

بررسی اثرگذاری شخصیت و روش مدرسان کارآفرینی بر انگیزش دانش جویان در راه اندازی کسب و کار جدید

کامبیز طالبی^{۱*} - محمدرضا زارع یکتا^۲

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۳/۲۵، تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۲/۲۲)

چکیده

توسعه کارآفرینی از نیازهای اساسی برای توسعه کشورهای در هم‌پوشی زمین‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی در عصر حاضر بوده و تجربه نشان داده است که در توسعه کارآفرینی، آموزش در کنار سایر عوامل تسهیل کننده، جایگاهی منحصر به فرد دارد. با وجود این که تاکنون تحقیق‌های بسیاری در زمینه آموزش کارآفرینی انجام شده و روابط میان آموزش و موفقیت در امر کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید به تفصیل بیان شده اما تحقیق‌های قابل توجه در زمینه شیوه تدریس مباحث کارآفرینی و ویژگی‌های مدرسان این رشته وجود نداشته و یا بسیار کم است. از طرفی ایجاد انگیزه در دانش‌جویان به منظور افزایش بهره‌وری آن‌ها، با استفاده از نظام‌های مختلف از مهم‌ترین وظایف مدرسان است. در این تحقیق که طی دو سال در یکی از واحدهای دانشگاه جامع علمی کاربردی انجام شده و جامعه آماری آن ۲۱۶ نفر بوده و همگی آزمون شده‌اند، به بررسی صفات شخصیتی و انگیزشی مدرسان کارآفرینی هم‌چون موارد زیر پرداخته شده است: ابتکار عمل، قاطعیت، اعتماد به نفس، مهارت‌ها، تجربه کارآفرینی، تسلط بر مثال‌ها و مصداق‌های عینی، شناخت محیط کسب و کار، آشنایی واقعیت‌های موجود و کمبودها، آگاهی از موانع ورود، شیوه تدریس مباحث مختلف در این واحد درسی. هم‌چنین روابط عوامل یادشده با ایجاد انگیزه در دانش‌جویان برای راه‌اندازی کسب و کار با آزمون‌های میانگین، هم‌بستگی و رتبه‌بندی فریدمن به وسیله نرم‌افزار SPSS اجرا، محاسبه و بررسی شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: طراحی آموزشی، شخصیت، اثربخشی، انگیزش

مقدمه

در چند سال اخیر، با پیشرفت جوامع و ایجاد مشاغل و سازمان‌های متعدد، ضرورت آموزش بیش از پیش نمایان شده که در حال حاضر بقای سازمان‌ها منوط به بهره‌گیری بهینه از آن است؛ چرا که هر روز تغییرهای جدیدی در دنیای کسب‌وکار رخ می‌دهد. از آن‌جا که کارآفرینی شامل رفتارهای مشهود می‌شود به‌همین دلیل این بخش قابل آموزش و تعمیم دادن است. از جمله عوامل اثرگذار در ارتقای سطح و توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در جوامع، آموزش آن در دانشگاه‌ها است. آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها همواره با مشکلاتی روبه‌رو بوده که در این اواخر محققان واقعیت‌های مربوط به آموزش کارآفرینی را بررسی کرده و تحلیل می‌کنند. به‌ر حال کارآفرینان از برخی نظرها و صفت‌ها همانند شخصیت، مشابه دیگران هستند. از طرف دیگر، آن‌ها با ویژگی‌های شخصیتی معینی مانند تیزهوشی و انرژی زیاد به دنیا می‌آیند اما این مشخصه‌ها را یا به‌وسیله‌ی خودشان و یا با آموزش توسعه می‌دهند (زالی و رضوی، ۱۳۸۴: ۱۸۹). پرورش یک کارآفرین با جمع کردن مهارت‌های مربوط، دانش فنی، تجربه و سال‌ها تلاش به‌دست می‌آید (تیمونز، ۱۹۹۴: ۴۷). آموزش کارآفرینی متفاوت از آموزش‌های سنتی مدیریتی بوده و لازمی آن به‌کارگیری راهبرد آموزشی ویژه‌ای است که تغییرهای سریع محیطی سبب ایجاد شرایط جدیدی نیز برای آموزش عالی شده باشد. از جمله این شرایط، ضرورت توسعه‌ی قابلیت‌های کارآفرینی در دانش‌جویان به‌منظور ایجاد کسب‌وکارهای جدید است. دانشگاه می‌تواند با ترویج فرهنگ کارآفرینی در میان دانش‌جویان و هم‌چنین آموزش مهارت‌های کسب‌وکار و آشنا کردن آن‌ها با واقعیت‌های کارآفرینی، سرمایه‌گذاری، تامین منابع مالی و انسانی و مسایل مرتبط با آن، زمینه‌ی لازم را برای شروع فرایند کارآفرینی در دانشگاه‌ها فراهم کند و با حمایت‌های لازم در تدوین طرح کسب‌وکار و مشاوره‌های مرتبط و در صورت امکان سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، دانش‌جویان را به شکلی موفق در تاسیس کسب‌وکار جدید رهنمون کند (طالبی و زارع یکتا ۱۳۸۶: ۱۲۱). این ورود به بازار، ظرفیت‌های تولید و اشتغال جامعه را افزایش داده و از این‌رو دانشگاه سبب پویایی اقتصاد و بهبود رفاه عمومی جامعه می‌شود.

