۳۸۵).

الگوی بهبودکیفیت آموزش به‌منظور توسعهٔ اشتغال دانش‌آموختگان

❖ فعالیت فوق‌برنامه

- اطلاع‌رسانی در مورد بازار کار و آیندهٔ شغلی دانش‌آموختگان
- تشکیل گروه‌های تحقیقاتی برای شناسایی مشکلات حرفه‌ای هر رشتهٔ تحصیلی
- راه‌اندازی مرکز کارآفرینی در مراکز علمی‌کاربردی
- ایجاد تشکیلاتی در مؤسسات آموزشی برای ایجاد ارتباط دوسویه با دانش‌آموختگان
- تشکیل هستهٔ مشاورهٔ شغلی در مراکز و ارتباط مستمر با دانشجویان
- برقراری ارتباط مؤثر مراکز آموزشی با بخش‌های صنعت و واحدهای تولیدی
- برگزاری سمینار یا نشست مشترک با حضور دانش‌آموختگان موفق و دانشجویان

❖ محتوای دروس

- ایجاد انعطاف‌پذیری در سرفصل دروس متناسب با دگرگونی‌های بازار کار در منطقه
- تدوین کتب آموزشی در زمینهٔ خوداشتغالی و مدیریت کسب و کارهای کوچک
- اختصاص یک درس با عنوان کارآفرینی با مربیان متخصص
- تأکید بر مطالب و مباحث کاربردی و حرفه‌ای در دروس
- افزایش امکان دسترسی به منابع و کتاب‌های خارجی

❖ **برنامه‌ریزی آموزشی**
- شناسایی و معرفی کارآفرینان موفق و دعوت به‌منظور سمینار آموزشی برای دانشجویان
- برگزاری سمینار و نشست‌های خوداشتغالی به‌منظور تغییر دانش و معرفت در دانشجویان
- تلفیق مباحث خود اشتغالی در برنامه آموزشی و درسی تمام رشته‌ها
- اضافه کردن آموزش خوداشتغالی به دورهٔ کارآموزی
- برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی ویژهٔ مقاطع بالاتر از کاردانی
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی جهت تقویت ویژگی‌هایی نظیر خلاقیت، ابتکار،ایده‌یابی و ...

❖ **مهارت‌های کسب و کار**
- برگزاری برنامه‌های آموزش مهارت‌های کسب و کار به دانشجویان
- اجرای برنامه‌های کار تیمی در مراکز رشد و اشاعهٔ آن بین دانشجویان
- راه‌اندازی محیط‌های رشد در مجتمع‌ها جهت ایجاد فرصت‌های تجربی برای تشکیل شرکت‌های دانشجویی
- ایجاد انگیزه و مشوق‌های تحصیلی برای ترغیب دانشجویان به یادگیری مهارت‌های عملی
- انجام گردش و بازدیدهای علمی‌از واحدهای تولیدی دانش‌آموختگان

❖ **روش‌تدریس**
- به‌کارگیری روش‌های تدریس متناسب و منطبق با محتوای آموزشی
- برنامه‌ریزی فعالیت‌های عملی مربوط به دروس تخصصی
- بهره‌گیری از نظرات و مشارکت دانشجویان در فرآیند تدریس
- بهره‌گیری از خبرگان شغلی منطقه در فرآیند تدریس دروس عملی
- استفاده از روش‌های تدریس نوین به جای روشهای سنتی
- آموزشگران
- استفاده از آموزشگران با تسلط عملی در رابطه با رشتهٔ تحصیلی در کنار تدریس
- اجرای برنامه‌های آموزش حین خدمت اساتید در خصوص مهارت‌ها و روش‌های تدریس
- برگزاری دوره‌های خوداشتغالی برای مربیان مجتمع‌ها
- بهره‌گیری از مدرسان کارآفرینی در کنار مدرسان دروس تخصصی در مجتمع‌ها
- جذب و به‌کارگیری مدرسان دروس تخصصی توانمند و واجد شرایط به‌طور ثابت و تمام‌وقت

❖ **امکانات و تجهیزات**
- افزایش امکان دسترسی به اینترنت و سایر شبکه‌های رایانه‌ای
- تجهیز آزمایشگاه‌ها و امکانات موجود برای تجارب عملی
- به‌کارگیری وسایل و امکانات آموزشی متناسب با نیازهای رشتهٔ تحصیلی
- تجهیز کلاس‌های درس از لحاظ امکانات آموزشی و شرایط محیطی

روش تحقیق

روش تحقیق در این مقاله پیمایشی است و شیوهٔ اجرایی آن به‌صورت مطالعهٔ کتابخانه‌ای-میدانی می‌باشد. این روش وسیله‌ای جهت کسب اطلاعات شمرده می‌شود.

جامعه و نمونهٔ آماری و شیوهٔ نمونه‌گیری

گروه‌های زیر،جامعهٔ آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهد.

۱. کارشناسان اجرایی دانشگاه علمی-کاربردی واحد استان اصفهان، سازمان صنایع معادن و ادارهٔ کل کار و امور اجتماعی استان اصفهان، شرکت شهرک‌های صنعتی (تعداد ۶۴ نفر)
۲. استادان دانشکدهٔ فنی و مهندسی دانشگاه آزاد نجف‌آباد، دانشگاه صنعتی اصفهان، دانشگاه علمی‌کاربردی واحد استان اصفهان (تعداد ۱۶۴ نفر)
۳. دانشجویان شاغل به تحصیل در مراکز علمی‌کاربردی استان اصفهان (تعداد ۲۹۵ نفر)
۴. مطابق با جدول مورگان و کرجسی (جدول استاندارد جمعیت کل و جمعیت نمونه) تعداد ۲۸ نفر از گروه اول (کارشناسان)، تعداد ۶۹ نفر از گروه دوم (استادان) و تعداد ۱۲۵ نفر از گروه سوم (دانشجویان) به‌عنوان گروه نمونه و طبق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند.

ابزار گردآوری داده‌ها

در تحلیل نقش آموزش‌های علمی‌کاربردی در خوداشتغالی، از آمار و اطلاعات مربوط به بیکاران و اشتغال‌زایی و گزارش‌های عملکرد سازمان‌های مسئول در این زمینه استفاده شده است. جمع‌آوری اطلاعات از طریق دو نوع پرسش‌نامه، یک نمونهٔ مخصوص کارشناسان و اساتید و نمونهٔ دیگر مخصوص دانشجویان انجام گرفته است. این ابزار با توجه به متغیرهای مورد بررسی تدوین گردیده است.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس دو روش آمار توصیفی و استنباطی بوده که برای مشخص کردن نتایج سؤالات از آزمون‌های معنی‌دار (آزمون t استودنت) استفاده شده و در این زمینه از بستهٔ نرم‌افزاری Excel استفاده گردیده است.

یافته‌ها

برای پاسخ‌گویی به هریک سؤالات از آزمون (t-test)(t) استفاده شده و براساس جدول توزیع t و آمارهٔ آزمون t، سطح معنی‌دار رابطه محاسبه گردیده است. هدف از این بخش این می‌باشد که با استفاده از روش‌های آزمون فرض، بتوان به سؤالات پاسخ داد.

سؤال: آموزش‌های مهارتی و علمی‌کاربردی تا چه میزان می‌توانند در هریک از بخش‌های کشاورزی- صنعت و خدمات برای فراگیران اشتغال ایجاد کنند؟

محاسبات انجام‌شده حاکی از آن است که مقدار t محاسبه‌شده (۱۲/۵) با درجهٔ آزادی d.f=221 و سطح خطای α=۰/۰۵ از مقدار t بحرانی (۱/۶۴۵=(۲۲۱و ۰/۰۵)t بیشتر است. لذا، فرضیهٔ مخالف صفر تأیید و فرضیهٔ صفر رد می‌شود؛ بنابراین، آموزش‌های علمی و کاربردی تا حد زیادی می‌توانند در هر یک از بخش‌های کشاورزی- صنعت و خدمات برای فارغ‌التحصیلان اشتغال ایجاد کند. بررسی اسناد و مدارک موجود نیز مؤید این مطلب می‌باشند.

نتایج و پیشنهادات

آموزش عالی یکی از زیرساخت‌های توسعهٔ کارآفرینی کشور محسوب می‌شود. کارآفرین با سه فعالیت اصلی خود شامل ایجاد کسب و کار، نوآوری در محصول و اشتغال‌زایی خود را به عنوان نیروی محرکه و موتور توسعهٔ اقتصادی مطرح می‌کند. طی سی سال گذشته رشد کمّی دانشجویان دانشگاه‌های نظری از افزایش چشمگیری برخوردار بوده و لیکن کیفیت آنان با نیازهای بازار کار سازگار نبوده است. به‌طوری‌که اکنون یکی از معضلات اساسی کشور بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های نظری است. آمار نشان داده است که ۷۰ درصد از بیکاران فاقد مهارت لازم هستند و تعدادی که تخصص دارند فاقد روحیهٔ کارآفرینی هستند. برخی از عوامل ناکارآمد دانشگاه‌های تئوری در توسعهٔ کارآفرینی عبارتند از: عدم تناسب بین محتوای آموزش، مهارت‌های شغلی، عدم تناسب بین ظرفیت پذیرش دانشجو و نیازهای آتی بازار کار، ناکارآمدی اعضای هیأت علمی در تربیت نیروی کار متخصص، عدم توفیق دانشگاه‌ها در ایجاد تقویت روحیهٔ علمی. تأسیس دانشگاه جامع علمی‌کاربردی گامی به سوی نزدیک کردن محیط‌های آموزشی و مؤسسات مولد اشتغال می‌باشد که باعث ارتقاء سطح دانش و مهارت فارغ‌التحصیلان برای برخورداری از توان و قدرت فکری متناسب با بازار کار برای رسیدن به افزایش سرمایهٔ معنوی و عقلانی شده است. نظام آموزش علمی‌کاربردی با به‌کارگیری از مدرسان توانمند و آشنا با بیان عملی کارآفرینی، برنامه‌های درسی منطبق بر نیازهای شغلی، کتب درسی کاربردی کارآفرینی، امکانات و تجهیزات فراوان، استفاده از مدرسان تمام‌وقت تخصصی، کتاب برای سرفصل دروس با مقولهٔ کارآفرینی، حضور مستمر مدرسان در کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی؛ گام بزرگی در اشتغال و کارآفرینی کشور داشته است، به‌طوری‌که دانشگاه جامع علمی‌کاربردی را در مقولهٔ کارآفرینی نسبت به دانشگاه‌های دیگر متمایز نموده است. پیشنهاد می‌گردد:

۱. برنامه‌های درسی دانشگاه‌های نظری همانند دانشگاه جامع علمی‌کاربردی با توجه به بازار کار، پتانسیل و موقعیت جغرافیایی استان‌ها بازنگری و متناسب شود.
۲. کارگاه‌های تخصصی برای مدرسان درس کارآفرینی برگزار شود.
۳. تدوین کتب تخصصی مهارتی انجام شود.
۴. ارتباط تنگاتنگ دانشگاه‌ها با بخش‌های اجرایی کشور به‌خصوص بخش‌های صنعتی و اقتصادی در اولویت قرار گیرد.

منابع

پور کریمی، ج. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر خوداشتغالی دانش‌آموختگان دانشگاهی. اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران.

جعفر زاده، م. (۱۳۸۴). طراحی و تبیین الگویی برای پیش‌بینی کارآفرینی دانش‌آموختگان، رسالهٔ دکتری در رشتهٔ مدیریت، دانشکدهٔ مدیریت، دانشگاه تهران.

جلالی، خ. (۱۳۸۴). مصاحبه با رئیس سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور. فصل‌نامهٔ نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی. سال دوم، (۸)، ص ۲۲-۲۳.

