

اثربخشی آموزش کارآفرینی بر بهبود کیفیت زندگی خانوادگی و درآمد خانواده‌های بی بضاعت محمد نظری پور^۱

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه کردستان

دریافت مقاله: ۹۱/۷/۸ پذیرش مقاله: ۹۱/۱۱/۷

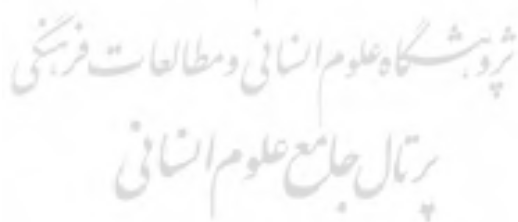
چکیده

هدف: این پژوهش با هدف بررسی اثربخشی آموزش کارآفرینی بر بهبود کیفیت زندگی خانوادگی و درآمد خانوارهای بی‌بضاعت صورت گرفت.

روش: طرح تحقیق از نوع آزمایشی با پیش و پس آزمون با گروه کنترل بود. جامعه‌ی تحقیق شامل کلیه‌ی خانوارهای با درآمد پایین‌تر از صد هزار تومان در شهر سنندج بود که از این جامعه طبق فراخوان ۲۰۰ نفر برای شرکت در کارگاه آموزش کار آفرینی ثبت نام کردند و با استفاده از پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی و مصاحبه‌ی تشخیصی تکمیلی در مورد درآمد خانوارها، ۱۰۶ نفر از ۲۰۰ نفر ثبت نام شده دارای شرایط شرکت در کارگاه تشخیص داده شدند. از این جامعه به شیوه‌ی تصادفی ۶۰ مرد سرپرست خانوار انتخاب و به صورت تصادفی در دو گروه ۳۰ نفری (آموزش کارآفرینی و گواه) قرار گرفتند. با استفاده از پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی و مصاحبه‌ی تشخیصی تکمیلی در مورد درآمد خانوارها، داده‌ها در سه مرحله‌ی پیش آزمون، پس آزمون و پیگیری مورد ارزیابی و آزمون قرار گرفتند.

یافته‌ها: نتایج تحلیل کواریانس چندمتغیری نشان داد که آموزش کارآفرینی بر بهبود کیفیت زندگی و درآمد خانوارهای بی‌بضاعت مؤثر بوده و اثر آنها در مرحله‌ی پی‌گیری ماندگار است.

نتیجه‌گیری: از طریق آموزش کارآفرینی می‌توان کیفیت زندگی را ارتقا داد و به افزایش درآمد خانواده‌های بی‌بضاعت کمک نمود.
واژه‌های کلیدی: بهبود کیفیت زندگی خانوارها، افزایش درآمد خانوارها، آموزش کارآفرینی.



¹ mnazaripour@yahoo.com

مقدمه

در این بخش ابتدا به تبیین فضای مفهومی کیفیت زندگی، سپس به تعریف کیفیت زندگی، ابعاد کیفیت زندگی، خاستگاه نظری این مفهوم، رویکردهای مرتبط با کیفیت زندگی، و پیشینه‌ی تجربی آن خواهیم پرداخت.

فضای مفهومی کیفیت زندگی: قرن‌هاست که بشر به طورذاتی به دنبال زندگی خوب بوده و برای بهبود شرایط زیست خود، سعی می‌کرد تا از استعدادها و توانمندی‌های خود حداکثر بهره برداری را بنماید. ولی همواره مسأله‌ی اصلی این بود که یک زندگی مطلوب و باکیفیت چگونه است؟ در ادبیات علوم اجتماعی، توسعه‌ی اجتماعی نخست با تکامل اجتماعی مترادف بود. دراین دوره بشر در حال حرکت به سوی تمدن بود. ولی در دوره‌های اخیر توسعه‌ی اجتماعی از فرضیه‌های تکاملی خود جدا شده و روی مسائلی در ارتباط با تأمین نیازهای بشری و ارتقای کیفیت زندگی متمرکز شده است (دنیوی، ۱۳۸۸).