بیان مساله

شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، موسسه‌ی آموزشی یا دانشگاه نیستند که بخواهند با یک طراحی مناسب، سبب آموزش و یادگیری برتر کارکنان خود شوند بلکه نیاز دارند تا برای ایجاد، حفظ و توسعه‌ی کسب‌وکار، افراد دارای دانش، مهارت و انگیزه که دوره‌های تخصصی لازم را طی کرده و دارای ویژگی‌های مناسب کسب‌وکار هستند در اختیار داشته باشند. دانشگاه می‌تواند این مهم را با بهره‌گیری از امکانات پژوهشی، آموزشی، استادان زبده و ارتباط محیط کار و دانشگاه تحقق بخشیده و دانش‌جو را برای وارد شدن به محیط کسب‌وکار و کارآفرینی آماده کند. دکتر یدالهی در مقاله‌ای با عنوان "نقش دانشگاه در توسعه‌ی کارآفرینی" بیان می‌دارد، منظور از توسعه‌ی کارآفرینی فعال کردن افراد و تبدیل توانایی‌های بالقوه‌ی آن‌ها به توانایی‌های بالفعل است که نتیجه‌ای جز توان‌مندی، انگیزش، خلاقیت، نشاط، تلاش، تعالی، رفاه و عدالت را به دنبال نخواهد داشت که بسترسازی علمی لازم برای تحقق این وضعیت، حداقل انتظار از آموزش عالی است (یدالهی، ۱۳۸۴: ۵۲۴). پژوهش‌گران معتقدند کارآفرین، شخصی است که افزون‌بر داشتن علم در یک حوزه‌ی تخصصی، قدرت ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری داشته و بتواند با استفاده از امکانات، فرصت‌ها و توان‌مندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کند. پشتکار، نیاز به پیشرفت و برخورداری از قدرت کنترل درونی، اعتماد به نفس و پیش‌قدم بودن نیز از دیگر ویژگی‌های کارآفرین است. کارآفرینی نیز فرایند بلندمدت آموزشی و پژوهشی بوده و لازمه‌ی آن برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده و مدرسه تا سطح دانشگاه و سازمان گسترده شده و ادامه دارد و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار، خلاقیت، خطرپذیری، امکانات، فرصت‌ها و توان‌مندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند (احمدپور، ۱۳۸۳: ۵۷). چنان‌که می‌دانیم تحت شرایطی خاص توانایی‌های یک کارآفرین شکوفا می‌شود و چیزی اندوهناک‌تر از این نیست که کارآفرین بالقوه‌ای نتواند به دلیل شرایط نامساعد، توان‌مندی‌های خود را بروز دهد. به گفته‌ی بارتلا، وقتی افراد مجبور شوند به‌جای بیان عقایدشان تقلید کنند و به‌جای انجام کارهای پر معنی 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 استعدادها و کارآفرینی دانش‌جویان به‌شمار می‌روند. براساس مطالب یادشده، این پژوهش در صدد پاسخ‌گویی به دو سوال زیر است:

۱. آیا صفت‌های شخصیتی و انگیزشی مدرسان کارآفرینی در تشویق دانش‌جویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار اثرگذار است؟
۲. آیا آگاهی مدرس از شرایط محیطی، در انگیزش دانش‌جویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار اثرگذار است؟

پیشینه‌ی تحقیق

بررسی عوامل اثرگذار بر انگیزش دانش‌جویان دانشگاه علمی کاربردی برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید یعنی این که تعیین کنیم آیا شیوه‌ی تدریس و ابتکار عمل، مهارت، قاطعیت، اعتماد به نفس، خودشکوفایی، دانش و اطلاعات، شناخت محیط کسب‌وکار از سوی مدرس کارآفرینی بر انگیزش دانش‌جویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید اثرگذار است یا خیر. از آن‌جا که شاخص‌های بررسی شده از نظرات محققان و صاحب‌نظران این رشته در دنیا به‌دست آمده است، بررسی می‌شود که آیا این شاخص‌ها در ایجاد کسب‌وکارها توسط دانش‌جویان در ایران نیز دارای اهمیت هستند یا خیر. اگرچه درباره‌ی عوامل اثرگذار بر ایجاد کسب‌وکار توسط دانش‌جویان دانشگاه علمی کاربردی در ایران تحقیق‌های جامعی انجام نشده، اما در مورد عوامل اثرگذار بر ایجاد کسب‌وکار، راه‌های بسیاری را امتحان کرده‌ایم. بنابراین در این بخش به اختصار به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود.

آموزش کارآفرینی

از ابتدای دهه‌ی ۱۹۸۰، برای دوره‌های آموزش کارآفرینی روش‌های خاصی در نظر گرفته شد که بیش‌تر مطالعه‌ها در زمینه‌ی اثرگذاری آموزش کارآفرینی در تشکیل

شرکت‌های نوپا و جدید، ارزش افزوده‌ی ناشی از ارایه‌ی برنامه‌های آموزشی در دانشگاه‌ها و مزایای استفاده از این روش‌ها در ساختار فعلی و هم‌چنین در واحدهای آموزش کارآفرینی انجام شده است.

به‌طور کلی امروزه چهار رویکرد اصلی از دوره‌های آموزش کارآفرینی شکل گرفته:

۱. این برنامه‌ها 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 افراد، از تمامی اقشار جامعه است. این برنامه‌ها مقاطع تحصیلی مختلف و گروه‌های گوناگون را دربر می‌گیرد.

۲. شامل برنامه‌های آموزشی است که توسعه‌ی تاسیس شرکت‌ها را پوشش می‌دهد. این برنامه‌ها براساس شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند.

۳. برای رشد و بقای کارآفرینان شرکت‌های کوچک طراحی شده‌اند که شرکت‌های کوچک موجود را نیز پوشش می‌دهند.

۴. توسعه‌ی آموزش کارآفرینی است، که شامل شیوه‌های جدید آموزشی و تعیین نقش‌های نوین دانش‌جو و استاد در فرایند آموزش کارآفرینی است. هدف دیگر این برنامه‌ها آموزش و گسترش کمی اساتید جدید از میان صنعت‌گران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۱۲۲).

تجربه‌ی دانشگاه‌هایی که به آموزش کارآفرینی می‌پردازند نشان می‌دهد این‌گونه آموزش‌ها همواره با مشکل‌های جدی و عدیده‌ای مواجه هستند که ناشی از برداشت‌های کاملاً عامیانه نسبت به آن‌ها است. تفکرهایی مانند نبود نیاز به آموزش کارآفرینی به‌دلیل ذاتی بودن آن، تجربی بودن فعالیت‌های کارآفرینی و نظایر این‌ها سبب از بین رفتن مشروعیت آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌شوند. اما دانشگاه‌های پیش‌رو و کارآفرین، با علاقه‌مند کردن سیاست‌گذاران به کارآفرینی، برنامه‌ریزی مناسب درسی، و سرمایه‌گذاری‌های کافی برای گسترش کارآفرینی و آموزش آن به اعضای

هیات علمی جوان، سبب ایجاد مشروعیت این نوع آموزش‌ها می‌شوند (زالی، رضوی، ۱۳۸۴: ۱۸۷).

امروزه، تقاضای دانش‌جویان برای آموزش کارآفرینی بسیار بالا است. در پاسخ به این تقاضای فزاینده، دانشگاه‌ها در سراسر جهان اقدام به راه‌اندازی رشته‌ی مدیریت کارآفرینی کرده‌اند. آموزش کارآفرینی متفاوت از آموزش‌های سنتی مدیریتی بوده و لازمه‌ی آن به کارگیری راهبرد آموزشی ویژه‌ای است. طراحی برنامه‌های اجرایی آموزش کارآفرینی مبتنی بر الگوی یادگیری دانش‌جو محور بوده و در آن دانش‌جویان از استقلال بیش‌تری در مورد چگونگی و شرایط یادگیری برخوردار هستند.