خداداد حسینی، س. ح. (۱۳۸۱). توسعهٔ آموزش‌های علمی‌کاربردی: مفهوم، جایگاه و مدل مفهومی. فصل‌نامهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، (۲۵).
زراعت‌پرور، ع. (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر در آموزش‌های علمی‌کاربردی. سومین کنگرهٔ ملی آموزش‌های عالی علمی‌کاربردی، تهران: آذر ماه ۸۳.
سلیمانپور، م. ر. و س. م. حسینی، (۱۳۸۵). پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد در رشتهٔ ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
عزیزی، ب.و س.م.حسینی (۱۳۸۴). بررسی عوامل مؤثر در توسعهٔ روحیه و مهارت‌های کارآفرینی در میان دانشجویان دانشکدهٔ کشاورزی کرج، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد در رشتهٔ ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
فرجی، م. (۱۳۸۳). مقایسهٔ اثربخشی و کارآیی نظام‌های آموزشی پیوسته و ناپیوستهٔ علمی کاربردی کشاورزی. مجموعه مقالات پنجمین همایش آموزش‌های علمی‌کاربردی بخش کشاورزی، شیراز، اردیبهشت ماه ۱۳۸۳.
فولادی، م.ح.و م.دینانی، (۱۳۸۰). بررسی وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان کشاورزی: مطالعهٔ موردی دانشکدهٔ کشاورزی فجر دانشگاه شهید باهنر کرمان. فصل‌نامهٔ اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال نهم، (۳۴)، ص ۳۲۷-۳۴۳.
محمدزاده نصرآبادی، م. (۱۳۸۳). بررسی تأثیر آموزش‌های عالی علمی‌کاربردی بر اشتغال در بخش کشاورزی. پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد رشتهٔ ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

Annie, M.N.W. & J. Hamali, (2006). Higher education and employment in Malaysia. International Journal of Business and Society, Vol.7(1): 102-121.
Cliatt, K.H.(2001). Effective Core Pesign and Assesment For Entrepreneurship Business Education Forum, Vol.55.
Elder, R. & R.W. Druy,(2001). Entrepreneurship education in the Virginia.
Henry, C. & et al. 2005. Enterpreneurship education and training can enterpreneurship be though? Journal of education & training. Vol.7(3).
Hallberg, K. (2000). A Market-Oriented Strategy for small and Medium Scale Enterprise. The world Band and International Finance Corporation Washington, DC.U.S.A.
James, T.(2005). Encyclopaedia of Technical and Vocational Education. Anmol Publications Pvt.Ltd. New Delhi.,
Lauglo, G. & M. Lillis, (1990). Vocational Education: An International Perspective. Oxford, Pergamon Press.
Lankard, B.A. (1996). The Vocational Education/ Entrepreneurship Match. Eric Digest No. 118.
Landkinen, T.(2000). The second International congress on technical and vocational Education [on line]. Available at:
http://www.unesco.org/congress/ pdf/landkinen.pdf.

واکاوی عوامل تأثیرگذار بر توسعهٔ کارآفرینی در مراکز آموزش عالی علمی‌کاربردی کشاورزی، مورد مطالعه: منطقهٔ مرکزی ایران

دکتر بهمن خسروی پور[1]

چکیده

امروزه بخش کشاورزی ایران با معضل کمبود نیروی کار ماهر و توانمند مواجه است و با توجه به عدم وجود روحیهٔ خوداشتغالی و همچنین تورم نیرو در بخش، خصوصاً نیروهای تحصیل‌کردهٔ آموزش عالی کشاورزی، بیشتر آنان بیکار بوده و یا به کارهای غیرتخصصی می‌پردازند. این مطالعه با هدف کلی شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی انجام پذیرفت. پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت تحقیق، کاربردی و رهیافت اصلی مورد استفاده، رهیافت تحقیق کمّی است. جامعهٔ آماری شامل دانش‌آموختگان مراکز علمی‌کاربردی کشاورزی واقع در منطقهٔ مرکزی ایران می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه و به صورت تصادفی طبقه‌ای و به تعداد ۱۷۰ نفر انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخت بود که روایی آن با نظر اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران دوره‌های علمی‌کاربردی اصلاح و به اثبات رسید. در ارزیابی پایایی نیز مقدار ۰/۸۱ برای پرسش‌نامه حاصل شد که نشان‌دهندهٔ پایایی مطلوب آن است. از جمله نتایج به‌دست آمده، وجود مدرسان تخصصی به‌صورت تمام وقت و متناسب نمودن سرفصل دروس با مقولهٔ کارآفرینی و نیاز بازار کار، از مؤثرترین راهکارهای آموزشی در توسعهٔ کارآفرینی در مراکز بوده است. ضمناً از دیدگاه پاسخ‌گویان بین وضعیت فعلی و مطلوب همهٔ عوامل آموزشی مراکز در راستای کارآفرینی اختلاف معناداری وجود دارد. در تحلیل عاملی محاسبه‌شده نیز عوامل مؤثر در توسعهٔ کارآفرینی مراکز روش‌های آموزشی، محتوای آموزشی، مدیریت و سازماندهی، امکانات و تجهیزات آموزشی، عوامل فردی و محیطی بودند که ۶۳/۷ درصد واریانس مربوط را تعیین کردند.

واژگان کلیدی: آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی، کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، توسعهٔ کارآفرینی

---

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی ورامین، دکترای ترویج و آموزش کشاورزی،
Email:b.khosravipour@gmail.com

مقدمه

تحولات اقتصادی به‌سوی جامعهٔ علمی و فراگیر با تأکید بر دانش و افزایش سهم آن در کارآفرینی و اشتغال مولد امکان‌پذیر می‌باشد. تغییر در ترکیب جمعیتی کشور، لزوم نوآوران در کسب و کار و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید باعث گردیده مهم‌ترین دغدغهٔ حال حاضر برنامه‌ریزان، توسعه و آموزش کارآفرینی برای جمعیت جوان و پویای کشور باشد. این دغدغه در بخش کشاورزی بیشتر است، چرا که براساس مطالعات انجام‌شده بخش عظیمی از بیکاران تحصیل‌کرده در این بخش قرار دارند که عمدهٔ مشکل آنها فقدان مهارت‌های لازم حتی در رشتهٔ تخصصی که آموزش دیده‌اند می‌باشند (صبوحی، ۱۳۸۰ و زمانی،۱۳۸۰).

در کشور ما با توجه به مشکلات موجود در برنامه‌های کشاورزی و افزایش بیکاری خصوصاً دانش‌آموختگان بیکار، رویکرد آموزش‌های علمی‌کاربردی به‌طور اعم و آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی به‌طور اخص می‌تواند یکی از راهکارهای ممکن و اثربخش باشد و از طرف دیگر باتوجه به ترکیب جمعیتی کشور و اهمیت بخش کشاورزی و با دقت به نتایج تحقیقات انجام‌شده در خصوص آموزش عالی کشاورزی، برنامه‌ریزان و مدیران کشور باید به بحث کارآفرینی، توسعه و آموزش آن خصوصاً در آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی با عنایت به ویژگی‌های خاص این آموزش‌ها توجه جدی داشته باشند (نوروز زاده و محرابی یگانه،۱۳۸۳). (Elder و Druy 2001) نیز همین نکته را در مطالعهٔ خود در رابطه با دوره‌های تحصیلی علمی‌کاربردی مورد تأکید قرار داده‌اند.

آموزش کارآفرینی یکی از مسائلی است که در سال‌های اخیر در دانشگاه‌های مختلف بیش از پیش به آن بها داده شده و صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان آموزشی همواره در جهت کشف و انتخاب رویکردهای مناسب‌تری در این زمینه به‌منظور توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی از طریق نظام آموزش عالی تلاش می‌کنند. طی دو دههٔ اخیر دانشگاه‌های سراسر دنیا برحسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و دولتی طراحی نموده‌اند. در این راستا حمایت‌های ویژه‌ای نیز از فعالیت‌هایی که جهت تشویق و ترویج کارآفرینی بین جوانان صورت می‌گیرد، شده است.

اهمیت و ضرورت این امر تا حدی است که امروزه دوره‌های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز نموده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدائی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است (Cotton,1990). در واقع، انطباق فعالیت‌های آموزشی دانشگاه‌ها با اهداف و نیازهای جامعه و گرایش بیشتر به علوم و تحقیقات کاربردی را می‌توان از عوامل اصلی و مهم پیشرفت و توسعهٔ کشورهای توسعه‌یافته دانست و در چنین شرایطی اهمیت و نقش آموزش‌های علمی‌کاربردی بیش از پیش نمایان می‌شود (noel,2001). با توجه به آنچه بیان شد، اهمیت و ضرورت انجام این تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که تاکنون تحقیق جامعی در مورد توسعه و آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی صورت نگرفته است. از سوی دیگر، راهکار خروج از چالش‌ها و عبور از تهدیدهایی نظیر تمرکز بر آموختن دانش نظری به‌جای دانش علمی‌کاربردی،

عدم توجه به پرورش خلاقیت و توان ابتکاری فراگیران، عدم تناسب محتوای برنامه‌های درسی با شرایط و نیازهای بازار کار، عدم جدیت در آموزش دروس عملی، نبود مدرسان کارآزموده و باتجربه برای تدریس دروس عملی و ناکارآمدی دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی کشور در عرصهٔ کار و به‌ویژه در بخش کشاورزی، تحول نظام آموزشی و توسعهٔ زیربنایی آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی به‌عنوان مکمل آموزش‌های نظری و با محوریت و همکاری نزدیک دستگاه‌های اجرایی و وزارتخانه‌ها در امور برنامه‌ریزی و اجرا می‌باشد. بر این اساس، ضرورت داشت که مطالعه‌ای خاص و ویژه در رابطه با توسعهٔ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن در نظام آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی صورت پذیرد. در این ارتباط پژوهش‌هایی بسیاری صورت گرفته است که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

طبق نتایج یک مطالعه (جلالی،۱۳۸۲) بیان می‌دارد که صرفاً یک سوم دانش‌آموختگان کشاورزی مشغول به کار هستند و بقیه جزو بیکاران جامعه محسوب می‌شوند. از طرف دیگر، نیروی کار با صلاحیت برای بخش کشاورزی تأمین نمی‌شود که این جنبه هم پیامد منفی دیگری از عدم تناسب بین نیازهای بازار کار کشاورزی و برنامهٔ آموزشی کشاورزی می‌باشد. بخش کشاورزی کمترین درصد شاغلین در بخش‌های اقتصادی کشور را دارا می‌باشد.

نتایج مطالعات مقنی زاده (۱۳۸۰) و محقق معین (۱۳۸۳)، نشان می‌دهد که مراکز آموزش عالی به‌طور اعم و نظام آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی به‌طور اخص در سطح مطلوب و قابل قبولی از لحاظ کیفی قرار ندارند. در مطالعهٔ دیگری (واشقانی فراهانی،۱۳۸۳) نشان داده که آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی نارسایی وسیعی در مؤلفه‌های بنیادی دارند که به لحاظ کیفی لطمات جدی به این دوره‌ها و برون دادهای آن وارد می‌سازد (راهنما،۱۳۸۳)، در مطالعهٔ خود ضمن اشاره به پائین بودن کیفیت آموزش‌های ارائه‌شده در آموزش‌های علمی‌کاربردی، ضرورت ارزیابی مستمر این آموزش‌ها را مورد تأکید قرار داده است. همچنین بینقی و رضوانی (۱۳۸۰) و رادنیا (۱۳۸۱) بیان نموده‌اند که در بسیاری موارد، رسالت مراکز آموزش علمی-کاربردی تغییر کرده و این مراکز تحت تأثیر جاذبه‌های آموزش نظری و با پیروی از الگوهای برنامه‌ریزی آموزشی غالب در نظام متداول دانشگاهی، به دامان این نظام در می‌غلتند.

محسنین (۱۳۷۹)، در پژوهشی پیرامون مشکلات و تنگناهای اشتغال فارغ‌التحصیلان کشاورزی، نرخ بیکاری دانش‌آموختگان کشاورزی را بالاترین نرخ بیکاری در مقایسه با دانش‌آموختگان دیگر رشته‌ها می‌داند. مرکز آمار ایران می‌گوید که در بخش کشاورزی تنها ۳ درصد از نیروی متخصص کشور شاغل می‌باشند (مرکز آمار ایران،۱۳۸۳). از عمده‌ترین دلایل رشد معضل بیکاری در بین دانش‌آموختگان کشاورزی طبق مطالعات انجام‌شده موارد زیر را می‌توان اشاره کرد:

عدم تناسب محتوای آموزشی با نیاز بازار کار، تأکید بر مسائل و دروس نظری، عدم کفایت واحدهای عملی، ضعف مهارت‌های حرفه‌ای فارغ‌التحصیلان، عدم توجه به آموزش‌های کارآفرینی، ضعف مدرسان در دروس عملی و مهارتی، لزوم تأمین نیازهای خوداشتغالی (آقاسی‌زاده، ۱۳۸۳، زمانی،۱۳۸۰، حسینی و یعقوبی،۱۳۸۴، بهرامی ۱۳۸۰).

(Lenkard1996) در پژوهش خود دانش‌آموختگان علمی‌کاربردی را برتر از دارندگان یک نوع آمادگی برای یک کار خاص می‌داند و بهره‌وری آنان را به مراتب بیش از بقیه می‌داند.

Hornady (1980) و Tilak (1988) در بررسی‌های خود دریافتند که به خاطر رشد بالای فناوری و رقابت شدید، آموزش در کارآفرینی اهمیت خاصی پیدا کرده است.