در مراحل آغازین مطالعات تجربی مربوط به کیفیت زندگی، مطالعات به صورت تقلیل‌گرایانه و یک بُعدی صورت می‌گرفت. به عنوان مثال، در سال ۱۹۸۵ در شمال غرب انگلستان تحقیقاتی به نام مطالعه‌ی کیفیت زندگی انجام شد که طی آن مفهوم کیفیت زندگی به بیماری‌های روانی مزمن محدود شد. در مطالعاتی که بدین سبک در زمینه‌ی کیفیت زندگی صورت می‌گرفت، آن را به عنوان نقطه‌ای محوری برای ارزش‌یابی بهداشت روانی تلقی می‌کردند. در طی دو دهه‌ی گذشته، مفهوم کیفیت زندگی از مفهوم روان‌شناختی صرف به یک مفهوم چند بُعدی مبدل شده‌است. این برداشت چندبُعدی از مفهوم کیفیت زندگی در سنجش و ارزیابی کارایی سیاست‌های رفاه اجتماعی نقش عمده‌ای را ایفا می‌کند. آنچه که امروزه در حوزه‌ی رفاه اجتماعی و بهزیستی اهمیت دارد، اتخاذ دیدگاهی از کیفیت زندگی است که بتواند ابعاد اجتماعی، اقتصادی، روانی و زیستی را پوشش دهد. به طوری که هدف اصلی آن، بیشتر بررسی چند بُعدی انسان می‌باشد. (زرنقاش، ۱۳۸۰). انسان‌شناسان نیز در این زمینه معتقدند که زندگی بشر دارای دو بُعد است: الف- سطح: این بُعد به جنبه‌های آشکار زندگی اشاره دارد. ب- عمق: به جنبه‌های پنهان و نادیدنی زندگی بشر اشاره دارد. در این بُعد اخیر است که فهم و شناخت ما از زندگی شکل می‌گیرد.

تعریف کیفیت زندگی: در حال حاضر اتفاق نظر چندانی در زمینه‌ی چپستی مفهوم کیفیت زندگی وجود ندارد. این مفهوم در حوزه‌های متفاوت علمی با برداشت‌های متفاوت به کار برده می‌شود. در این‌جا به تعدادی از این تعاریف اشاره می‌شود (واکر و روس، ۱۹۹۹)؛ ۱- کالمن در سال ۱۹۸۴ می‌گوید که کیفیت زندگی گستردگی و انبساط امید و آرزو است که از تجارب زندگی ناشی می‌شود. ۲- فرانس و پاورس در سال ۱۹۸۵ می‌نویسند: «کیفیت زندگی، ادراک فرد از رفاه است که به نظر می‌رسد از رضایت یا عدم رضایت در حیطه‌های اصلی زندگی ناشی می‌شود. ۳- تستا و سیمونسون در سال ۱۹۹۶ کیفیت زندگی را ابعاد جسمی، روانی و اجتماعی می‌دانند که به تجارب، اعتقادات، انتظارات و ادراک بیمار محدود است. ۴- زان در سال ۱۹۹۲ کیفیت زندگی را درجه‌ی رضایت در تجارب زندگی فرد می‌دانست، وی می‌گوید کیفیت زندگی، شامل رضایت از زندگی، رضایت در تصور از خود، سلامت و فاکتورهای اجتماعی و اقتصادی است. ۵- سازمان بهداشت جهانی نیز کیفیت زندگی را این‌گونه تعریف می‌کند: «ادراک افراد از موقعیتشان در زندگی، در متن فرهنگ و نظام‌های ارزشی که در آن زندگی می‌کنند و در ارتباط با اهداف، انتظارات، ارتباطات و نیازهایشان است» (واکر و روس، ۱۹۹۹). علی‌رغم اختلاف‌نظرهایی که در تعریف کیفیت زندگی وجود دارد، توافقی ادراکی در بین متخصصان وجود دارد. اکثر متخصصان مؤافق این امر هستند که کیفیت زندگی شامل ابعاد مثبت زندگی می‌شود و مفهومی چندبُعدی است.