استرلینگ لیوینگستون^۱ در مقاله‌ای با عنوان پیگمالیون بر مسند قدرت بیان کرده است که اگر مدیر، سطح توقع خود را بالا ببرد به احتمال بهره‌وری به سطح عالی می‌رسد و اگر مدیر توقع کمی داشته باشد چه بسا بهره‌وری ناچیز خواهد بود. دانش‌مندان علوم رفتاری کشف کرده‌اند که انتظاراتی یک شخص اثرگذاری شگرفی بر رفتار دیگری می‌گذارد چنان‌که آلبرت مول از تجربه‌های بالینی خود نتیجه گرفت که اشخاص، آن‌گونه رفتار می‌کنند که دیگران انتظار دارند. رابرت روزنتال از دانشگاه هاروارد نیز ثابت کرده است که انتظار یک معلم از توان هوشی یک دانش‌آموز را می‌توان به‌عنوان پیش‌گویی محقق در نظر گرفت (لیوینگستون، ۱۳۸۲: ۴۳).

- برخی از دلایل نیاز به اراییه‌ی درس کارآفرینی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:
- تقویت ساختارهای دانایی‌محور در تولید علم و فن؛
 - توجه به تولید علم و ثروت از دانش؛
 - ایجاد توان‌شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات؛
 - ایجاد توانایی کار گروهی، فرهنگ کارآفرینی و بالا بردن توان ارزش‌آفرینی؛
 - ایجاد و تقویت برخی بسترها و ظرفیت‌های بالقوه برای مسایل علمی حل نشده، نیازهای کشور و ایده‌های نو؛

1 Sterling Livingston

- تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق کسب و کارها و مفاهیم کسب و کار جدید؛
 - افزایش پویایی و بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل دانش جویان در شناسایی بازار، فناوری، فرصت‌های مالی و اقتصادی؛
 - شناسایی قوت و ضعف کسب و کارهای موجود، تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها و ارایه‌ی راه کارهای بهبود آنها (عموزاده خلیلی و همکاران، ۱۳۸۶: ۵).
- به‌طور معمول روش‌های یاددهی و یادگیری به دو دسته‌ی فعال و غیرفعال تقسیم می‌شوند و طبیعی است که راهبردهای آموزشی مبتنی بر خلاقیت، مربوط به دسته‌ی اول باشد. روش‌های فعال، فرایندی تکاملی بوده و یادگیرنده در جریان آموزش نقش فعال را ایفا کرده و یاددهنده نقش راهنما را دارد.

نیک‌نشان در پژوهشی با عنوان روش‌های تدریس خلاق و بررسی ویژگی‌های خلاقانه‌ی مدرسان دانشگاه به‌صورت گسترده به شیوه‌های تدریس به دانش‌جویان استعداد‌های درخشان پرداخته است که بی‌ارتباط با آموزش‌های کارآفرینی نیست. روش‌های فعال آموزش می‌توانند فرصت لازم برای توسعه‌ی مهارت‌های تفکر خلاق و نقدکننده را فراهم کند. مهم‌ترین راهبردها عبارتند از:

- ۱- برنامه‌ی یادگیری متجانس؛ ۲- دسته‌بندی گروهی؛ ۳- غنی‌سازی؛ ۴- سرعت دادن؛ ۵- برنامه‌ی درسی مفهوم‌محور؛ ۶- الگوی برنامه‌ی درسی مبتنی بر حل مساله؛ ۷- الگوی برنامه‌ی غنی‌سازی درسی تلفیقی.

بی‌شک آموزش کارآفرینی در پی ایجاد دانش و مهارت در افراد است تا از این راه احتمال موفقیت کارآفرینانه‌ی آنها را افزایش دهد. از آنجا که این موفقیت وابسته به محیط است، دانش و مهارت‌های مربوط به آن نیز باید آموخته شود. آموزش کارآفرینی باید باعث فراهم شدن یک درک وسیع در زمینه‌ی کارآفرینی شده و افراد را با ابزارهای مهم و مهارت‌های لازم برای خلق و رشد یک کسب و کار موفق آشنا کند و سبب تحریک فعالیت‌های واقعی کارآفرینان در مرحله‌ی شروع کسب و کار شود (هیستریچ و پیترز، ۱۳۸۳: ۱۴). به اعتقاد کوگر و برازیل، آموزش کارآفرینی باید قابلیت کسب شده برای کارآفرینی را با افزایش آگاهی فراگیران بهبود بخشد و سبب

افزایش اعتماد به نفس و خوداشتغالی شود. هم‌چنین با توجه به این که کارآفرینی یک فعالیت قابل قبول اجتماعی و یک کار ارزش‌مند شخصی است باید تمایل به کارآفرینی را در فراگیران افزایش دهد. اما به دلیل آن که همه‌ی فراگیران تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار نداشته و تنها برای دریافت درک بالاتری از کارآفرینی در دوره‌های آموزشی شرکت می‌کنند، فرایند و ساختار کارآفرینانه اهمیت پیدا می‌کند (رازقندی، درانی، ۱۳۸۶، ۶). به‌طور مثال امکان دارد انتظار داشته باشیم که فرایند یادگیری کارآفرینی با کاربرد الگوها، توسعه و تقویت شبکه‌های فردی و نیز ارزیابی مقطعی تقویت شود. اما امنیت اقتصادی، هم برای کارآفرینان و هم برای کارکنان، به‌طور فزاینده‌ای وابسته به مهارت‌ها، عقاید و توانایی‌های یادگیری و انطباق با شرایط محیطی بوده و به‌طور دایم در حال تغییر است.

به اعتقاد لاندی، یکی از ویژگی‌های اساتید، توانایی ایجاد انگیزه در فراگیران است (نیک‌نشان، نصر، ۱۳۸۶، ۹).

از آن‌جایی که مدرس در محیط کلاس حین درس دادن مباحثی هم‌چون کارآفرینی، نقش رهبر را عهده‌دار است اشاره‌ای نیز به توانایی‌های یک رهبر خوب خواهیم داشت: اسوه^۱: رهبران خوب همیشه به‌وسیله‌ی الگوسازی هدایت می‌کنند و یک منش اخلاقی استثنایی را در تمام پرخوردهای‌شان ارایه می‌دهند. بردباری^۲: یک رهبر خوب باید به همان اندازه که توانایی عکس‌العمل آرام و فکورانه را در وضعیت‌های غیرعادی دارد، صبور باشد.