Cartmell & Garton (2000) و مختاری‌پور (۱۳۸۲) در تحقیق خود وجود همبستگی مثبت بین محتوی آموزشی و بهبود کارایی شغل فراگیران را مورد تأکید قرار دادند

Roepke (2003) استاد و رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه ماربورگ آلمان به تجهیز دانش و مهارت‌های کارآفرینی دانش‌آموختگان در ایجاد ارزش افزوده و بهبود رفاه مردم تأکید دارد. به نظر این پروفسور دانش تنها موقعی به یک منبع بهره‌ور تبدیل می‌شود که با کارآفرینی عجین شود.

James (2005) بیان می‌دارد آموزش‌های علمی‌کاربردی یک مزیت عمده دارند و آن تزریق مهارت‌های تخصصی مربوط به کار است که می‌تواند فرد را در شغل اتخاذشده بسیار شایسته و پربارتر از قبل نشان دهد.

Elder & Druy (2001) در مطالعه در رابطه با آموزش کارآفرینی در ایالت ویرجینیای آمریکا اظهار نموده‌اند که دانشکده‌های دوساله (دارای دوره‌های علمی‌کاربردی) برای آماده نمودن دانشجویان خود برای کسب و کار و اشتغال، باید آموزش‌های کارآفرینی را در برنامه‌های آموزشی خود لحاظ نموده و ارائه نمایند.

Jones (2005) در بررسی خود که در ۲۲ دانشکده و مراکز آموزش عالی کشاورزی انجام داد، توانایی و دانش شغلی، آموزش‌های لازم جهت ثبت و راه‌اندازی شرکت و مدیریت بازاریابی پائین‌ترین میزان توانایی‌ها دانش‌آموختگان را شامل می‌شد و بدین لحاظ آموزش‌های کارآفرینی را در این مراکز ضروری می‌داند.

در ایران نظام آموزش‌های علمی‌کاربردی که با هدف تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر موردنیاز اقتصاد کشور از جمله بخش‌های کشاورزی طراحی شده است، تلاش داشته است با مدنظر قراردادن نیازهای شاغلان بخش، ارتقاء دانش فنی و مهارت شاغلان از یکسو و از سوی دیگر تربیت و آموزش افراد غیرشاغل و ایجاد زمینهٔ لازم برای اشتغال، درحد توان پاسخگوی بسیاری از مسائل و مشکلات در این راستا باشد، که نتایج تحقیقات نشان می‌دهد این امر به‌طورکامل محقق نشده و این آموزش‌ها آنچنان که در اهدافشان آمده است نتوانسته‌اند عمل کنند و وضعیت آنها از لحاظ کیفی و مطلوبیت پایین بوده است (مقنی‌زاده، ۱۳۸۰؛ واشقانی، ۱۳۸۳ و رهنما، ۱۳۸۳). تحقیق حاضر با هدف کلی «شناسایی مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش عالی علمی‌کاربردی کشاورزی انجام پذیرفت و اهداف اختصاصی این پژوهش شامل موارد ذیل بودند.

- بررسی وضعیت موجود و مطلوب هریک از مؤلفه‌های آموزشی
- شناسایی و بررسی عوامل (فردی، آموزشی، محیطی و...) مؤثر بر توانمندی کارآفرینانهٔ دانشجویان آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی از دیدگاه دانش‌آموختگان.

- ارائهٔ راهکارهای لازم جهت توسعهٔ کارآفرینی در مراکز آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ نوع و ماهیت تحقیق، از نوع کاربردی[1] است و همچنین از نظر کنترل متغیرها، از نوع توصیفی[2] و همبستگی[3] است. جامعهٔ آماری شامل کلیهٔ دانش‌آموختگان شاغل به تحصیل در مراکز علمی‌کاربردی کشاورزی استان‌های مذکور می‌باشند که حداقل ۳ سال از فارغ‌التحصیلی آنان گذشته باشد. تعداد دانش‌آموختگان مورد نظر این پژوهش۶۲۴ نفر می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه و نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای انجام شد. بر همین اساس۱۷۰ نفر از دانش‌آموختگان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسش‌نامه بود که پس از تأیید روایی آن به‌وسیلهٔ ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه و ۱۰ نفر از صاحب‌نظران دوره‌های علمی‌کاربردی کشاورزی و تعیین پایایی آن (ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱) همچنین به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری‌شده از نرم‌افزار SPSS/13 استفاده شد.

یافته‌ها

در این بخش به مقایسهٔ وضعیت کنونی و وضعیت مطلوب مؤلفه‌های مختلف آموزشی (قابلیت مدرسان، محتوای آموزشی و روش‌های آموزشی) از نقطه‌نظر تأثیر آنها در توانمندی کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی از دیدگاه دانش‌آموختگان مورد مطالعه در این پژوهش پرداخته شده است.

مقایسهٔ وضعیت فعلی و مطلوب قابلیت‌های آموزشگران از دیدگاه دانش‌آموختگان

جدول(۱) نگرش دانش‌آموختگان مورد مطالعه تحقیق را در خصوص میزان تأثیرگذاری قابلیت‌های آموزشگران دوره‌های علمی‌کاربردی کشاورزی در توانمندی کارآفرینانه دانشجویان نشان می‌دهد. مطابق یافته‌های این جدول، بین وضعیت فعلی و مطلوب در خصوص تأثیر قابلیت‌های آموزشگران در توانمندی کارآفرینانه دانشجویان در سطح ۱ درصد اختلاف معنی‌داری وجود دارد. به‌طوری‌که از دیدگاه دانش‌آموختگان، قابلیت‌های مورد نظر تا وضعیت مطلوب خود از جهت تأثیرگذاری در توانمندی کارآفرینانهٔ دانشجویان فاصله دارند.

1. Applied
2. Descriptive
3. Correlation

جدول۱ . مقایسه وضعیت فعلی و مطلوب قابلیت‌های آموزشگران از دیدگاه آموزشگران

گویه‌ها	میانگین		t
	وضعیت فعلی	وضعیت مطلوب	
توان علمی اساتید در رابطهٔ موضوع درسی	۶/۵۲	۸/۵۸	-۶/۸۱**
تسلط به دانش فنی در زمینهٔ موضوع درسی	۶/۳۱	۸/۳۵	-۶/۷۴**
ارائهٔ مطالب جدید در زمینهٔ موضوع درسی	۵/۷۸	۷/۹۹	-۷/۳۲**
میزان آشنایی به منابع و مراجع علمی متنوع کشاورزی	۵/۸۱	۸/۰۴	-۷/۳۸**
توانایی کافی در استفاده از رسانه‌های آموزشی پیشرفته	۵/۱۵	۷/۶۲	-۸/۴۰**
توان و مهارت مشاوره و حل مسأله	۵/۴۱	۷/۶۱	-۷/۳۷**
مهارت‌های ویژه برای ایجاد انگیزه در دانشجویان	۵/۳۵	۷/۸۴	-۸/۴۷**
مهارت‌های ویژه برای پرورش تفکر خلاق در دانشجویان	۴/۸۲	۷/۵۶	-۹/۳۴**
داشتن توان و مهارت عملی در زمینهٔ موضوع درسی	۵/۹۶	۸/۳۸	-۸/۲۳**
توانایی کار با رایانه و بهره‌گیری از اینترنت در آموزش	۴/۹۴	۷/۵۵	-۸/۸۹**
تأکید بر آموزش مهارتی و عملی در مقایسه با مباحث نظری	۵/۷۹	۸/۲۱	-۸/۲۱**
هدایت دانشجو به بازدیدهای علمی	۵/۶۱	۸/۴۳	-۹/۶۴**
هدایت دانشجو به انجام پروژه‌های عملی مبتنی بر سرفصل درس	۵/۵۳	۸/۴۱	-۹/۸۵**
استفاده از روش‌های نوین تدریس، کار تیمی و ...	۵/۳۲	۸/۰۴	-۹/۲۸**
مشارکت دادن دانشجویان در برنامهٔ درسی کلاس	۵/۲۹	۷/۶۴	-۷/۸۵**
تنوع و تناسب استفاده از رسانه‌های آموزشی در حین تدریس	۵/۱۸	۷/۶۱	-۸/۲۱**

** : معنی‌دار در سطح ۱٪ * : معنی‌دار در سطح ۵٪

مقایسهٔ وضعیت فعلی و مطلوب محتوای آموزشی از دیدگاه دانش‌آموختگان

بر اساس اطلاعات جدول ۲ بین وضعیت موجود و مطلوب محتوی آموزشی دوره‌های علمی کاربردی کشاورزی از نقطه‌نظر میزان تأثیرگذاری آنها در توانمندی کارآفرینانهٔ دانشجویان در سطح ۱درصد اختلاف معنی‌داری وجود دارد. با توجه به این یافته‌ها، از دیدگاه دانش‌آموختگان، روش‌های آموزشی مورد استفاده در این دوره‌ها تا رسیدن به وضعیت مطلوب خود فاصله دارند.

جدول۲. مقایسهٔ وضعیت فعلی و مطلوب محتوای آموزشی از دیدگاه دانش‌آموختگان

گویه‌ها	میانگین		t
	وضعیت فعلی	وضعیت مطلوب	
متناسب بودن محتوی درسی با شغل و نیازهای بازار کار	۶/۲۳	۸/۵۰	-۷/۹۴**
تناسب با توانائی‌های علمی و مهارتی دانشجویان	۵/۸۶	۸/۰۵	-۷/۲۹**
انطباق با پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی (به‌روز بودن)	۵/۶۷	۸/۱۰	-۸/۲۱**
انعطاف‌پذیر و مبتنی بر تحولات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	۵/۲۴	۷/۶۸	-۸/۲۵**
قابلیت ایجاد خلاقیت و نوآوری در دانشجویان	۵/۰۸	۷/۸۱	-۹/۳۹**
کمک به حل مسائل و مشکلات شغلی و حرفه‌ای	۵/۰۵	۷/۷۶	-۹/۳۲**
آشنا نمودن با نحوهٔ راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار کوچک	۴/۸۶	۷/۸۰	-۱۰/۲۳**
تأکید بر مباحث مدیریت و بازاریابی	۴/۵۹	۷/۷۰	-۱۰/۹۵**
تأکید بر مباحثی در زمینهٔ امور مالی و حسابداری	۴/۲۹	۷/۰۴	-۹/۴۹**
تأکید بر زبان خارجهٔ عمومی و تخصصی	۵/۰۴	۷/۵۲	-۸/۴۳**
تأکید بر مطالب کاربردی و عملی	۵/۸۸	۸/۶۷	-۹/۶۴**
تأکید بر ایجاد انگیزه در دانشجویان در جهت اشتغال‌زایی	۵/۱۹	۸/۰۳	-۹/۸۳**

** : معنی‌دار در سطح ۱٪ * : معنی‌دار در سطح ۵٪

مقایسهٔ وضعیت فعلی و مطلوب روش‌های آموزشی از دیدگاه دانش‌آموختگان

مطابق یافته‌های جدول ۳ وضعیت فعلی و مطلوب در خصوص تأثیر روش‌های آموزشی دوره‌های علمی‌کاربردی کشاورزی در توانمندی کارآفرینانهٔ دانشجویان در سطح ۱درصد اختلاف معنی‌داری وجود دارد. بدین ترتیب، از دیدگاه دانش‌آموختگان مورد مطالعه، روش‌های آموزشی فعلی تا وضعیت مطلوب خود در جهت تأثیرگذاری در توانمندی کارآفرینانه دانشجویان فاصله دارند.