ابعاد کیفیت زندگی: علی‌رغم تلاش بسیار متخصصان، بحث در ارتباط با ابعاد کیفیت زندگی همچنان بر قوت خود باقی است. به طور کلی در حال حاضر اساس تئوریک اندکی برای ابعاد کیفیت زندگی وجود دارد که آن هم در سخنرانی‌هایی منعکس شده که در حوزه‌ی بهداشت و سلامت ارائه شده‌اند. با این وجود اکثر تلاش‌هایی که در حال حاضر برای تعیین ابعاد کیفیت زندگی صورت می‌گیرد، چندان مبنای علمی ندارد (لیگلر، ۲۰۰۷). اکثر متخصصان و صاحب‌ظران این حوزه معتقدند که کیفیت زندگی دارای ۶ بُعد است (بونومی، پاتریک، بوشنل و مارترتین، ۲۰۰۰). ۱- **بُعد فیزیکی:** این بُعد بیشتر از تعبیر ابعاد، معیارهای اندازه‌گیری نتایج را نشان می‌دهد. سئوال‌ات مربوط به بُعد فیزیکی شامل: سئوال‌ات درباره‌ی قدرت، انرژی، توانایی برای انجام فعالیت‌های روزمره و خودمراقبتی می‌باشد. این سئوال‌ات به طور عمومی با ارزیابی پزشکان از وضعیت عملکردی و احساس بهتر بودن در ارتباط است. ۲- **بُعد اجتماعی:** احساس بهتر بودن از لحاظ اجتماعی اشاره بر این دارد که کیفیت ارتباطات افراد با خانواده، دوستان، همکاران و اجتماع چگونه است. ۳- **بُعد روانی:** احساس بهتر بودن از لحاظ روانی، اغلب در ارتباط با مراقبت‌های بهداشتی از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار است. شایع‌ترین نشانه‌های روانی که مورد بررسی قرار می‌گیرند، عبارتند از: اضطراب، افسردگی و ترس. ۴- **بُعد جسمی:** این بُعد به علائم بیماری و عوارض جانبی درمان مثل درد اشاره دارد. ۵- **بُعد روحی:** احساس بهتر بودن از لحاظ روحی به این مفهوم اشاره دارد که زندگی هر کس هدف و معنایی

1. Walker. R & Rosse.R

2. Legler L

3. Bonomi, A. Patrick, D. Bushnell, D & Martrtin, M.

درد. ۶- بُعد محیطی: این بُعد به این مقوله اشاره دارد که کیفیت محیط پیرامون زندگی بشر برای زیستن چگونه است و آیا افراد بر محیط زیست خود و سایرین اثرات خارجی مثبت می‌گذارند یا نه؟ و یا تا چه حد سعی می‌کنند تا اثرات خارجی منفی تعاملات خود را کاهش دهند.

خاستگاه نظری کیفیت زندگی: به‌طور سنتی همواره از سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی به عنوان یگانه سنج‌ی قابل اعتماد بهزیستی و توسعه‌ی اقتصادی - اجتماعی استفاده می‌شد. اتفاق نظر چشم‌گیری در این زمینه وجود داشت بدین معنی که تولید ناخالص داخلی الزاماً باعث ارتقای کیفیت زندگی مردم نمی‌شود. حتی واکنش‌هایی نیز در دهه‌ی ۱۹۷۰ در مقابل پیامدهای رشد اقتصادی صورت گرفت، از جمله‌ی این واکنش‌ها می‌توان به گزارش باشگاه رُم در سال ۱۹۷۲ اشاره کرد. در این گزارش پیامدهای منفی ناشی از رشد اقتصادی عبارت بودند از: (نجات، ۱۳۸۷) گسترش فقر در جهانی که روزبه‌روز مرفه‌تر می‌شود، بی‌اعتبار شدن ارزش‌های اجتماعی، گسترش روافزون پیامدهای منفی شهرنشینی، گسترش شکاف طبقاتی به خاطر تحقق نیافتن سیاست‌های معطوف به نشست به پائین، از خود بیگانگی، گسترش روافزون بی‌اعتمادی و بدبینی، آلودگی روافزون محیط زیست و بحران‌های اقتصادی.