تعهد^۳: یک رهبر متعهد کسی است که به‌طور دایم سرآمدی سازمان و زیردستانش را در نظر داشته باشد.

اعتماد^۴: رهبران موفق همیشه مطمئن و خود کنترل هستند. آن‌ها باید نظم و کنترل

1 Exemplary

2 Tolerance

3 Commitment

4 Confidence

را در تمام کارهایشان نشان دهند. ایشان به پیروان اجازه می‌دهند برای الهام و پشتیبانی در مواقع مناسب به رهبر اطمینان کنند.

انگیزه‌ی درونی^۱: بهترین رهبران خودانگیزش هستند و می‌توانند در دیگران برای کارهایشان اشتیاق ایجاد کنند.

مؤلفه‌های اصلی آمادگی عبارتند از: توانایی و اشتیاق.

توانایی^۲: تابعی است از دانایی، تجربه، و مهارت فرد یا گروه در انجام یک کار خاص.

دانایی^۳: یعنی دانش انجام کار.

تجربه^۴: یعنی انجام کار مورد نظر یا کاری مشابه آن در گذشته.

مهارت^۵: یعنی انجام موفقیت‌آمیز کارهای مشابه.

اشتیاق^۶ تابعی است از اعتماد به نفس، تعهد و انگیزه‌ی فرد یا گروه نسبت به انجام یک کار خاص.

اعتماد به نفس^۷: یعنی احساس توانایی فرد یا گروه در انجام کار یا به عبارتی باوری که اعمال ما را برای دستیابی به یک نتیجه سازمان‌دهی می‌کند (مارکمن، بالکین، ۲۰۰۲: ۱۴۳). ادبیات کارآفرینی بیان می‌دارد افرادی که به توانمندی، قابلیت و مهارت‌های خویش ایمان دارند در راه‌اندازی یک کسب بیش‌ترین تلاش خود را برای رسیدن به کام‌یابی به کار می‌گیرند (گیتوود، همکاران، ۲۰۰۲: ۱۸۷).

انگیزه^۸: یعنی وجود شوق و شور خاص در فرد یا گروه برای انجام کار.

1 Intrinsically Motivated

2 Ability

3 Knowledge

4 experience

5 skill

6 appetite

7 Self-esteem

8 Motive

آموزش و رفتار کارآفرینانه

کنت، سکستون و وسپر تاکید می‌کنند، بیش‌تر کارآفرینانی که ورشکست می‌شوند آن‌هایی هستند که آموزش ندیده‌اند و متکی بر تجربه‌های شخصی هستند. هم‌چنین بیان کرده‌اند دومین گروه از کارآفرینان که ورشکست می‌شوند کسانی هستند که آموزش دیده‌اند اما تجربه‌ای ندارند (پورسعید، ۱۳۸۶: ۹). به‌طور خلاصه با وجود این‌که تجربه به‌عنوان عامل حیاتی، تعیین‌کننده‌ی جهت‌گیری تلاش‌های کسب‌وکار قلمداد می‌شود، کارآفرینان باید از هر دو عامل تجربه و آموزش بهره‌مند شوند. لوتانز، استاجکویک و ایبایوا افزون بر این پیشنهاد کردند که باید تاکید نظام تعلیم و تربیت بر توسعه‌ی خودکارآمدی باشد. چنان‌که پژوهش چن، گرین و کریک (۱۹۸۸) از آن نتایج حمایت می‌کند (هیستریچ، ۱۳۸۳: ۱۵). ایشان تاکید دارد که مدرسان کارآفرینی اثرگذاری قابل ملاحظه‌ای بر افراد می‌گذارند تا این‌مورد را در آینده‌ی شغلی خود لازم و حیاتی بینند. به‌نظر می‌رسد مراکز آموزشی که درس‌هایی در زمینه‌ی کارآفرینی و نوآوری ارائه می‌دهند در توسعه‌ی کارآفرینان اثرگذارند و محیط کارآفرینانه را وارد حوزه‌ی اقتصادی می‌کنند. به‌عنوان مثال افرادی که درس کارآفرینی را می‌گیرند احتمال بیش‌تری دارد که فعالیت کارآفرینانه را آغاز کنند. منطقه‌ای که پایگاه قوی آموزشی داشته باشد، برای فعالیت‌های کارآفرینانه و تشکیل کسب‌وکار عامل حمایتی قدرت‌مندی به‌شمار می‌رود و خلاصه‌ی کلام این‌که کارآفرینان زاده نمی‌شوند بلکه تربیت می‌شوند.

جمع‌بندی پیشینه‌ی تحقیق

نتایج پژوهش‌ها و مقاله‌های داخلی و خارجی که به تعدادی از آن‌ها اشاره شد، در مجموع نشان‌دهنده‌ی اهمیت آموزش کارآفرینی بوده و از آن‌جا که کارآفرینی فرایندی اکتسابی است، از آن انتظار می‌رود تا افراد با پرورش ایده‌ی خود بتوانند کسب‌وکاری را با اعتماد به نفس بالا آغاز و یا کسب‌وکارهای دایر را توسعه دهند. از بررسی وضعیت آموزش‌های کارآفرینی در کشورهای جهان می‌توان نتیجه گرفت که آموزش یک ضرورت انکارناپذیر در توسعه‌ی کارآفرینی است. آگاه‌سازی و ایجاد فرهنگ و

روحیه‌ی کارآفرینی، انتقال دانش فنی و مهارت‌های خاص کارآفرینی، آماده‌سازی مخاطبان برای پژوهش در مقوله‌ی کارآفرینی، ایجاد اشتغال و راه‌اندازی کسب‌وکار، تحکیم و حفظ بقای کسب‌وکارهای نوپا، از جمله اهدافی هستند که توسط دوره‌های آموزشی کارآفرینی تعقیب می‌شوند. به نظر می‌رسد مدرسان کارآفرینی در دانشگاه‌ها در این زمینه نقش اساسی را ایفا می‌کنند.