جدول ۳. مقایسهٔ وضعیت فعلی و مطلوب روش‌های آموزشی از دیدگاه دانش‌آموختگان

گویه‌ها	میانگین		t
	وضعیت فعلی	وضعیت مطلوب	
استفاده از روش‌های نوین تدریس به‌جای روش‌های سنتی	۵/۵۶	۸/۰۸	-۸/۵۷**
بازدیدهای علمی به‌منظور آشنایی دانشجویان با آیندهٔ شغلی	۵/۳۶	۸/۳۴	-۱۰/۴۳**
شرکت دادن دانشجویان در مباحث درسی و استفاده از نظرات آنها	۵/۵۶	۷/۹۲	-۷/۹۵**

گویه‌ها	میانگین		t
	وضعیت فعلی	وضعیت مطلوب	
برگزاری سمینارها و نشست‌های کارآفرینی برای انگیزش دانشجویان به اشتغال‌زایی	۳/۵۴	۷/۳۳	-۱۳/۸۳**
به‌کارگیری روش مناسب برای پرورش تفکر خلاق در دانشجویان	۴/۲۵	۷/۲۸	-۱۰/۶۱**
نمایش فیلم و اسلاید و برگزاری کارگاه‌های آموزشی در آزمایشگاه و مزرعه	۴/۹۹	۷/۷۱	-۹/۳۸**
استفاده از روش‌های متناسب با توانایی‌ها و علایق دانشجویان	۴/۷۴	۷/۲۰	-۸/۳۴**
دعوت از افراد خبره و نیز کارآفرینان موفق به‌منظور درک بهتر موقعیت شغلی	۳/۵۱	۷/۱۴	-۱۲/۷۸**
ایجاد ارتباط بین دانش‌آموختگان قدیم و جدید	۳/۲۴	۶/۸۵	-۱۲/۷۱**
انجام پروژه‌های عملی پیرامون ایجاد کسب و کارهای جدید	۳/۷۷	۷/۶۴	-۱۳/۸۲**
طی دورهٔ کارآموزی مرتبط با رشتهٔ تحصیلی	۵/۶۹	۸/۵۵	-۹/۹۲**

** : معنی‌دار در سطح ۱٪ * : معنی‌دار در سطح ۵٪

یکی از اهداف این مطالعه، بررسی تأثیر راهکارهای آموزشی مختلف در توسعهٔ کارآفرینی در مراکز آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی بود. نتایج جدول۴ نشان می‌دهد دانش‌آموختگان مورد مطالعه، وجود مدرسان تخصصی به صورت ثابت و تمام وقت در مراکز، استفاده از مربیان کارآفرینی در کنار مربیان دروس تخصصی و متناسب نمودن سرفصل دروس با مقولهٔ کارآفرینی را از مؤثرترین راهکارهای آموزشی برشمرده‌اند.

جدول ۴. اولویت‌بندی راهکارهای آموزشی مؤثر در توسعهٔ کارآفرینی در آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی از دیدگاه دانش‌آموختگان

راهکارهای آموزشی	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات C.V	اولویت
وجود مدرسان تخصصی به‌صورت ثابت و تمام‌وقت در مراکز	۷/۸۵	۱/۹۶	۲۴/۹۷	۱
استفاده از مربیان کارآفرینی در کنار مربیان دروس تخصصی	۷/۶۶	۱/۹۵	۲۵/۴۶	۲
متناسب نمودن سرفصل دروس با مقولهٔ کارآفرینی	۷/۶۹	۲/۱۶	۲۸/۰۹	۳
تدوین کتب آموزشی در زمینهٔ کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای کوچک	۷/۱۸	۲/۱۳	۲۹/۶۶	۴

راهکارهای آموزشی	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات C.V	اولویت
تشکیل هستهٔ مشاورهٔ شغلی در مراکز و ارتباط مستمر با دانشجویان	۷/۷۰	۲/۳۱	۳۰	۵
ارائهٔ آموزش در زمینهٔ خلاقیت، نوآوری و ایده‌یابی	۷/۴۴	۲/۳۷	۳۱/۸۵	۶
برگزاری برنامه‌های کار تیمی در مراکز و ایجاد فرصت‌های تجربی برای ایجاد شرکت‌های دانشجویی	۷/۲۱	۲/۳۰	۳۱/۹۰	۷
ارائهٔ درس کارآفرینی در برنامهٔ درسی دوره	۷/۲۱	۲/۳۰	۳۱/۹۰	۸
برگزاری سمینار و نشست‌های کارآفرینی به‌منظور تغییر دانش و معرفت در دانشجویان	۷/۲۴	۲/۳۱	۳۱/۹۱	۹
تشکیل کانون یا مراکز کارآفرینی به‌منظور ارتقاء روحیهٔ کارآفرینی و ایده‌سازی و ایده‌یابی	۷/۲۸	۲/۳۴	۳۲/۱۴	۱۰

تحلیل عاملی نظرات دانش‌آموختگان پیرامون عوامل مؤثر در توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی

در این تحلیل مقدار KMO محاسبه‌شده برابر است با ۰/۶۱۸ و مقدار بارتلت آن ۲۷۹۶/۴۴، که در سطح معنی‌داری ۹۹٪ قرار دارد و نشانگر مناسب بودن همبستگی متغیرهای واردشده برای تحلیل عاملی می‌باشد.

جدول۴. مقدار و آزمون بارتلت و سطح معنی‌داری برای متغیرهای مورد تحلیل

KMO	آزمون بارتلت	سطح معنی‌داری
۰/۶۱۸	۲۷۹۶/۴۴	۰/۰۰۱

تعیین تعداد عامل‌ها

برای تعیین تعداد عامل‌ها از ملاک کیسر[1] و درصد واریانس استفاده شده است. بر اساس این ملاک، عامل‌هایی که مقدار ویژهٔ[2] آنها بزرگتر از یک است انتخاب می‌شود و بر مبنای واریانس، درصد واریانس عامل‌هایی که بیش از ۷۰ درصد واریانس کل را تبیین نموده‌اند، انتخاب می‌گردد. در این مرحله با توجه به ملاک‌های فوق ۸ عامل انتخاب گردیده است که در حدود ۶۳/۷ درصد واریانس مربوط به عامل‌ها را تبیین می‌نماید.

1. Kaiser Critieria
2. Eigen Value

جدول ۵. عوامل استخراج‌شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
عامل ۱	۳/۱۸۰	۱۱/۸۶	۱۱/۸۶
عامل ۲	۲/۹۴۱	۱۰/۹۷	۲۲/۸۳
عامل ۳	۲/۵۷۶	۹/۶۲	۳۲/۴۵
عامل ۴	۲/۳۷۰	۸/۸۳	۴۱/۲۸
عامل ۵	۲/۱۵۹	۸/۰۵	۴۹/۳۳
عامل ۶	۱/۷۳۲	۶/۳۶	۵۵/۶۹
عامل ۷	۱/۰۸۹	۴/۰۶	۵۹/۷۵
عامل ۸	۱/۰۶۲	۳/۹۶	۶۳/۷۱

ماتریس همبستگی و نام‌گذاری عامل‌ها

به‌طور کلی، ۶۵ متغیر وارد این تحلیل شده که در نهایت ۴۳ متغیر در تحلیل عاملی پذیرفته شده است. به‌منظور ساده کردن ساختار عامل‌ها و تفسیرپذیر کردن آنها و همچنین نام‌گذاری عامل‌ها از چرخش عاملی استفاده می‌شود. بر اساس نتایج جدول (۴)، متغیرهای گروه اول که در مجموع حدود ۱۱/۸۶ درصد واریانس کل را تبیین نموده‌اند، تحت عنوان عامل روش‌های آموزشی نام‌گذاری شده است. متغیرهای گروه دوم که حدود ۱۰/۹۷ درصد واریانس کل را تبیین نموده‌اند، تحت عنوان عامل محتوی آموزشی نام‌گذاری شده است. به‌همین ترتیب متغیرهای گروه سوم با تبیین حدود ۹/۶۲ درصد واریانس کل تحت عنوان عامل امکانات و تجهیزات، متغیرهای گروه چهارم با تبیین حدود ۸/۸۳ درصد از واریانس کل تحت عنوان عوامل فردی، متغیرهای گروه پنجم با تبیین حدود ۸/۰۵ درصد از واریانس کل تحت عنوان عامل ویژگی‌های آموزشگران، متغیرهای گروه ششم با تبیین حدود ۶/۳۶ درصد از واریانس کل تحت عنوان عامل ویژگی‌های دانشجویان، متغیرهای گروه هفتم با تبیین حدود ۴/۰۶ درصد از واریانس کل تحت عنوان عامل مدیریت و سازماندهی و بالأخره متغیرهای هشتم با تبیین حدود ۳/۹۶ درصد از واریانس کل تحت عنوان عامل عوامل محیطی نام‌گذاری شده‌اند.

جدول ۶. متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل و میزان ضرایب به‌دست‌آمده از ماتریس دوران‌یافته

نام عامل	گویه‌ها	بار عاملی
روش‌های آموزشی	استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی	۰/۸۱۶
	انجام پروژه‌های عملی پیرامون ایجاد کسب و کار جدید	۰/۷۶۲
	مشارکت دادن دانشجویان در مباحث درسی و استفاده از نظرات آنها	۰/۷۴۸
		۰/۷۱۷
	بازدیدهای علمی به‌منظور آشنایی دانشجویان با آیندهٔ شغلی	۰/۶۷۳

نام عامل	گویه‌ها	بار عاملی
	برگزاری سمینارها و نشست‌های کارآفرینی	۰/۶۵۸
	مشاورهٔ شغلی با کارآفرینان موفق	
محتوای آموزشی	تأکید بر مطالب کاربردی و عملی	۰/۸۲۴
	متناسب بودن محتوای درسی با شغل و نیازهای بازارکار	۰/۸۰۲
	تناسب با توانائی‌های علمی و مهارتی دانشجویان	۰/۷۸۶
	تأکید بر ایجاد مهارت‌های فنی و حرفه‌ای در دانشجویان	۰/۷۶۳
	انطباق با پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی (به روز بودن)	۰/۷۳۷
	دانش و اطلاعات در زمینهٔ قانون کسب و کار در کشاورزی	۰/۷۱۴
امکانات و تجهیزات	تجهیز آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌های آموزشی	۰/۸۴۲
	ایجاد فضای آموزشی کافی و مناسب در مراکز	۰/۸۲۵
	تجهیزات رایانه‌ای و دسترسی به اینترنت	۰/۷۹۸
	شرایط محیطی کلاس‌های درس	۰/۷۸۴
	تهیهٔ وسایل و امکانات آموزشی متناسب با رشتهٔ تحصیلی	۰/۷۷۱
عوامل فردی	نیاز به موفقیت	۰/۸۷۲
	اعتماد به نفس	۰/۸۵۷
	محیط مناسب در فرایند رشد شخصی	۰/۸۴۹
	استقلال‌طلبی و آزادی عمل	۰/۸۳۴
	تحصیلات خود فرد	۰/۸۰۷
	تجربهٔ قبلی شغلی	۰/۷۸۶
ویژگی‌های آموزشگران	ارائهٔ مطالب جدید در زمینهٔ موضوع درسی	۰/۸۱۸
	آشنایی با منابع و مراجع علمی متنوع کشاورزی	۰/۸۱۱
	دارا بودن دانش لازم در زمینهٔ موضوع درسی	۰/۸۰۲
	دارا بودن توان و مهارت عملی در زمینهٔ موضوع درسی	۰/۷۸۷
	در دسترس بودن برای أخذ راهنمایی و مشاوره	۰/۷۴۵
ویژگی‌های دانشجویان	علاقمندی به اشتغال در حرفهٔ کشاورزی	۰/۸۳۷
	تجربهٔ قبلی در مورد حرفهٔ کشاورزی	۰/۸۲۶
	علاقه به شغل آیندهٔ خود با توجه به رشتهٔ تحصیلی	۰/۸۱۴
	تلقی مثبت دانشجو از مشاغل و رشته‌های کشاورزی	۰/۷۹۴
	مهارت‌های ارتباطی و تعاملی	۰/۷۷۶
مدیریت و سازماندهی	مکان مرکز از لحاظ دوری یا نزدیکی	۰/۸۰۵
	استفاده از نظرات و مشارکت دانشجویان	۰/۷۹۲
	ارتباط مرکز آموزشی با بخش‌های مختلف کشاورزی	۰/۷۷۸
	تشکیل هسته مشاورهٔ شغلی در مراکز	۰/۷۵۱

نام عامل	گویه‌ها	بار عاملی
عوامل محیطی	دسترسی به فناوری و دانش فنی	۰/۷۹۶
	بهره‌مندی تسهیلات بانکی و دولتی	۰/۷۷۲
	گرایش به کار گروهی	۰/۷۶۳
	امنیت شغلی	۰/۷۴۸
	رکود اقتصادی	۰/۷۲۷
	عدم تغییر سریع قوانین	۰/۷۱۹

بحث و نتیجه‌گیری

با نگاهی بر سیر تکاملی آموزش عالی ملاحظه می‌شود که ضروری است آموزش‌های نظری تدریجاً جای خود را به علوم عملی و تحقیقات کاربردی داده و سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در این نظام آموزشی به شکلی صورت گیرد که پیامد مثبت آن در وضعیت اشتغال و میزان کارآفرینی در بین دانش‌آموختگان آن مشاهده گردد. بنابراین، هر چه جامعهٔ پیشرفته‌تر و دانشگاه مترقی‌تر باشد، لزوم توجه به آموزش‌های عملی و انجام تحقیقات کاربردی در آن محسوس‌تر است. کشور ایران در بخش کشاورزی با مشکلی که روبه‌روست نیاز به آموزش نیروی انسانی ماهر در زمینه‌های کاربردی و عملیاتی است و وضعیتی پیش آمده است که آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی می‌بایستی فاصلهٔ آموزش‌های نظری مراکز آموزش عالی را با بازار و اجتماع پر کنند. لذا، راهی جز اصلاح و بهبود آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی وجود ندارد. یکی از راهکارهای اساسی رسیدن به هدف ذکرشده، حرکت آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی به‌سمت کارآفرینی و کارآفرین‌گرا نمودن نیروهای تحت آموزش است.