بنابراین به خاطر واکنش‌های صورت گرفته و ضعف سنج‌ی (معیار و ملاک)‌های مرتبط با درآمد تلاش‌هایی برای مفهوم سازی جدید و شناسایی سنج‌هایی جای‌گزین صورت گرفت. هدف این بود که سنج‌ها و مفاهیمی ابداع گردد که بتواند هم به شناسایی ویژگی‌های دوران اخیر و تحولات آن بپردازد و هم در ارزیابی نتایج تحولات اقتصادی و سیاسی کاربرد داشته باشد. علاوه بر آن این سنج‌ها بتواند به ارزیابی پنداشت مردم از جهانی که در آن زندگی می‌کنند، بپردازد. بدین ترتیب بود که مفهوم کیفیت زندگی با شاخص‌های مرتبط با آن ظهور یافتند. در دهه‌ی ۱۹۶۰ آدلمن و در دهه‌ی ۱۹۷۰ موریس به بررسی معرف‌های اقتصادی - اجتماعی متعددی پرداختند. موریس در سال ۱۹۷۹ شاخص فیزیکی کیفیت زندگی را به عنوان جای‌گزینی برای تولید ناخالص داخلی سرانه، برای سنجش کیفیت زندگی افراد، مطرح کرد. شاخص فیزیکی کیفیت زندگی شامل معرف‌های امید به زندگی در یک سالگی، میزان مرگ و میر نوزادان و میزان باسوادی می‌شد (نجات، ۱۳۸۷). رشد پژوهش‌هایی از این دست از یک‌سو، و تحولات و تغییرات اجتماعی از سوی دیگر، نفوذ هر چه بیشتر کیفیت زندگی را موجب شد. کیفیت زندگی که بیشتر مفهومی اجتماعی و فرهنگی می‌نمود، به علم اقتصاد و سلامت نیز راه یافت. بالدوین و همکاران وی در مجموعه مقالات کنفرانس کیفیت زندگی که در سال ۱۹۸۷ در آمریکا برگزار شد، مقدمه‌ی خود را چنین آغاز می‌کنند: «توجه به کیفیت زندگی به هیچ وجه جدید نیست. در ضمن چنین علاقه‌ای در انحصار عالمان اجتماعی نیست. با وجود پیشرفت‌های اخیر در حوزه‌ی اقتصاد و سیاست اجتماعی و در کنار دگرگونی‌هایی که در پیرامون سیاست‌گذاری رخ داده، توجه عالمان اجتماعی را به ابعاد خاصی از کیفیت زندگی ژرفا بخشیده است. در این راستا اقتصاددانان نیز برای ارزیابی دقیقی خدمات بهداشتی، رشد مقیاس‌های کیفیت زندگی را مورد توجه قرار دادند. به‌دنبال این تأکیدات، داسگوپتا و ویل در سال ۱۹۹۲ سنج‌های از کیفیت زندگی را ارائه دادند که آن را معرف‌های درآمد سرانه، امید به زندگی در زمان تولد، میزان باسوادی افراد بالغ و معرف‌های حقوقی - سیاسی مثل آزادی‌های مدنی مورد ارزیابی قرار می‌دهد (پاتریک، نی، کانولو و لونسبری، ۲۰۰۷).

به هر حال فعلاً یکی از معروف‌ترین سنج‌های کیفیت زندگی، شاخص توسعه‌ی انسانی است که توسط مرکز طرح و برنامه‌ی توسعه‌ی سازمان ملل در گزارش‌های توسعه‌ی انسانی از سال ۱۹۹۰ به بعد مورد استفاده قرار گرفته است. شاخص توسعه‌ی انسانی به کمک سه معرف: امید به زندگی در زمان تولد، موفقیت تحصیلی و سرانه‌ی واقعی تولید ناخالص داخلی کیفیت زندگی کشورهای مختلف را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. سنج‌ی دیگری نیز در سال ۱۹۹۸ توسط لارس ابرگ و اندریو شارپ تحت عنوان شاخص اقتصادی بهزیستی ارائه شد، این شاخص به کمک معرف‌های سطح جریان‌های مصرف، تراکم سهام تولید شده، نابرابری در توزیع درآمد و ناامنی و بی‌اعتمادی در تدارکات درآمدهای آینده، کیفیت زندگی مردم را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. طبق اظهارات کارولین نبت و جان ویلیامز تحول اساسی که در رویکرد نسبت به کیفیت زندگی رخ داده است، تغییری است که در تمرکز بر فرآیند به تمرکز بر نتایج صورت گرفته است (پاتریک، نی، کانولو و لونسبری، ۲۰۰۷).