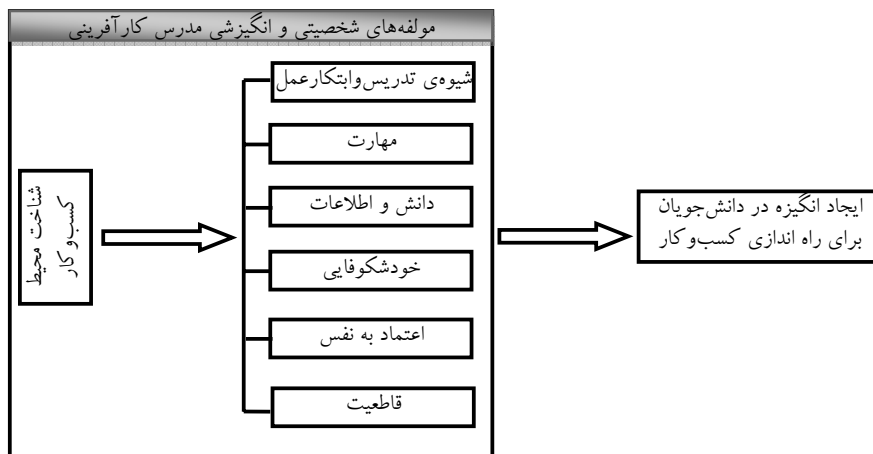
روش‌شناسی تحقیق

هر الگوی مفهومی به‌عنوان نقطه‌ی شروع و مبنایی برای انجام مطالعه‌ها و تحقیق‌ها است به‌گونه‌ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آن‌ها را مشخص می‌کند. به‌طوری که انتظار می‌رود در حین اجرای تحقیق، متغیرها، روابط و تعامل‌های بین آن‌ها بررسی و آزمون شده، و برحسب ضرورت تعدیل‌هایی در آن‌ها انجام شده و عواملی نیز از آن‌ها کم و یا به آن‌ها اضافه می‌شود. در این تحقیق هفت متغیر به‌عنوان متغیرهای اثرگذار بر انگیزش دانشجویان علمی کاربردی مبنی بر راه‌اندازی کسب‌وکار مشخص شده‌اند که هر کدام از آن‌ها با پرسش‌نامه و شاخص‌های مربوطه سنجیده شده‌اند.

روش استفاده شده در این پژوهش توصیفی، از نوع پیمایشی بوده و هدف تحقیق شناسایی جامعه و تعیین پارامترهای مربوط به آن است. برای این کار محقق باید به کلیه‌ی افراد جامعه مراجعه کرده و صفت یا ویژگی‌های مورد نظر تحقیق خود را در آن‌ها جویا شود یا باید تعدادی از افراد جامعه را مطالعه کند و با روش معینی، به صفت‌ها و ویژگی‌های جامعه پی ببرد. بدیهی است اگر جامعه کوچک و حجم و تعداد آن کم باشد می‌توان آن‌را به‌طور کامل مطالعه کرد (حافظ نیا، محمد رضا، ۱۳۸۶: ۹۸).

جدول ۱. متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته	متغیرهای مستقل
عوامل اثرگذار بر انگیزش دانش‌جویان دانشگاه علمی کاربردی برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید	شیوه‌ی تدریس و ابتکار عمل، مهارت، قاطعیت، اعتماد به نفس، خودشکوفایی، دانش و اطلاعات، شناخت محیط کسب‌وکار از سوی مدرسان کارآفرینی



نمودار ۱. الگوی مفهومی تعیین جهت ارتباط مؤلفه‌های شخصیتی و انگیزشی مدرس کارآفرینی با ایجاد انگیزه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکار دانش‌جویان

سوال اصلی تحقیق این است که: کدام ویژگی‌های شخصیتی و انگیزشی اساتید، انگیزش لازم را در دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی ایجاد می‌کند تا به ایجاد کسب و کار گرایش پیدا کنند؟

جامعه‌ی آماری تحقیق شامل دانش‌جویان دانشگاه علمی کاربردی است که طی چهار ترم، این واحد درسی را گرفته و گذرانده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات و آمار مربوط به تحقیق، پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته با ضریب اعتبار ۰/۷۹۱ بوده که بخشی از آن شامل سوال‌هایی در ارتباط با ویژگی‌های جمعیت شناختی دانش‌جویان است. پرسش‌نامه‌ی استفاده شده در این تحقیق از دو بخش عمده تشکیل شده که عبارتند از:

اطلاعات جمعیت شناختی، شامل اطلاعات عمومی مانند: سن، جنس، وضعیت تاهل، شاغل یا غیرشاغل و پرسش‌نامه‌ی اصلی شامل ۲۵ سوال، که متغیرهای مورد نظر را سنجش می‌کند.

در این تحقیق برای انجام پیش‌آزمون، تعداد ۱۵ پرسش‌نامه به‌صورت آزمایشی در بین دانش‌جویان توزیع شد و سپس میزان پایایی آن توسط نرم‌افزار SPSS و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، عدد ۰/۷۹۱ به‌دست آمد که بیان‌گر پایایی پرسش‌نامه است.

جامعه‌ی آماری تحقیق دانش‌جویان دانشگاه علمی کاربردی واحد ۲۶ بوده و حجم جامعه ۲۱۶ نفر است که همگی آزمون شدند. در این پژوهش با استفاده از روش آزمون میانگین جامعه‌ی آماری، آزمون رتبه‌بندی فریدمن و آزمون هم‌بستگی داده‌های مربوط به سوال‌های تحقیق تجزیه و تحلیل شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات

۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی دانش‌جویان

جنسیت: از مجموع ۲۱۶ نفر جامعه‌ی آماری، تعداد ۸۶ نفر مرد و تعداد ۱۳۰ نفر زن. به‌عبارت دیگر می‌توان گفت اعضای جامعه‌ی آماری متشکل از ۶۰ درصد زن و ۴۰ درصد مرد است.

سن: از مجموع ۲۱۶ نفر جامعه‌ی آماری، تعداد ۶۵ نفر کم‌تر از ۲۰ سال، ۱۲۲ نفر بین ۲۰ تا ۲۵ سال، ۱۹ نفر بیش از ۲۵ سال داشته و ۱۰ نفر پاسخی نداده‌اند.

تاهل: از مجموع ۲۱۶ نفر جامعه‌ی آماری، تعداد ۱۸۵ نفر مجرد و ۳۱ نفر متاهل هستند. به‌عبارت دیگر می‌توان گفت که اعضای جامعه‌ی آماری از نظر تاهل ۸۵/۵ درصد مجرد و ۱۴/۵ درصد متاهل هستند.

تجربه‌ی کاری: از مجموع ۲۱۶ نفر جامعه‌ی آماری، ۷۲ نفر شاغل بوده و ما بقی شغلی که از آن درآمد کسب کنند نداشتند یعنی حدود ۳۳ درصد شاغل و ۶۷ درصد شغلی نداشته‌اند.