یافته‌های این مطالعه نشان داد که در راستای حرکت نظام آموزش‌های علمی- کاربردی کشاورزی به سمت نظامی‌که بتواند دانشجویانی ماهر، عملیاتی و دارای روحیهٔ کارآفرینی تربیت کند، قابلیت‌ها و توانایی‌های مدرسان، تغییر روش‌های آموزشی، تغییر و بهبود محتوی آموزشی، تجهیز مراکز آموزشی و بالاخره بهبود سازماندهی و تشکیلات مراکز آموزش علمی- کاربردی کشاورزی از جمله مؤلفه‌های مهم و تأثیرگذار به‌شمار می‌روند. همچنین نشان داده شد عوامل تأثیرگذار بر توسعهٔ کارآفرینی در نظام آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی شامل عوامل آموزشی، عوامل فردی و عوامل محیطی است که عوامل آموزشی و فردی با عوامل محیطی در یک ارتباط و تعامل دوطرفه می‌باشند، ضمن آن که بین عوامل آموزشی و فردی نیز این تعامل برقرار است. نتایج حاصله در مورد محتوای آموزشی با یافته‌های عزیزی و حسینی (۱۳۸۴)، در مورد قابلیت‌های مدرسان تا حدودی با یافته‌های چمبرز (۲۰۰۲) مطابقت دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود:

- ✓ پیشنهاد می‌شود در دوره‌های آموزشی ضمن‌خدمت برای آموزشگران این مراکز، برنامه‌هایی طراحی گردد که مطالب جدید و دانش فنی روز در زمینهٔ موضوعات درسی را به آنان آموزش دهند تا از این طریق توان علمی اساتید در رابطهٔ موضوع درسی افزایش یابد.

- ✓ در خصوص محتوای آموزشی، توصیه می‌گردد با دقت بیشتر در طراحی محتوی دروس تلاش شود تا میزان تناسب این محتوی با شغل و نیازهای بازار کار به حداکثر رسیده و ضمن تأکید بر مطالب کاربردی و عملی در موضوعات درسی، به انطباق آنها با پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی و اتکاء آنها بر تحولات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی روز هم توجه اکید شود.
- ✓ در خصوص راهکارهای آموزشی مختلف، وجود مدرسان تخصصی به‌صورت ثابت و تمام‌وقت، استفاده از مربیان کارآفرینی در کنار مربیان دروس تخصصی و متناسب نمودن سرفصل دروس با مقولهٔ کارآفرینی در مراکز، از مؤثرترین راهکارها تلقی می‌شوند.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد نسبت به تجهیز مراکز آموزش علمی‌کاربردی کشاورزی به لحاظ امکانات آزمایشگاهی، کارگاهی و کتابخانه اقدام شایسته صورت گیرد.
- ✓ داوطلبانی که از هنرستان‌های کشاورزی وارد مراکز علمی‌کاربردی کشاورزی می‌شوند از لحاظ دانش کاربردی توانمندترند. بنابراین، در اصلاح نحوهٔ پذیرش دانشجو، ضروری است این موضوع نیز با دقت و بررسی کافی لحاظ گردد.
- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی، روش‌ها و فنون تدریس به‌منظور ارتقاء سطح کیفی تدریس مدرسان و آشنایی بیشتر با شیوه‌های رایج و مناسب در یک نظام آموزشی کارآفرین.
- ✓ برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی جهت آشنایی آموزشگران با اصول و مبانی کارآفرینی توصیه می‌گردد.
- ✓ در تهیه و تألیف کتب و محتوای درسی این آموزش‌ها پیشنهاد می‌گردد محتوای درسی متناسب با اصول کارآفرینی تدوین گردد تا دانشجویان مراکز اصول، ویژگی‌ها و شرایط لازم برای توسعهٔ ویژگی‌های کارآفرینانه را کسب نمایند. (تلفیق آموزش‌های کارآفرینی با آموزش‌های تخصصی)

منابع

آقاسی زاده، ف. ا (۱۳۸۳). اشتغال دانش‌آموختگان کشاورزی، الزامات و راهکارها. مجموعه مقلات همایش علمی‌آموزش کشاورزی کشور، تهران.

بهرامی، ف. ا (۱۳۸۰). اثربخشی برنامه‌های آموزشی دورهٔ کارشناسی دانشکدهٔ کشاورزی دانشگاه شیراز از دید دانش‌آموختگان. پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکدهٔ کشاورزی دانشگاه شیراز.

بینقی،ت. و سعیدی رضوانی،م (۱۳۸۰). ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزش علمی‌کاربردی در پاسخ به نیاز کارفرمایان. تهران، مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.

جلالی، خ (۱۳۸۳). ساماندهی اشتغال دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی، فصل‌نامهٔ نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی. سال اول شمارهٔ ۱.

حسینی، م. و یعقوبی،ج (۱۳۸۴). بررسی موانع تحقق کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی و راهکارهای تقویت آن. همایش علمی‌آموزش کشاورزی کشور، تهران.

راد نیا، ح (۱۳۸۱). آموزش‌های علمی‌کاربردی و تأثیر آن در میزان جمعیت فعال در بخش کشاورزی. چهارمین همایش آموزش‌های علمی‌کاربردی کشاورزی، تبریز.

زمانی،غ(۱۳۸۰). برآورد نیروی متخصص موردنیاز و آسیب شناسی اشتغال دانش‌آموختگان بخش کشاورزی. مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران.

صبوحی، ف(۱۳۸۰). بررسی و تحلیل علل بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی، سمینار ارائهٔ نتایج طرح نیازسنجی نیروی انسانی متخصص. مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، تهران.

عزیزی، ب. و حسینی س. م (۱۳۸۸۴). بررسی عوامل مؤثر در توسعهٔ روحیه و مهارت‌های کارآفرینی در میان دانشجویان دانشکدهٔ کشاورزی کرج. پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد رشتهٔ ترویج و آموزش کشاورزی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

محقق‌معین، م (۱۳۸۰). اثربخشی دوره‌های علمی‌کاربردی کشاورزی. سومین کنگرهٔ ملی آموزش‌های عالی علمی‌کاربردی. تهران.

مختاری پور، م (۱۳۸۲). بررسی تأثیر عوامل اقتصادی- آموزشی بر بیکاری و اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی. نشریهٔ اقتصادی کار و جامعه، شمارهٔ ۴۸.

مرکز آمار ایران (۱۳۸۳). نتایج تفصیلی سرشماری عمومی‌کشاورزی ۱۳۸۲.

مقنی زاده،م. ح (۱۳۸۰). ارزشیابی ثمربخش دوره‌های علمی-کاربردی. مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، تهران.

نوروززاده، ر. و مهرابی یگانه،م (۱۳۸۴). مراکز آموزش عالی علمی‌کاربردی کشاورزی با تأکید بر بخش کشاورزی. تهران: ۱۳۸۴.

واشقانی فراهانی، م.ا و اسفندفرد، م(۱۳۸۳). استانداردسازی

Chambers, R.,(2002). Human capital for entrepreneurship in higher education. London, edgar.

Cotton, J.(1990). Enterprise education experience: A manual for school-based in-service training. CASDEC.

Elder,R & Druy,R.W.(2001). Enterpreneurship education in the virginia.

Hornaday, J. A.(1980).Thinking About Entrrepreneurship:A Fuzzy Set Approach,Journal Of Small Business Management,Vol,30

James, T.(2005). Encyclopaedia of Technical and Vocational Education. Anmol Publications Pvt.Ltd., New Delhi.

jones, T.(2005). Encyyclopedia of technical and vocational education. Publication PVT. LTD., New Delhi.

Lankard, Bettina A.(1996). The Vocational Education/Entrepreneurship Match. Eric Digest No. 118.

Laikhe tamyara jones,(2005). Acadamia and Industry perspectives on leardership and Human resource development competencies required for agricultural leadership graduate students pursoing industry careers. University of florida.

Noel, U.(2001). The impact of vocational education on productivity in the United states. technological forecasting and social change.

Roepke.J.(2003). Transforming knowledge into action: the knowing- doing gap and the entrepreneurial university.

Tilak, J.B.(1988). vocational education and economic growth. Journal of educational planning and administration,2

یادگیری تجربی کارآفرینانه در آموزش عالی: رهیافتی برای قابلیت‌پروری کارآفرینانه

محسن درویشی[1]
ابوالقاسم شریف زاده[2]

چکیده

تلفیق کارآفرینی در فرآیندهای نظام آموزش عالی در پرتو انگارهٔ دانشگاه کارآفرین و نظام آموزش عالی کارآفرینانه به‌سان یک ضرورت، می‌بایست بر پایهٔ شناسایی و تأمین ملزومات امر به انجام رسد. در این بین، تسهیل یادگیری کارآفرینانه‌محور آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی به‌شمار می‌رود. یادگیری کارآفرینانه مبین تغییر تکاملی فرآیند رفتاری در اثر آموزش، تجربه‌اندوزی، رشد و توسعهٔ حرفه‌ای و نظایر آن است که انتظار می‌رود به شکل‌گیری و پرورش و توسعهٔ شایستگی‌ها، کیفیات، صلاحیت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه نزد فراگیران بسان یک جریان مستمر و بالنده و نه یک کنش مقطعی منجر شود و در نتیجه فراگیران بتوانند به‌سان کارآفرین ظاهر شوند (یادگیری برای کارآفرین شدن) یا به رشد و توسعه در جریان کارآفرینی نایل شوند (یادگیری برای کارآفرین بودن). یادگیری کارآفرینانه از خصایص و ابعادی برخوردار است که در این مقاله تلاش شده است تا بنیان‌های نظری و الگوهای مفهومی مرتبط با یادگیری کارآفرینانه، به‌ویژه یادگیری تجربی، معرفی شود. این مقاله با درآمدی بر جایگاه آموزش عالی کارآفرینانه در آموزش کشاورزی و ملزومات پرداختن به یادگیری کارآفرینانه آغاز می‌شود. سپس مفاهیم و بنیان‌های نظری یادگیری کارآفرینانه در ارتباط با دو فرآیند یادگیری برای کارآفرین بودن و یادگیری برای کارآفرین شدن، ماهیت یادگیری کارآفرینانه و نیز، پیوند یادگیری کارآفرینانه و یادگیری تجربی تشریح خواهد شد. سرانجام بر پایهٔ نتیجه‌گیری صورت گرفته، برخی ملزومات و ساز و کارهای تسهیل یادگیری کارآفرینانه در آموزش کشاورزی به‌طور مختصر ارائه خواهد شد.

واژگان کلیدی: آموزش عالی، آموزش کارآفرینی، یادگیری تجربی کارآفرینانه.

---

۱. دانشجوی کارشناس‌ارشد دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، Email:mndarvishi1988@gmail.com
۲. استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان.

مقدمه

رقابت پذیری در اقتصاد جهانی به توانمندی‌های تکنولوژیکی و نوآوری وابسته است. این امر شامل توانایی توسعهٔ محصولات جدید و دسترسی به بازارهای جدید، به‌کارگیری تکنولوژی جدید، اعمال بهترین الگوهای مدیریتی در بنگاه‌ها و توسعهٔ سطوح مهارتی در طیف وسیعی از نیروی کار می‌باشد. دانشگاه‌ها قادرند در تمامی این موارد نقش مهمی ایفا نمایند (اکبری، ۱۳۷۸). در نتیجه افزایش ظرفیت تحقیقات و تکنولوژی کشور برای تبدیل دستاوردهای علمی و یافته‌های فناورانه به موفقیت‌های صنعتی و تجاری و اشتغال‌زایی به نقش کارآفرینی دانشگاه‌ها وابسته می‌باشد. لذا، رویکرد حاکم بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی و مشاوره‌ای، رویکردی نیازگرا در تعامل با سازمان‌های بیرونی دانشگاه می‌باشد.