افرادی چون توحید الرحمن و همکارانش ادعا می‌کنند که هیچ‌یک از سنج‌های ارائه شده برای ارزیابی کیفیت زندگی، بُعد محیطی کیفیت زندگی را نمی‌سنجند. در ضمن وزن دهی به متغیرها اختیاری صورت می‌گیرد. داده‌های مورد استفاده با آزمون تجربی موضوعیت ندارد. و متغیرها سلیقه‌ای انتخاب می‌شوند. با این وجود فعالیت‌های درخور توجهی در خصوص رتبه‌بندی کیفیت زندگی در کشورهای مختلف انجام شده است (کریمی و کیل، ۱۳۹۱).

نخستین گام برای شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده، ارائه‌ی تعریفی روشن از آن است. کارآفرینی مانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین است که بتوان تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه کرد. در مورد کارآفرینی تعریف واحدی وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن بیان گردیده است. اکنون در عرصه‌ی جهانی افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی شده‌اند که از آنها به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. طی سال‌های ۱۹۶۰-۱۹۸۰ تنها در هندوستان، ۵۰۰ مؤسسه‌ی کارآفرینی شروع به کار کرده‌اند و حتی شرکت‌های بزرگ جهانی برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده‌اند. در واقع چرخ‌های توسعه‌ی اقتصادی همواره با توسعه‌ی کارآفرینی به حرکت درمی‌آیند. در ایالات متحده هر سال بیش از یک میلیون فعالیت

1. Patrick, H. Knee, R. Canevello, C. Lonsbary, A.

تجاری جدید شروع به کار می‌کند. از سوی دیگر تغییر فراگیر روش‌ها و نگرش‌ها طی دو دهه‌ی اخیر، توجه بسیاری را به آموزش و پرورش و نیز جذب و به کارگیری مدیران کارآفرین سوق داده است. بنابراین از ابتدای دهه‌ی ۶۰ توجه بیشتری به کارآفرینان مبذول شد. توجه به کارآفرینی و ایجاد و توسعه‌ی آن علی‌رغم وجود بعضی انگیزه‌های مشخص گام مثبتی در جهت ایجاد فضای مناسب جهت توسعه، افزایش منابع ملی، کاهش میزان بیکاری، تعادل ساختاری و توسعه در شهرها و روستاها خواهد بود (احمدپور، ۱۳۸۲).

کارآفرین از کلمه‌ی Entrepreneur (به معنای متعهدشدن) مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبان‌ها راه یافته است. انگلیسی‌ها سه اصطلاح با نام‌های ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد کارآفرین به کار می‌بردند (فرحبخش، ۱۳۸۲). 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 ارائه‌ی یک محصول جدید، ارائه‌ی یک خدمت جدید، طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد. کارآفرینان در واقع به تغییر به عنوان مقوله‌ی تعیین کننده می‌نگرند، آنها ارزش‌ها را تغییر می‌دهند و ماهیت آنها را دچار تحول می‌کنند. آنان برای تحقق این ایده، قدرت ریسک‌پذیری خود را به کار می‌گیرند. به درستی تصمیم‌گیری می‌کنند و از این رو هر کس درست تصمیم بگیرد، به نوعی کارآفرین تلقی می‌شود. نظر «شومیتز» کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه‌ی اقتصادی است. وی مشخصه‌ی کارآفرین را نوآوری می‌داند. «جفری تیمونز» نیز معتقد است که کارآفرین فردی است که باعث خلق بینشی ارزشمند از هیچ می‌شود (پرخوان رازلیقی، ۱۳۸۰).