۲. آزمون فرض قابلیت اعتماد یا پایایی ابزار اندازه‌گیری (پرسش‌نامه)

روش‌های مختلفی برای تعیین اعتبار ابزار اندازه‌گیری وجود دارد که یکی از آن‌ها پرسش از خبرگان بوده (بازرگان، ۱۳۷۷: ۳۷) و پرسش‌نامه‌ی این تحقیق دارای اعتبار است زیرا تعدادی از اجزای متغیرهای اندازه‌گیری شده، از ادبیات موضوعی تحقیق گرفته شده‌اند، ضمن این که توسط ۵ نفر از خبرگان به تایید رسیده و به‌عبارتی توافق خبرگان امر در مورد آن‌ها اکتیاع شده است.

به‌منظور تعیین قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری نیز روش‌های مختلف و متعددی وجود

دارد که یکی از آن‌ها سنجش سازگاری درونی آن است (کونکا و همکاران، ۲۰۰۴، ۶۸۳). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود. این روشی است که در اغلب تحقیق‌ها استفاده می‌شود. پرسش‌نامه‌ی تحقیق دارای قابلیت اعتماد است زیرا ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده بیش از ۰/۷ بوده است.

جدول ۲. سوال‌های مربوط به ویژگی‌های مدرسان کارآفرینی از سوی دانش‌جویان

عوامل اثرگذار	ردیف	کد	شرح شاخص
شیوه‌ی تدریس و ابتکار عمل	۱	QT1	استفاده از روش‌های مختلف تدریس
	۲	QT2	تدریس براساس نکته‌های کلیدی مباحث
	۳	QT3	استفاده از فناوری‌های جدید آموزشی
مهارت	۴	QS1	ارتباط بین کارآفرینی و سایر رشته‌ها
	۵	QS2	ایجاد انگیزه‌ی مطالعه در دانش‌جویان
	۶	QS3	آشنایی و استفاده از نرم‌افزارهای مرتبط با کارآفرینی
	۷	QS4	استفاده از اینترنت در آموزش‌های کارآفرینی
قاطعیت	۸	QB1	توجه و تأکید بر انجام تحقیق انفرادی توسط دانش‌جویان
	۹	QB2	اصرار بر تسلط دانش‌جویان بر مباحث جلسه‌های گذشته
	۱۰	QB3	ارزش‌یابی دانش‌جو براساس فعالیت‌های کلاسی
اعتماد به نفس	۱۱	QA1	درخواست تکالیف مرتبط با سرفصل‌ها
	۱۲	QA2	جلسه‌های متعدد پرسش و پاسخ مرتبط با کارآفرینی
	۱۳	QA3	توجه به نظرات دانش‌جو حتی اگر مخالف نظرات استاد باشد
	۱۴	QA4	تبدیل مباحث نظری به کارگاه‌های عملی
خودشکوفایی	۱۵	QR1	احترام به دانش‌جو و توجه به نیاز او
	۱۶	QR2	باور داشتن دانش‌جو در زمینه‌ی ایده‌پردازی و خلاقیت
	۱۷	QR3	توان‌مندسازی در خودآموزی دایم
	۱۸	QR4	اهمیت دادن به نقاط قوت و توانایی‌های دانش‌جو به جای تمرکز بر نقاط ضعف
دانش و اطلاعات	۱۹	QK1	به‌روز بودن دانش اساتید
	۲۰	QK2	داشتن اطلاعات کافی در زمینه‌ی کسب‌وکار
	۲۱	QK3	آشنایی با زندگی کارآفرینان داخلی و خارجی
محیط کسب‌وکار	۲۲	QE1	داشتن شناخت کافی از جامعه‌ی کاری و محیط کسب‌وکار
	۲۳	QE2	آشنایی کامل با واقعیت‌های موجود و کمبودها
	۲۴	QE3	آگاهی از امکانات موجود برای انجام فعالیت اقتصادی
	۲۵	QE4	آگاهی از موانع ورود به صنایع مختلف

۳. فرض‌های پژوهشی

فرض صفر: قابلیت اعتماد (پایایی) پرسش‌نامه‌ی تحقیق در حد قابل قبول است.

فرض یک: قابلیت اعتماد (پایایی) پرسش‌نامه‌ی تحقیق در حد قابل قبول نیست.

نتیجه‌ی آزمون:

فرض صفر پذیرفته می‌شود زیرا عدد $0/791$ بزرگ‌تر از $0/7$ است یعنی این‌که قابلیت اعتماد پرسش‌نامه در حد قابل قبول است.

جدول ۳. رتبه بندی عوامل اثرگذار بر انگیزش دانش‌جویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار

رتبه بندی عوامل (متغیرها)	میانگین
شیوه‌ی تدریس و ابتکار عمل	۴/۷۰
قاطعیت	۴/۶۴
دانش و اطلاعات	۴/۴۸
اعتماد به نفس	۴/۳۷
شناخت محیط کسب‌وکار	۴/۲۷
خود شکوفایی	۴/۲۶
مهارت‌ها	۴/۰۸

یافته‌ها و نتایج

هدف از اجرای این تحقیق مشخص کردن متغیرهای اثرگذار بر انگیزش دانش‌جویان دانشگاه علمی کاربردی واحد ۲۶ در ایجاد کسب‌وکار و سپس مشخص کردن اولویت هر یک از آن‌ها بوده است. از این‌رو همان‌گونه که در متن این مقاله آمده، برای مشخص کردن متغیرهای اثرگذار بر انگیزش دانش‌جویان، ضمن مرور ادبیات موضوعی مربوط، پس از بررسی اعتبار محتوایی توسط خبرگان امر و نیز مقدار پایایی لازم، این تحقیق در جامعه‌ی یادشده انجام شد که نتایج آزمون فرضیه‌ها به شکل زیر بوده است:

- نتیجه‌ی آزمون فریدمن نشان می‌دهد با توجه به این که سطح معنی‌داری محاسبه شده کم‌تر از ۵ درصد است از این‌رو نظرات پاسخ‌گویان جامعه‌ی آماری در مورد متغیرهای تحقیق، حداقل در یک مورد یکسان نبوده است.