اگر به روند رشد و توسعهٔ جهانی توجه داشته باشیم، درمی‌یابیم که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به‌طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود و کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعهٔ اقتصادی به‌شمار می‌آید؛ به‌طوری‌که در غرب و برخی کشورهای دیگر، دو دههٔ اخیر، دهه‌هایی طلایی کارآفرینی نام گرفته است (تسنیمی و همکاران، ۱۳۷۶). علاوه بر ضعف نظام آموزشی دانشگاه‌ها در آموزش مفاهیم کارآفرینی، عدم ساختارهای مکمل جهت ایجاد زیرساختار فیزیکی برای توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان از ضعف‌های دیگر این نظام می‌باشد. تکمیل ساختارهای آموزشی که به‌منظور آشناسازی دانشجویان نسبت به مسائل کسب و کار و تربیت و تقویت روحیهٔ کارآفرینی ایجاد می‌شوند، آماده‌سازی روحی و روانی فارغ‌التحصیلان برای ورود به عرصه‌های اقتصادی را هدف می‌گیرند. بسترهای توسعهٔ کارآفرینی به‌منظور فراهم آوردن شرایط فیزیکی لازم برای ورود این فارغ‌التحصیلان کارآفرین ایجاد می‌شود و ایجاد حرفه‌های اقتصادی را هدف می‌گیرند. از جمله ساختارهایی که در بسیاری از کشورها برای این منظور تجربه شده‌اند، مراکز رشد تجاری و فناوری (انکوباتورها) هستند. مروری بر تجربهٔ مراکز آموزش عالی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که این مراکز با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که در آن قرار گرفته‌اند به یکی از این راه‌حل‌ها پرداخته‌اند و یا دوره‌های آموزشی با عنوان کارآفرینی راه‌اندازی کرده‌اند و یا اقدام به ایجاد یک مرکز رشد در دانشگاه نموده‌اند. در بسیاری از موارد نیز این دو راهکار به‌طور همزمان به‌کار گرفته می‌شود. پیش‌بینی مکانیزم‌های لازم در بهره‌گیری از این به‌صورت تکمیل‌کنندهٔ یکدیگر از جمله مسائلی است که نقش به‌سزایی در اثر بخشی این راه‌حل‌ها دارد. نظام آموزش عالی کشور در یکی دو سال اخیر به موضوع تقویت و توسعهٔ روحیهٔ کارآفرینی در دانشجویان توجه ویژه‌ای مبذول داشته و اقدام به سرمایه‌گذاری اولیه در اجرایی کردن این دو راه‌حل نموده است. کارآفرینی موضوعی است که امروزه توجه بیشتر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان امور کشورهای مختلف را جلب کرده است. اغلب کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که برای کسب موفقیت اقتصادی در عرصهٔ ملی و بین‌المللی و عرضهٔ خدمات و تولید محصولات در سازمان‌ها و شرکت‌ها نیاز مبرم به توسعهٔ کارآفرین است تا به‌عنوان عامل اصلی تغییر و محرک اصلی توسعه، حرکت‌هایی را آغاز کند و منجر به خلاقیت و نوآوری مستمر شود. ازاین‌رو، در یک

گسترهٔ وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران) باید به کا رآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند (رحیمی،۱۳۸۰)

آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علی‌رغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزایندهٔ آن در اقتصاد جهانی کمتر به آموزش این موضوع پرداخته می‌شود. از طرف دیگر، تحقیقات انجام‌شده، تأکید می‌کند که فرآیندها و برنامه‌های آموزشی خاصی می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارت‌های خاص، راهی را که افراد در گذشته احتمالاً با سعی و خطا و گذشت زمان طولانی به آن می‌رسند، بسیار کوتاه نموده و به‌سرعت یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرینی بالفعل تبدیل کند (شرفی و همکاران۱۳۹۰).

بر این اساس کشورهای زیادی بر لزوم تربیت کارآفرینان از طریق القای مؤلفهٔ کارآفرینی در سیستم آموزشی به‌خصوص در سطوح عالی تأکید دارند. امروزه اغلب مؤسسات آموزشی مجموعهٔ کاملی از دوره‌های آموزشی کارآفرینی را تهیه و ارائه می‌کنند؛ همچنین بسیاری از آنها در حال توسعهٔ برنامه‌ها و طراحی رشته‌های مربوط به کارآفرینی و مدیریت شرکت‌های کوچک هستند. با توجه به آنچه بیان تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به‌واسطه توسعهٔ کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. با عنایت به پدیدهٔ جهانی شدن اقتصاد، برخی عقیده دارند که «بازارهای جهانی فرد از آن شرکت‌هایی است که به ریسک‌پذیری کارآفرینان بها می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پرتلاشند و در خط‌مشی‌گذاری، شرایط محیطی را مدنظر قرار می‌دهند.» برهمین‌اساس، توسعهٔ کارآفرینی از جنبه‌های گوناگون مدنظر قرار گرفته است. آموزش، یکی از جنبه‌های مهم در گسترش کارآفرینی است که مورد توجه ویژه‌ای واقع شده است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته ثابت شده که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است و نه توارثی و از این‌رو در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه و مؤسسات آموزشی تبدیل شده است. اهدافی که در برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان پیگیری می‌شود، عبارتند از: تربیت کارآفرینان جدید، هدایت کارآفرینان به سمت کسب مهارت‌های لازم و ارائه مهارت‌های لازم به آنان به‌منظور بالا بردن میزان موفقیت آنان در کسب و کارهایی که شروع می‌نمایند (اکبری، ۱۳۷۶).

امروزه در بسیاری از مؤسسات آموزش عالی، آموزش کارآفرینی را به‌عنوان لازمهٔ رشد نیروی انسانی مطرح می‌کنند. مطالب ذکرشده اهمیت مراکز آموزشی را در توسعهٔ کارآفرینی، نهادینه کردن و ایجاد محیط مناسب برای تشویق نوآوری یادآور می‌شود. مؤسسات آموزشی می‌توانند با استفاده از شیوه‌های مختلف ازجمله فرهنگ‌سازی، انجام تحقیقات علمی، برگزاری دوره‌های آموزشی و نیز ایجاد مراکز حمایت از کارآفرینی گام مهمی در تحقق این مأموریت خطیر بردارند (رحیمی،۱۳۸۰).

آموزش عالی برای پرورش افراد کارآفرین نیازمند ارائهٔ آموزش‌هایی چون دانش کاربردی یعنی دانشی که شخص بتواند مهارت‌های لازم برای یک شغل را به‌دست آورد، مهارت‌های

کسب و کار (مدیریت، اینترنت، بازرگانی، مالی و چگونگی تأسیس شرکت) و توانایی کارآفرینانه (کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری) می‌باشد. از طرف دیگر، آموزش عالی از طریق بسترسازی فرهنگی باعث می‌شود تا اقبال عمومی از کارآفرینی افزایش یافته و خطرات غیرمالی فرآیند کارآفرینانه کاهش یافته و در ارزیابی ریسک- پاداش، وزنه به طرف کارآفرینی سنگین‌تر شود.

مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی

کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه، باید یک شیوهٔ زندگی دانست که با ایجاد و انتقال آن به نسل جدید، بسیاری از مشکلات و آسیب‌های اجتماعی موجود برطرف می‌شود. براساس تعریف John Sawyer در سال ۱۹۵۸، کارآفرینی نه تنها در واحدهای کسب و کار، که در سایر سازمان‌ها و در همهٔ وظایف و کارها، چه کارهای کاملاً نوآورانه یا کاملاً ساده می‌تواند دیده شود. وقتی این‌گونه بنگریم که کارآفرینی نه تنها جزئی از زندگی، بلکه خود زندگی است که باید از حرکت و پویایی لازم برخوردار باشد، به جای آنکه فعالیت و رشد اندیشهٔ فراگیران را در فرآیند یاددهی و یادگیری، با رفتارهای خشک، فشرده و تکراری مسدود نماییم و فرصت اندیشیدن را از آنان بگیریم، شرایط را به‌گونه‌ای فراهم می‌سازم که تمام افراد به تلاش و اندیشه بپردازند، که در این راستا نقش آموزش عالی به دلیل تأثیرات بنیادین آن در تحولات اجتماعی بسیار بااهمیت است (تسنیمی،۱۳۷۶). دانشگاه، نقش بالقوه و واقعی در توسعهٔ اقتصادی کشورها دارد. ماهیت جدید رقابت‌های بین‌المللی، این نقش را به‌طور بنیادی تغییر می‌دهد و اگر آنها نتوانند به نهادها و دانشگاه‌های کارآفرین تبدیل شوند در توسعهٔ ملی و منطقه‌ای و رقابت شکست خواهند خورد. استفادهٔ دانشگاه‌ها از علم و دانش به ماهیت کارآفرینی آنها بستگی خواهد داشت. به‌دلیل مشکلات موجود در انتقال علم و به‌دلیل وجود شبکه‌های مختلف اقتصادی، استفاده از دانش جدیدی که بر مبنای اصول علمی ایجادشده، می‌تواند یک عامل مهم و قوی برتری منطقه‌ای باشد. بنابراین، کارآفرین ساختن دانشگاه‌ها، تأثیر قوی و مثبت بر توسعهٔ منطقه‌ای دارد (احمدپور،۱۳۷۸). دانشگاه‌ها به‌دنبال حفظ یا تقویت جایگاه رقابتی خود همراه با فعالیت‌هایی بوده‌اند که هدفشان جذب بیشتر دانشجویان جهت نیل به موفقیت است. به‌علاوه آنها باید فعال و نوآور باشند و توان پذیرش ریسک را داشته باشند، آنها باید یک رویکرد جامع ارزیابی را اتخاذ کنند و آن‌را با کارآفرینی استراتژیک خود یکپارچه کنند. دانشگاه کارآفرین یک مؤسسه خودمولد است و در روند گذر از سازمان مبتنی بر هدایا و وابسته به فضای نهادهای دیگر برای منابعش می‌باشد. انجام تحقیقات مرتبط اقتصادی، دانشگاه را وادار به برقراری ارتباط با محیط بیرونی می‌سازد. دانشگاه‌های کارآفرین موقعیت و قانون‌گذاری و دسترسی‌شان به منابع عمومی را افزایش می‌دهند. در چنین فضایی تبدیل دانش به کالای اقتصادی از سوی مؤسسات دولتی، بخش خصوصی و دانشگاه‌ها ترغیب می‌شود (اکبری،۱۳۷۸).

یادگیری کارآفرینانه: رویکردی نوین در یادگیری سازمانی

توجه بسیارکمی به یادگیری در زمینهٔ کارآفرینی و ادبیات یادگیری سازمانی شده است. اولین رویکرد اساسی یکپارچه به موضوع یادگیری کارآفرینانه مربوط به ویژه‌نامهٔ مجلهٔ تئوری

و عمل کارآفرینی می‌باشد. مقالات این ویژه‌نامه، قلمرو محدودی از موضوعات یادگیری کارآفرینانه مانند مرور کلی و مفهومی یادگیری برای شناخت و تفکر دربارهٔ پدیدهٔ کارآفرینی شناسایی و تشریح مفاهیم یادگیری بین سازمانی در زمینهٔ تشخیص فرصت کارآفرینانه را شامل می‌شود.

کلیهٔ مباحث مرتبط با یادگیری با درک این مسأله که یادگیری دقیقاً شامل چه مواردی می‌شود همراه است. زمانی که از مفهوم یادگیری در کنار کارآفرینی استفاده می‌شود، منظور این است که شناسایی فرصت‌ها، بهره‌برداری از فرصت‌های شناخته‌شده و غلبه بر موانع سنتی در سازماندهی و مدیریت کسب و کارهای جدید را یاد بگیریم. در واقع، کارآفرینی در جستجوی درک این مطلب است که چگونه می‌توان چیز تازه‌ای خلق کرد. از این‌رو، کارآفرینی با تشخیص یک فرصت آغاز می‌شود و از طرفی تشخیص فرصت‌ها بستگی به توانایی سازمان در کسب دانش و یادگیری از محیط اطرافش دارد (مشدئی و همکاران، ۱۳۹۰).

به‌طورکلی، یادگیری و به‌کارگیری شیوه‌های نوین تولید و عرضه را که با خطرپذیری و نوآوری همراه باشد را یادگیری کارآفرینانه می‌گویند. در تعریفی دیگر، یادگیری کارآفرینانه عبارت است از شناسایی و تشخیص فرصت‌ها، از طریق تعامل اجتماعی و ابتکار و در نهایت مدیریت و سازماندهی کردن کسب و کارها و ایده‌های جدید.

دیوید رای، مدل مفهومی یادگیری کارآفرینانه را با توجه به دو عامل زمان و توسعهٔ ظرفیت‌های کارآفرینانه ارائه کرد. در این مدل عواملی از جمله خودباوری و اعتماد به نفس ارزش‌ها و انگیزه‌ها، موفقیت‌ها، اهداف روشن مورد بحث قرار می‌گیرد. یادگیری کارآفرینانه غالباً فرآیندی مستمر است که دانش مورد نیاز برای اثربخشی و ادارهٔ کسب و کارهای جدید را تأمین کرده توسعه می‌دهد. در یادگیری کارآفرینانه، افراد به دنبال کسب اطلاعات جدید از طریق جستجو، بررسی پدیده‌های نو و جدید، نوآوری و تجربیات شبکه‌ها و سایر منابع اطلاعاتی می‌باشند. با توجه به افزایش اثربخشی تشخیص فرصت به‌عنوان یکی از پیامدهای یادگیری کارآفرینانه، این سؤال طرح می‌شود که چرا بعضی از افراد توانایی کشف فرصت‌های کارآفرینانه را دارند و برخی دیگر فاقد این توانایی هستند (پورداریانی۱۳۸۸).