فردی را که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کمک همکاران به وجود آورد، کارآفرین گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست، می‌تواند سازمانی هم باشد. حتی شرکت‌های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می‌توانند به کارآفرینی دست زنند. امروزه حتی صحبت از دولت کارآفرین به میان آمده است. به اعتقاد «تورکول» کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. «روبرت نشات» کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می‌داند. از نظر «پیتر دراگر» کارآفرینی یک رفتار می‌باشد و در واقع به کاربرد مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استانداردهای محصول، بنا نهادن کار بر پایه‌ی آموزش می‌باشد، شش عامل کلیدی در مورد کارآفرینی وجود دارد که عبارتند از: هدف داشتن افق، به کارگیری خلاقیت‌های ذهنی جامعه‌گرا و جامعه‌پذیر بودن، شهامت، ابتکار، امیدوار و ریسک‌پذیر بودن واقع‌بینانه برخورد کردن با تفاوت بین خلاقیت‌ها و فرصت‌ها (علاءفر، ۱۳۷۹).

درباره‌ی کارآفرینان گفته شده که همه‌ی کارآفرینان در صفات فردی یکسان نیستند؛ اما ویژگی‌های عمومی در آنها وجود دارد که عبارتند از: نوآوری، هدف‌گرایی، ریسک‌پذیری، فرصت‌گرایی و فرصت‌شناسی، آینده‌نگری و دوراندیشی، انعطاف‌پذیری، اهل کار و عمل، اعتماد به نفس و خودباوری و واقع‌بینی (شیخان و رضازاده، ۱۳۸۲).

مزایا و منافع کارآفرینی عبارتند از: ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، عامل تحریک و تشویق حس رقابت، عامل تغییر و نوآوری، باعث ایجاد اشتغال می‌شود و کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و موجب توزیع مناسب درآمد می‌شود. باتوجه به منافع مذکور، امروزه در تمام سرمایه‌گذاری‌های دنیا سعی بر این است که مغزهای متفکر صنعتی را شناسایی و جذب کنند. به دلیل این که دنیای امروز، جهان علم و تکنولوژی است و ارزش اصلی تولید تکنولوژی است و ارزش اصلی تولید در مغز انسان‌ها نهفته است (احمدپور، ۱۳۸۲).

کارآفرینان به علت قابلیت اشتغال‌زایی که دارند، به کاهش میزان 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. بر اساس آخرین نظرسنجی که تحت عنوان فرهنگ کار و نگاه ایرانیان در آن انجام شده است، فقط ۴۲ درصد از جمعیت ایران خواهان شغل‌های ثابت اداری و یا در چارچوب شغل‌های وظیفه‌گرایی هستند. این در حالی است که در سال ۲۰۰۰ بیش از ۶۲ درصد از جمعیت دنیا اظهار داشتند که می‌خواهند دارای شغل مستقل (فعالیت خوداشتغالی) باشند، ۳۴ درصد از کل جمعیت بالا آماده‌ی پذیرش ریسک به منظور دستیابی به رضایت شغلی متکی بر فعالیت‌های فردی بودند. امروزه روحیه‌ی کارآفرینی به شدت در میان جمعیت جوان ایران در حال گسترش است. از طرفی باتوجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی کشور در حال حاضر، توجه به کارآفرینی بیش از پیش حائز اهمیت است. با عنایت به اعمال سیاست کاهش تصدّی‌گری دولت و همچنین محدودیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، سوق‌دهی جوانان و زنان جویای کار به سمت مشاغل کارآفرینی و خوداشتغالی ضرورت می‌یابد. مملکتی که یکی از آغاز کنندگان تمدن بشری بوده احتیاج به جوانانی دارد که بتوانند شکل دهنده‌ی کانون‌های تولید و اشتغال در جامعه باشند (راستگو، ۱۳۸۰).

اثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه‌ی کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد. سازمان بین‌المللی کار به منظور ارتقای کارآفرینی مدیران صنایع کوچک، برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای در کشورهای مختلف به وجود آورده است. این برنامه‌ها که عملکرد مؤسسات کوچک اقتصادی را بهبود می‌بخشد، برحسب توانایی مدیران صنایع کوچک و نوع فعالیت طراحی شده‌اند. قابل توجه است که با طی دوره‌ی کار آفرینی درصد

شرکت‌کنندگان با اصول اولیه‌ی کسب و کار آشنا شده‌اند و ۵۰ درصد از کارآفرینان مهارت‌های خاص مدیریتی را فرا گرفته‌اند. در حال حاضر سازمان بین‌المللی در ۷۰ کشور دنیا برنامه‌ی آموزش کارآفرینی را که هدف آن رشد کارآفرینی در صنایع کوچک است به اجرا آورده است (طالبی، ۱۳۸۱). با استفاده از الگوی سازمان بین‌المللی کار و تجارب ارزنده‌ای که از اجرای آن به دست آمده و باتوجه به شرایط اقتصادی ایران، چارچوبی برای تشکیل دوره‌های آموزشی کارآفرینی در ایران در قالب طرح «ستاد آموزش کارآفرینی ایران» طراحی و ارائه شده است. همچنین مؤسسه‌ی کار و تأمین اجتماعی با استفاده از منابع بین‌المللی کار، طرح آموزش کارآفرینی را در سال ۱۳۶۷ ارائه نمود و هم‌زمان با تدوین نظام جدید آموزشی، در سال ۱۳۶۸ «کارآفرینی» را به عنوان یکی از دروس رشته‌ی کار و دانش پیشنهاد کرد. در طرح آموزش کارآفرینی تأکید شده است که «آموزش برای ایجاد اشتغال با مزد» دیگر تنها راه حل مقابله با مشکل فزاینده بیکاری نبوده و قلمرو آموزش از فرهنگ «برای دیگران کار کردن فراتر رفته است» (اکبری، ۱۳۸۲). به کارآفرینی به عنوان یک راه‌کار مؤثر در ایجاد اشتغال نگریده و در این زمینه اقداماتی به عمل آورده است. از جمله اهم این اقدامات می‌توان به برگزاری جشنواره‌ی اشتغال و کارآفرینی در مهر ماه سال ۱۳۸۳ اشاره کرد. این جشنواره در تاریخ ۱۴ و ۱۵ مهر ماه سال ۱۳۸۳ در مجموعه‌ی فرهنگی ورزشی وزارت متبوع با همکاری سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان برگزار شد، هم‌چنین جلسات و نشست‌های تخصصی در زمینه‌های اخلاق و فرهنگ کار، مشاوره‌ی شغلی، حقوق و قوانین کار و ... نیز برگزار شد (فتحی، ۱۳۸۲).

در سال ۱۹۵۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه‌ی فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان سربازان فداکار اقتصادی ژاپن، پیاده و اجرا کرد. براساس این طرح افراد از مقطع دبیرستان به مسئله‌ی کارآفرینی پرداخته و مورد آموزش قرار گرفتند. بدین معنی آنها یاد گرفتند که در حین تحصیل چگونه کار کنند و چگونه به دنبال کسب سود بوده و چگونه کشورشان را از وابستگی صنعتی رهایی دهند. به تدریج مسئله‌ی کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد. اکنون در ژاپن بیش از ۲۵۰ مؤسسه‌ی بزرگ کارآفرینی وجود دارد. بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۰۰ کارآفرینان بزرگ توانستند موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برتر تبدیل کنند. البته ناگفته نماند حمایت‌های دولت هم در این زمینه نقش مهمی داشته است. در هلند، برای پرسنل SME ها آموزش‌های حرفه‌ای گذاشته شد به طوری که در سال ۱۹۹۸، ۳۲ درصد از پرسنل درگیر آموزش حرفه‌ای بوده‌اند. هم‌چنین در ایتالیا، ۸۵۵ دوره‌ی کسب و کار برای ۱۰۰۰۰ نفر شرکت‌کننده در بیش از ۲۰ ارائه شده است (زاهدی، ۱۳۸۲).

متأسفانه در ایران تا به حال در زمینه‌ی اثربخشی آموزش کارآفرینی بر بهبود کیفیت زندگی خانوادگی و درآمد خانوارهای بی بضاعت پژوهش‌های بسیار نادری انجام شده است. از آنجا که اغلب اختلاف‌های خانوادگی ناشی از مشکلات بی‌کاری است و این مشکلات به طور عمده به صورت بدکارکردی در کیفیت زندگی خانوادگی بروز می‌کنند (لامعی، ۱۳۸۴)، هدف پژوهش حاضر به بررسی میزان تأثیر آموزش کارآفرینی بر بهبود کیفیت زندگی خانوادگی و درآمد خانوارهای بی بضاعت اختصاص یافته است.