جدول ۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها - بیان رد یا قبول فرضیه‌ها

عوامل	نتیجه
شیوه‌ی تدریس و ابتکار عمل	تمامی شاخص‌های شیوه‌ی تدریس و ابتکار عمل که در بالا بیان شد دارای حد بالا و حد پایین مثبت بوده و هم‌چنین سطح معنی‌داری آن‌ها کم‌تر از ۰/۰۵ بوده و با توجه به این‌که عدد متغیرهای مورد سنجش از عدد ۳ کم شده و به دلیل بزرگ‌تر بودن متغیرهای مورد سنجش از عدد ۳، میانگین مثبت به دست آمده است. پس این شاخص‌ها به‌عنوان شاخص‌های متغیر ابتکار عمل و شیوه‌ی تدریس مدرس تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، استفاده از روش‌های مختلف تدریس از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.
مهارت‌های مدرس کارآفرینی	تمامی شاخص‌های مهارت‌های مدرس، به دلایل مطرح شده در متغیر اول تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، آشنایی و استفاده از نرم افزارهای مرتبط با کارآفرینی از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.
اعتماد به نفس	تمامی شاخص‌های اعتماد به نفس مدرس، به دلایل مشابه تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، توجه به نظرات دانش‌جو حتی اگر مخالف نظرات استاد باشد از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.
قاطعیت	تمامی شاخص‌های قاطعیت مدرس، به دلایل مطرح شده در متغیر اول تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، اصرار بر تسلط دانش‌جویان بر مباحث جلسه‌های گذشته از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.
خودشکوفایی	تمامی شاخص‌های خودشکوفایی مدرس، به دلایل مطرح شده در متغیر اول تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، اهمیت دادن به نقاط قوت و توانایی‌های دانش‌جو به جای تمرکز بر نقاط ضعف از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.
دانش و اطلاعات	تمامی شاخص‌های دانش و اطلاعات مدرس، نیز به دلایل یادشده تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، به روز بودن دانش مدرسان از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.
شناخت محیط کسب‌وکار	تمامی شاخص‌های شناخت محیط کسب‌وکار از سوی مدرس، به دلایل طرح شده در متغیر اول تایید می‌شود. هم‌چنین مطابق با آزمون رتبه‌بندی فریدمن، آشنایی کامل با واقعیت‌های موجود و کمبودها از نقطه‌نظر دانش‌جویان مهم‌تر از سایر شاخص‌ها بیان شده است.

- نتیجه‌ی آزمون آلفای کرونباخ نشان داده است با توجه به این‌که ضریب مورد نظر بزرگ‌تر از ۰/۷ بوده، از این رو قابلیت اعتماد پرسش‌نامه در حد قابل قبول است.
 - نتیجه‌ی آزمون هم‌بستگی پیرسون نشان می‌دهد با توجه به این‌که سطح معنی‌داری محاسبه شده کم‌تر از ۵ درصد است، بین صفت‌های شخصیتی و ایجاد انگیزه در دانش‌جویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار، ارتباط معنی‌دار وجود داشته و با درصد‌های متفاوت بر یک‌دیگر اثرگذار هستند.
- اگرچه در پرسش‌نامه ۲۵ سوال مطرح شده بود اما هر ۳ الی ۴ سوال یکی از ابعاد را

برای هر یک از عوامل مطرح شده مورد ارزیابی قرار می‌داد که نتایج مربوطه را بررسی می‌کنیم:

- شیوه و ابتکار عمل در تدریس، از بعد استفاده از روش‌های مختلف تدریس در این تحقیق بیش‌ترین اهمیت را پیدا کرده است گرچه سایر ابعاد نیز هم‌چون تدریس براساس نکات کلیدی و استفاده از فناوری‌های جدید آموزشی نیز دارای اهمیت بوده و در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرد.
- در ادامه، قاطعیت از بعد اصرار بر تسلط دانش‌جویان بر مباحث جلسه‌های گذشته‌ی کلاس و سپس توجه و تاکید بر انجام تحقیق انفرادی اهمیت داشته و سپس ارزش‌یابی براساس فعالیت‌های کلاسی از اهمیت کم‌تری در نظر دانش‌جویان برخوردار است.
- دانش و اطلاعات مدرس کارآفرینی از ناحیه‌ی به‌روز بودن نسبت به سایر شاخص‌ها اهمیت بیش‌تری داشته است.
- اعتماد به نفس مدرس در درجه‌ی بعدی از اهمیت قرارگرفته و شاخص توجه به نظرات دانش‌جو حتی اگر مخالف با نظر استاد باشد دارای رتبه‌ی بالاتری نسبت به سایر شاخص‌های اعتماد به نفس است.
- در مراحل بعدی و طبقه‌بندی انجام شده، شناخت محیط کسب‌وکار از سوی مدرس با شاخص آشنایی کامل با واقعیت‌های موجود و کمبودها و سپس آگاهی از امکانات موجود برای انجام فعالیت اقتصادی در جایگاه بعدی اهمیت قرار می‌گیرند.
- عوامل خود شکوفایی، در ادامه‌ی رتبه‌بندی عوامل اثرگذار بر ایجاد انگیزش دانش‌جویان قرار گرفته و اهمیت دادن استاد به نقاط قوت و توانایی‌های دانش‌جو به‌جای تمرکز بر نقاط ضعف او و سپس شاخص احترام به دانش‌جو و توجه به نیازهای او دارای اهمیت است.
- مهارت‌های استاد با شاخص آشنایی و استفاده‌ی مدرس از نرم‌افزارهای تخصصی مرتبط با کارآفرینی که در این عامل بیش‌ترین اهمیت را دارد در بین سایر عوامل کم‌ترین اهمیت را داراست.