یادگیری کارآفرینانه در سطوح مختلف ظاهر می‌شود براساس دیدگاه‌ها و نظریات صاحب‌نظران مختلف، یادگیری کارآفرینانه را می‌توان در دو سطح تحلیل کرد.

یادگیری کارآفرینانهٔ فردی

در این سطح خود فرد کارآفرین درگیر یادگیری می‌شود. همان‌طور که اسمایلور(۱۹۹۷) بیان می‌دارد، کارآفرینان اثربخش، یادگیرندگان فوق‌العاده هستند. آنها از هر چیزی یاد می‌گیرند، از مشتریان، همکاران، کارکنان.

یادگیری کارآفرینانهٔ سازمانی

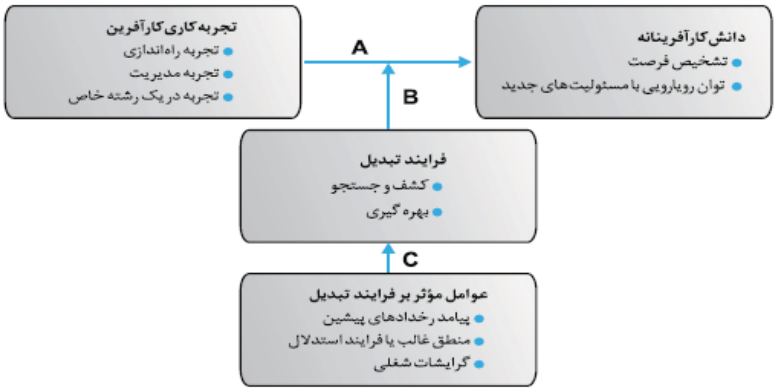
یادگیری سازمانی شامل کسب، پردازش و بهره‌برداری دانش نوین توسط سازمان می‌باشد. اما یادگیری سازمانی کارآفرینانه به‌عنوان یک مفهوم جدید از ترکیب دو حوزهٔ یادگیری سازمانی و کارآفرینی ایجاد شده است (زالی و همکاران،۱۳۸۸).

فرآیند یادگیری کارآفرینانه

ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که بسیاری از یادگیری‌ها که در یک زمینهٔ کارآفرینانه رخ می‌دهد، دارای ماهیت تجربی هستند. این امر بدین معنا است که فرآیند پیچیده‌ای که کارآفرینان از تجربیات خود می‌آموزند، برای افزایش شناخت‌شان از یادگیری کارآفرینانه بسیار اهمیت دارد. یادگیری کارآفرینانه اغلب به‌عنوان فرآیند مستمر تسهیل توسعهٔ دانش لازم برای اثربخش بودن در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای جدید می‌باشد. به هر حال اگرچه تلاش‌های گسترده‌ای در بررسی اثرات بالقوه یادگیری بر تجربهٔ کارآفرینان انجام شده است، اما تلاش‌های بسیار کمی برای تمایز بین تجربهٔ کارآفرینانه و تجربهٔ دانش کارآفرینانه یا آنچه که روبر (۱۹۹۰) آن را دانش کسب‌شدهٔ تجربی می‌نامد، انجام گردیده است (کیا کجوری و همکاران، ۱۳۸۸).

نقطهٔ آغاز مطالعه فرآیند یادگیری کارآفرینانه با بررسی تفاوت میان کارآفرین و دانش اکتسابی او آغاز می‌شود. بدین ترتیب می‌توانیم فرآیند تجربی که از طریق آن تجربهٔ فردی یک کارآفرین به شکل مستمر به دانش تبدیل می‌شود را مورد مطالعه قرار دهیم.

این چارچوب نشان می‌دهد که ما علاوه بر بررسی پیوند میان تجربهٔ شغلی کارآفرین و تکوین دانش کارآفرینانه (A) باید به موارد دیگر نیز توجه کنیم. در شکل (B) دانش تکوین‌شده و(C) عوامل مؤثر بر فرآیند تبدیل می‌باشد. (شکل۱)



شکل۱. چارچوب مفهومی‌یادگیری کارآفرینانه به‌عنوان یک فرآیند تجربی Diamanto politis 2008

منابع یادگیری کارآفرینانه

این قسمت که تحت عنوان یک مدل طراحی شده است (شکل۲) یادگیری عملی فعال، یادگیری تئوریک رسمی و یادگیری اجتماعی هرسه از منابع یادگیری کارآفرینانه می‌باشند.

- **یادگیری عملی فعال**

در این یادگیری عملی فعال، فرد از طریق حل مسأله، آزمایش تجربی و آزمون و خطا، از نتایج حاصله یاد می‌گیرد.

- **یادگیری تئوریک رسمی**

در حالت تئوریک رسمی، یادگیری از طریق تحصیلات و مطالعات دانشگاهی، آموزش و تحقیقات کتابخانه‌ای و اینترنتی صورت می‌گیرد.

- **یادگیری اجتماعی**

در این مدل شبکه و کارآفرینان، کلیهٔ رقبا، متخصصان، ناظران، مشتریان و عرضه‌کنندگان از منابع یادگیری می‌باشند (زالی و همکاران،۱۳۸۸).



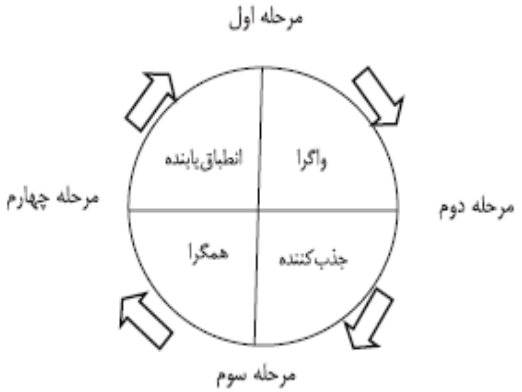
شکل ۲.مدل منابع یادگیری کارآفرینانه David Rae,2007

یادگیری تجربی

هماهنگی سبک‌های یادگیری فراگیران با روش‌های تدریس یکی از اقداماتی است که در بهبود کیفیت کلاس درس و دوره‌های آموزشی نقش مؤثری ایفا می‌کند .چراکه موجب یادگیری اصیل، عمیق و پایدار می‌شود. مدیران، مجریان و آموزشگران می‌توانند پیش از تشکیل کلاس درس، سبک یادگیری فراگیران را تعیین و زمینه‌های هماهنگی آن را با روش‌های تدریس فراهم سازند. در واقع، آموزشگران باید با آگاه شدن از سبک‌های یادگیری فراگیران سعی در انطباق دادن روش‌های تدریس خود با سبک‌های یادگیری آنها کنند. از آنجایی که دانشجویان دارای سبک‌های یادگیری متفاوتی هستند و این سبک‌های مختلف بر یادگیری و پیشرفت تحصیلی آنها تأثیر می‌گذارد، لذا، لازم است آموزشگران از چگونگی این سبک‌ها و روش‌های تدریس منطبق و مناسب با آنها آگاه باشند تا فراگیران خود را در استفادهٔ بهتر از سبک‌های مختلف یادگیری یاری رسانند (منفرد،۱۳۸۸).

صاحب‌نظران روان‌شناسی پرورشی سبک‌های یادگیری را از دیدگاه‌های مختلفی دسته‌بندی کرده‌اند. یکی از این دسته‌بندی‌ها در سال‌های ۱۹۸۴-۸۹ توسط دیوید کلب و ران فرای ارائه شده است. ایشان در نظریهٔ یادگیری تجربی تأکید فراوانی بر نقش تجربه در یادگیری دارند. در این نظریه، یادگیری فرایند فعال تعامل شخص با محیط و موقعیت‌های

زندگی است. او معتقد است افراد به‌طور متفاوتی یاد می‌گیرند این نظریه یادگیری، چرخه‌ای است متشکل از چهار مرحله که پشت سرهم اتفاق می‌افتد. (شکل۳)



شکل۳. چرخهٔ یادگیری تجربی

سیف این سبک‌ها و فراگیرانِ آنها را به نقل از کلب و فرای این‌چنین توصیف می‌کند سبک یادگیری واگرا از ترکیب دو مرحلهٔ یادگیری تجربهٔ عینی و مشاهده تأملی حاصل می‌شود. افراد دارای این سبک یادگیری، موقعیت‌های عینی را از زوایای مختلف می‌بینند. رویکرد آنان نسبت به موقعیت‌ها، مشاهده کردن است تا عمل کردن. این افراد موقعیت‌هایی را که نیاز به ابراز اندیشه‌های متنوع دارند، می‌پسندند و به جاذبه‌های متنوع فرهنگی و جمع‌آوری اطلاعات علاقه نشان می‌دهند .از آنجایی که این افراد قادر به تولید اندیشه‌های گوناگون هستند سبک آنها را واگرا می‌نامند .به طور کلی،افراد دارای سبک یادگیری واگرا از قدرت تخیل و احساس زیادی برخوردارند که این ویژگی‌ها برای موفقیت در فعالیت‌های هنری و امور تفریحی مفیدند .سبک یادگیری جذب‌کننده از ترکیب دو مرحله یادگیری مشاهده تأملی و مفهوم‌سازی انتزاعی به دست می‌آید .افراد دارای این سبک یادگیری در کسب و درک اطلاعات گسترده و تبدیل آن به صورتی خلاصه، دقیق و منطقی توانا هستند . این افراد به طور عمده بر اندیشه‌ها و مفاهیم انتزاعی تأکید می‌ورزند .از دیدگاه این افراد، نظریه‌هایی که از لحاظ منطقی درست هستند بر نظریه‌هایی که قابلیت کاربرد عملی دارند ترجیح داده می‌شوند .علت نامیدن این سبک یادگیری به جذب‌کننده آن است که افراد دارای این سبک قادر به دریافت داده‌های گوناگون و سازمان دادن به آنها هستند .افراد دارای این سبک یادگیری در مشاغل علمی‌و اطلاعاتی موفق ترند .سبک یادگیری همگرا از ترکیب دو مرحله یادگیری مفهوم‌سازی انتزاعی و آزمایشگری فعال تشکیل می‌شود .افراد دارای این سبک در یافتن موارد استفاده عملی برای اندیشه‌ها و نظریه‌ها کارآمدند .به سخن دیگر، کسانی که از این سبک یادگیری بهره‌مندند در حل مسائل و تصمیم‌گیری براساس راه حل‌هایی که برای مسائل می‌یابند، توانا هستند .اینگونه افراد ترجیح م یدهند که با مسائل و تکالیف فنی سروکار داشته باشند تا موضوع‌های اجتماعی و بین فردی .از آنجا به افراد دارای

این سبک همگرا می‌گویند که وقتی با مسئله ای روبه رو می‌شوند به سرعت برای یافتن را ه حل درست می‌کوشند یا کوشش‌های خود را بر آن راه حل واحد متمرکز می‌کنند .همچنین افراد دارای سبک یادگیری همگرا در کارهای تخصصی و تکنولوژیکی موفق تر هستند. سبک یادگیری انطباق یابنده از ترکیب دو مرحله یادگیری آزمایشگری فعال و تجربه عینی به دست می‌آید .افراد دارای این سبک یادگیری از تجارب دست اول می‌آموزند و از اجرای نقشه و درگیر شدن با اعمال چالش انگیز لذت م یبرند.(پاپ زن و همکاران،۱۳۹۰).این افراد بیشتر از اینکه به تحلی لهای منطقی بپردازند امور محسوس را ترجیح می‌دهند .همچنین این افراد در حل مسائل به اطلاعاتی که از دیگران به دست می‌آورند وابسته اند تا به اطلاعاتی که خودشان از راه تحلیل‌های تخصصی کسب می‌کنند .سببِ نامیدن این سبک به انطباق یابنده این است که افراد دارای این سبک در انطباق یافتن با موقعیت‌های جدید توانا هستند .افراددارای این سبک یادگیری در مشاغل بازاریابی و فروشندگی موفق تر از دیگران عمل می‌کنند.یادگیری تجربی یکی از انواع یادگیرهای اکتشافی می‌باشد(مارشال، ۱۹۹۸، بون و دیگران ۲۰۰۱)روش یادگیری تجربی، یک فرایند جامع بوده که از تجربه سرچشمه می‌گیرد .این روش یادگیری ضمن آن که یک رابطه متقابل بین فرد و محیط او برقرارمی‌نماید، این امکان را برای او ایجاد می‌کند تا با این محیط تطبیق پیدا کند که همراه با تجربه کردن درمحیط، به کسب دانش بپردازد.یادگیری تجربی نوعی یادگیری است که یادگیرنده بصورت مستقیم با واقعیت‌های مورد آموزش تماس دارد و یا درگیر کردن فراگیران در انجام کار و فکر کردن درباره آن‌چیزی که انجام می‌دهند.(پاپ زن و همکاران،۱۳۹۰). با توجه به توصیفی که از یادگیری تجربی صورت گرفت، این رهیافت می‌تواند فراهم‌کننده فرصتی برای آموزش کارآفرینانه به صورت علمی‌و تجربی باشد.