پیشنهادها

- بنا به اعتقاد کوپر (۱۹۹۸) اساتید باید در ارزیابی مداوم برنامه‌ها برای رسیدن به اهداف مهارت داشته باشند و باید در برنامه‌ی درسی و در تدریس بر مهارت‌های تفکر انتزاعی، تفکر جانبی، حل مساله و استدلال تاکید کنند و خود نیز دارای این تفکر باشند. از این رو دریافت بازخورد از دانش‌جویان در هر مبحث و در نحوه‌ی اراییه‌ی درس توسط مدرس به این امر کمک می‌کند. البته به نظر می‌رسد در بسیاری از موارد یا این کار انجام نمی‌شود یا به دلیل کمبود مدرس ماهر توجهی به آن نمی‌شود.
- احمدپور و مقیمی (۱۳۸۷) در چهارمین دسته از آموزش‌های کارآفرینی، هدف این دوره‌ها را معرفی شیوه‌های آموزشی جدید و تعیین نقش‌های نوین دانش‌جو و استاد در فرایند آموزش کارآفرینی می‌دانند. آن‌ها هدف دیگر را در آموزش و ترویج به‌وسیله‌ی اساتید جدید از میان صنعت‌گران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی می‌بینند. بنابراین مدرسان کارآفرینی باید در کارگاه‌های آموزشی که به همین منظور طراحی شده شرکت کرده تا بتوانند خود را با نیازهای علمی و کاربردی دانش‌جویانی که مستعد راه‌اندازی کسب‌وکار طی دوران دانش‌جویی و یا پس از آن هستند، آماده کنند. اجرایی شدن این امور به‌طور قطع هزینه‌هایی را در بر دارد که می‌توان بخشی از آن را در بودجه‌ی دانشگاه‌های دولتی دید اما در دانشگاه‌های غیردولتی و علمی کاربردی به‌احتمال نیاز به تحکم است.
- بی‌توجهی، کم توجهی و تنبلی دانش‌جویان و گاهی مسؤولان سبب ناکارایی این درس بسیار مهم در دانشگاه می‌شود، چنان‌که در پژوهش یادشده مشهود است دانش‌جویان با فعالیت‌هایی که خارج از دانشگاه بر عهده‌ی آن‌ها قرار می‌گیرد رابطه‌ی خوبی برقرار نمی‌کنند. به‌نظر می‌رسد برای بهره‌برداری مناسب از وضعیت موجود باید مدیران ذی‌ربط شیوه‌ی ترویجی مناسبی را در پیش گیرند.
- در بخش دیگری از آموزش‌های کسب‌وکاری که دکتر احمدپور (۱۳۸۳) به آن اشاره کرده‌اند آموزش‌هایی است که ایجاد و توسعه‌ی شرکت‌های جدید را طی

دوره‌هایی پوشش می‌دهند. هدف این دوره‌ها توسعه‌ی قابلیت‌ها، توانایی‌ها و انگیزش افراد است تا به خلق و ایجاد کسب‌وکار، خوداشتغالی و توسعه‌ی کسب‌وکارها بپردازند، اما کمبود مدرس با تجربه در این زمینه سبب شده تا از اساتیدی که قدرت بیان خوبی دارند اما تجربه‌ای در کسب‌وکار ندارند، در بسیاری از دوره‌های کارآفرینی استفاده شود. اما به نظر می‌رسد راه‌اندازی کسب‌وکار یا حداقل تجربه‌ی مدیریت کسب‌وکار برای مدرس کارآفرینی در دانشگاه ضروری است، زیرا شخصی که در این جایگاه قرار می‌گیرد باید با نحوه‌ی راه‌اندازی، مشکل‌های موجود از قبیل موانع ورود به صنعت، تامین مالی و ... آشنا باشد که اهمیت آن در این تحقیق روشن است.



منابع

۱. احمدپور، محمود، (۱۳۸۳)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ پنجم، تهران، انتشارات شرکت پردیس، ص ۵۷.
۲. احمد پور داریانی، محمود و مقیمی سید محمد، (۱۳۸۷)، مبانی کارآفرینی، چاپ ششم، انتشارات فر اندیش.
۳. پورسعید، مسعود، (۱۳۸۶)، کارآفرینی و یادگیری مشاهده‌ای بر اساس نظریه بنیادی، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده. ص ۹
۴. حافظ نیا، محمد رضا، (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات سمت. ص ۹۸
۵. دو اس، دی ای، ترجمه نایی، هوشنگ، (۱۳۷۶)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، تهران: نشر نی. ص ۶۷
۶. رازقندی، ناهید و درانی، کمال، (۱۳۸۶)، استراتژی آموزش کارآفرینی: توسعه و اثربخشی کارآفرینانه، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده، ص ۶.
۷. زالی، محمد رضا و رضوی، سید محمد رضا، (۱۳۸۴)، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های جهان، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی کارآفرینی دانشگاه رودهن، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، ص ۱۸۷، ۱۸۹.
۸. شاه حسینی، علی، کارآفرینی، تهران: انتشارات آئیژ، ۱۳۸۳، ص ۱۲۲-۱۲۳.
۹. طالبی، کامبیز و زارع یکتا، محمد رضا، (۱۳۸۶)، آموزش کارآفرینی و نقش آن در ایجاد و توسعه SMEها، دانشگاه سمنان، همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی (گذشته، حال و آینده)، ص ۱۲۷.
۱۰. عموزاده خلیلی، حسین، همکاران، (۱۳۸۶)، تبیین و تحلیل عوامل کارا در آموزش

- کارآفرینی و راهکار بهبود فرایندها، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده، ص ۵.
۱۱. کریمی، مرتضی، (۱۳۸۸)، ارزیابی اثر بخشی رویکردهای طراحی آموزشی در آموزش مدیران و کارگران، مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس توسعه منابع انسانی، انتشارات سرآمد، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران ص ۸۴.
۱۲. لیوینگستون، استرلینگ، ترجمه زمانی، پریسا (۱۳۸۲) پیگمالیون در مسند مدیریت، گزیده مدیریت، سال چهارم، شماره ۲۶، ص ۴۳.
۱۳. نیک نشان، شقایق و نصر، احمدرضا، (۱۳۸۶)، میزان استفاده از روش‌های تدریس خلاقانه مدرسان دانشگاه، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده، ص ۹.
۱۴. هیستریچ و پیترز، (۱۳۸۳)، کارآفرینی، جلد اول، ترجمه علیرضا فیض بخش. تهران: دانشگاه صنعتی شریف ص ۱۳ و ۱۴ و ۱۵.
۱۵. یدالهی فارسی، جهانگیر (۱۳۸۴). نقش دانشگاه‌ها در توسعه کارآفرینی، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی کارآفرینی دانشگاه رودهن، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، ص ۵۲۴.
16. Conca, F.J.et al (2004) **Development of a measure to assess quality management in certified firms**, European journal of operational research, (156), p: 683-697.
17. Gatewood, E.J., Shaver, K.G., Powers, J.B. & Gartner, W.B., (2002), **Entrepreneurial Expectancy, Task Effort and Performance**. Entrepreneurship: Theory & practice, 27(2), pp: 187-206.
18. Markman, G.D., Balkin, D.B. & Baron, R. A., (2002), **Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking**. Entrepreneurship: Theory & practice, 27(2), pp: 149-165.
19. Timmons, Jeffrey A. (1999). **New venture creation: Entrepreneurship for the 21st. century**. Boston: Irwin McGraw – Hill, p: 47.



پښتونستان ښار علمي او مطالعاتي مرکز
پرتال جامع علوم انساني