نتیجه گیری

یادگیری کارآفرینی تبدیل به ابزار نیرومندی در جهت ایجاد فرصت‌های مناسب شده که بهره گیری از آنها می‌تواند باعث رفع مشکلاتی همچون اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، نزول چشمگیر بهره وری، افزایش رقابت و.... می‌شود که از این‌رو، کشورها یادگیری را در اولویت برنامه‌های توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی خود قرار داده‌اند. در یادگیری کارآفرینی عامل مهمی در پرورش انسان‌های متفکر، خلاق، تحول‌آفرین و ریسک‌پذیر در بخش‌های مختلف است و با توجه به رشد سریع در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و علمی جهان نیروهای کارآفرین می‌توانند در این رقابت قطب‌های مختلف پویا و پاسخگوی نیازهای جامعه باشند. در بحث یادگیری کارآفرینی مدل‌های زیادی ارائه شده است. نقطه مشترک تمامی مدل‌های یادگیری کارآفرینی مستقل بر فرد است و براساس جمع‌بندی مطالب با ارائهٔ این مدل یادگیری کارآفرینی فرد را برای این‌که یک کارآفرین موفق باشد را نشان دهد و با بهره‌گیری از این چهارچوب (خلاقیت- فرصت-خطرات- سودآوری) بتواند راه‌کارهای موفقی در رسیدن به اهداف سازمانی ارائه دهد. مدیران عالی سازمان بایستی به مفهوم کارآفرینی به‌طور اعم و یادگیری کارآفرینی به‌طور اخص حساس باشند و آن را به‌عنوان یکی از عوامل عمده برای بقاء و رشد سازمان در شرایط پرتلاطم و شدیداً رقابتی دنیای امروز درنظر بگیرند. هستهٔ

اصلی کارآفرینی نوآوری است و نوآوری در سازمان‌ها لزوماً یک فرایند پایین به بالا است. کارآفرینی سازمانی تنها وقتی به وقوع می‌پیوندد که سطوح پایین‌تر سازمان نوآوری داشته باشند. اما تنها وقتی که به کارکنان اختیار لازم داده می‌شود و آنها تشویق می‌گردند، کارآفرینی سازمانی امکان بقاء خواهد یافت. بنابراین، تعهد به کارآفرینی یک فرایند بالا به پایین است. تشویق به کارآفرینی می‌تواند از هرجا (چه درون و چه بیرون سازمان) باشد، اما دادن اختیار لازم به سطوح پایین‌تر تنها از مدیریت عالی سازمان صادر می‌شود.

آموزش کارآفرینی مقولهٔ مهمی است که کشورهای پیشرفته در فرایند توسعهٔ اقتصادی - اجتماعی نسبت به آن توجه جدی مبذول داشته‌اند و پرورش کارآفرینان را در اولویت برنامه‌های توسعهٔ خود قرار داده اند. مطالعات نشان می‌دهد که برنامه‌های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست‌گذاری و پشتیبانی‌های اجرایی دولت‌ها به سرانجام رسیده است. این سیاست‌گذاری‌ها و پشتیبانی‌ها شامل: فرهنگ‌سازی و ترویج روحیهٔ کارآفرینی، اصلاحات ساختاری و نهادسازی، ایجاد مؤسسات آموزشی دولتی -خصوصی، کمک به راه‌اندازی و ادارهٔ پرورشگاه کسب و کار کوچک، آموزش کارآفرینی از طریق مدارس، دانشگاه‌ها و آژانس‌های دولتی، آموزش کارآفرینی از طریق آموزش‌های از راه دور و رسانه‌ای، مشاوره‌های مالی - فنی و مدیریتی و اطلاع‌رسانی دولتی بوده است. باتوجه به تجربیات سایر کشورها می‌توان نتیجه گرفت که بایستی پرورش کارآفرینان در کشور را به‌عنوان گام اولیهٔ توسعه تلقی کرد که این مهم بدون ایفای نقش فعالانهٔ دولت محقق نخواهد شد. هرچند که در برنامهٔ سوم توسعهٔ اقتصادی - اجتماعی جمهوری اسلامی ایران، مبحث کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی موردتوجه قرار گرفته است، ولی به هرحال پرداختن به مقولهٔ آموزش کارآفرینی نیازمند مکانیسم‌های اجرایی و عزم ملی در سایهٔ همکاری دولت و بخش خصوصی است. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل توسعهٔ کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش‌آمده را به سلامت پشت سر گذاشته و بحران‌هایی که وقوع آنها را در آینده پیش‌بینی می‌کردند را مهار نمایند. این کشورها به سه دلیل مهم ایجاد و توسعهٔ تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و ایجاد اشتغال برای موضوع کارآفرینی اهمیت قائل شده و به آن پرداخته‌اند (رزاقی بورخانی و همکاران،۱۳۸۹). امروزه یکی از چالش‌های پیش‌روی جوامع مختلف، دانش‌آموختگان فاقد توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه اندازی کسب و کار مناسب است. این امر، آماده سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را به‌وسیلهٔ توسعهٔ فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می‌سازد. از این‌رو، مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌ها می‌بایست با ارائهٔ برنامه‌های مناسب برای تربیت نیروهای متخصص و کارآفرین در توسعهٔ کارآفرینی و گسترش فعالیت‌های نوآورانهٔ اجتماعی و اقتصادی، پرورش و آماده ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و ماهر به‌منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های گوناگون نقش اساسی ایفا نمایند. به‌طورکلی، نظام آموزشی از دبستان تا دانشگاه مهم‌ترین عامل توسعه به‌ویژه توسعهٔ انسانی و تربیت نیروی انسانی متخصص است. آنچه در این زمینه باید مورد

توجه واقع شود، این نکته است که آموزش‌ها و کیفیت آنها باید با نیازهای واقعی جامعه تناسب و هماهنگی داشته باشد.

با توجه به نقش کارآفرینی در گسترش فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی و اقتصادی، امید می‌رود دانشگاه‌ها با تلاش بیشتر، برنامه‌های متناسب برای تربیت نیروهای متخصص و کارآفرین تنظیم و اجرا کنند. زیرا اساسی‌ترین عامل پایداری نظام آموزش عالی (دانشگاه)، پرورش و آماده‌ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و ماهر به‌منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های گوناگون است. امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌های خارجی تبدیل شده است. آنچه در این دوره‌ها بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، اهداف آموزشی، مناسب‌بودن محتوای دوره‌های آموزشی، کارآفرینانه بودن شیوه‌های تدریس، ایجاد و گسترش مفهوم و فرهنگ کارآفرینی در محیط دانشگاه، ایجاد تحرک برای توسعهٔ اقتصادی، ترغیب دانشگاه‌ها به برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزش کارآفرینی، گسترش پژوهش‌ها در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان، حمایت‌های اطلاعاتی، مشاوره‌ای و مالی لازم به‌منظور راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی دانشجویان و دانش‌آموختگان، ترکیب اعضای برگزارکنندهٔ دوره‌ها و فعالیت‌های آموزشی کارآفرینی، اثربخشی دوره‌های کارآفرینی و تطبیق و هماهنگی دوره‌های آموزشی و موارد یادشده با یکدیگر به‌منظور تربیت دانشجویان و دانش‌آموختگان کارآفرین است.

یادگیری تجربی کارافرینانه بر فراهم‌سازی یادگیری عملی و تجربی به‌منظور ارتقای دانش، بینش و مهارت دانشجویان در زمینهٔ خوداشتغالی، کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار از طریق پروژه‌های عملی، کارآموزی در کسب وکارهای کارآفرین، استاد- شاگردی در محضر کارآفرینان، طراحی و اجرای پروژه‌های کسب‌وکار دانشجویی به صورت تیمی و نظایر آن ممکن می‌شود. به هرحال، این رهیافت مؤید این نکته است که ارتقاء قابلیت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار دانشجویان نه بر مبنای مباحث نظری و کلاس‌های درسی و شیوه‌های معمول سخنرانی، بلکه از طریق یادگیری تجربی در جریان توسعهٔ کسب و کار[1] ممکن و مقدور می‌باشد.

منابع

منفرد، نوذر (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر به‌کارگیری تجربی توسط کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی بوشهر. فصل‌نامهٔ پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شمارهٔ ۱۱، زمستان ۸۸ صفحهٔ ۴۶-۳۹

شرفی، محمد؛ مقدم، مینا؛ مزبوحی، سعید.(۱۳۹۰) برنامهٔ درسی آموزش کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و شیوهٔ ارزشیابی. مجلهٔ ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال اول، شمارهٔ ۳، پاییز ۱۳۹۰. صفحهٔ ۱۳۰-۹۸.

زالی، محمد؛ مدهوشی، مهرداد؛ مخبر، مژده (۱۳۸۸).یادگیری کارآفرینانه، رویکردی نوین در یادگیری سازمانی. ماهنامهٔ اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شمارهٔ ۱۰۷-۱۰۶، فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۸، صفحات ۲۵-۱۶.

1. Learning by entreprise development

زالی، محمد؛ مدهوشی، مهرداد؛ مخبر، مژده (۱۳۸۸).یادگیری کارآفرینانه، رویکردی نوین در یادگیری سازمانی. مجلهٔ صنعت و کارآفرینی، شمارهٔ ۴۲، آبان۱۳۸۸، صفحهٔ ۴۷-۴۵.
پاپ زن، عبدالحمید؛یعقوبی، جعفر؛ فکری مهین، شهاب؛ سپه پناه، مرجان(۱۳۹۰). تحلیل مراحل و سبک‌های یادگیری دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی براساس تئوری چرخهٔ یادگیری تجربی. دوفصل‌نامهٔ انجمن آموزش عالی ایران. سال سوم، شمارهٔ۴، بهار و تابستان ۱۳۹۰ ، صفحهٔ ۱۹۴-۱۷۰.
کیاکجوری،کریم؛ رودگرنژاد، فروغ (۱۳۸۸). ارائهٔ چارچوب مفهومی از فرآیند یادگیری کارآفرینانه. مجلهٔ مدیریت توسعه و تحول، شمارهٔ ۳،۱۳۸۸، صفحهٔ ۵۲-۴۳.
مشدئی، علی؛ تقوی، زهرا؛ مشدئی، امیر. بررسی الگوهای رفتاری یادگیری کارآفرینانه با رویکرد شایستگی. مجلهٔ مدیا، شمارهٔ ۵، تابستان ۱۳۹۰، صفحات ۳۵-۲۳.
پورداریانی، احمد؛ مقیمی، محمد (۱۳۸۸). نقش دولت در توسعهٔ آموزش کارآفرینی.، مجلهٔ تدبیر.
احمدپور محمود. پروژهٔ بررسی تجارب موفق، سیاست‌ها و برنامه‌ها و اقدامات ده کشور جهان در زمینهٔ توسعه و ترویج کارآفرینی، سال ۱۳۷۸.
رزاقی بورخانی، فاطمه؛ اسدی، علی (۱۳۸۹). واکاوی جایگاه نظام آموزش عالی در توسعهٔ کارآفرینی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری.
رحیمی، حسین، «ضرورت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها»، چکیدهٔ مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی- تحقیقاتی کشور. (۱)، تهران: مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی،۱۳۸۰، ص ۶۱.
تسنیمی، عباسعلی، وسجادی، سید مهدی «شیوه‌های ارتقاء جایگاه آموزش عالی دولتی»، مجلس و پژوهش، شمارهٔ ۲۳، سال پنجم، دی و بهمن۱۳۷۶، ص ۲۹۰.
رحیمی، غلامحسین، «سازماندهی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها»، چکیدهٔ مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی کشور (۲)، تهران: مؤسسهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۰، ص۵۰.
اکبری، کرامت اله. نقش نام آموزش در توسعهٔ کارآفرینی، مجلس و پژوهش، شمارهٔ ۲۶، سال۸، دی ماه ۱۳۷۸، صفحهٔ ۱۵۰.