روش

طرح تحقیق از نوع آزمایشی با پیش و پس آزمون با گروه کنترل بود. جامعه‌ی تحقیق شامل کلیه‌ی خانواده‌های با درآمد پایین‌تر از صد هزار تومان در شهر سمنان بود که از این جامعه طبق فراخوان ۲۰۰ نفر برای شرکت در کارگاه آموزش کارآفرینی ثبت نام کردند و با استفاده از پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی و مصاحبه‌ی تشخیصی تکمیلی در مورد درآمد خانواده‌ها، توسط محقق تعیین شد، در این مرحله ۱۰۶ نفر دارای شرایط شرکت در کارگاه تشخیص داده شدند که از این جامعه ۶۰ مرد سرپرست خانواده به شیوه‌ی تصادفی انتخاب شدند و به تصادف در دو گروه ۳۰ نفری (آموزش کارآفرینی و گواه) قرار گرفتند. با استفاده از پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی و مصاحبه‌ی تشخیصی تکمیلی در مورد درآمد خانواده‌ها، در سه مرحله‌ی پیش آزمون، پس آزمون و پی‌گیری اندازه‌گیری شد.

داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی و مصاحبه‌ی تشخیصی تکمیلی، در سه مرحله‌ی قبل، بعد و پی‌گیری به دست آمدند. میزان کیفیت زندگی با استفاده از پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی (هنجاریابی شده توسط، عطاری، مولوی، نجفی، سیاوش، ۱۳۸۹) اندازه‌گیری شد. اعتبارسنجی ترجمه‌ی فارسی پرسش‌نامه‌ی «کیفیت زندگی سلامت» بر ۴۱۶۳ نفر از افراد سالم شهرستان تهران انجام شده است و ضرایب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه از ۰/۷۷ تا ۰/۹۰ و ضریب هم‌بستگی آن بالاتر از ۰/۴ از ۰/۵۸ تا ۰/۹۵ به دست آمد (۱۵). در پژوهش حاضر برای تعیین پایایی این ابزار از آزمون مجدد استفاده شد (۱۰ نفر با فاصله‌ی زمانی ۱۰ روز) و ضریب پایایی پیرسون $r = 0/85$ به دست آمد که قابل قبول است. پرسش‌نامه‌ی SF-36 ابعاد مختلف کیفیت زندگی را مانند کارایی فیزیکی، محدودیت‌های ایفای نقش، دردهای جسمانی، سلامت عمومی، سرزندگی و شادابی، کارایی اجتماعی و سلامت روانی را مورد بررسی قرار می‌دهد.

یافته ها

جدول ۱. مقایسه‌ی میانگین و انحراف معیار سن و مؤلفه‌های کیفیت زندگی در پیش‌آزمون (n=30)

متغیر	گواه (انحراف معیار) میانگین	آزمایشی (انحراف معیار) میانگین
سن	۴۶/۳ (۷/۱۱)	۴۷/۱۳ (۵/۸۹)
عملکرد جسمانی	۴۹/۲۲ (۱۶/۱۲)	۴۷/۲۶ (۱۶/۵۵)
مشکلات جسمانی	۵۱/۱۲ (۲۴/۱۲)	۵۵/۶۷ (۲۶/۹۸)
مشکلات روحی	۴۹/۲۲ (۲۰/۱۳)	۴۷/۳۴ (۲۲/۳۴)
نشاط	۴۷/۳۲ (۱۰/۱۱)	۵۰/۱۱ (۱۴/۸۸)
درد	۵۴/۲۱ (۱۳/۲۴)	۵۲/۲۶ (۲۷/۲۵)
سلامت عمومی	۵۲/۴۵ (۱۱/۱۵)	۵۱/۴۴ (۴۵/۳۴)
عملکرد اجتماعی	۵۱/۱۷ (۱۳/۲۳)	۵۳/۱۱ (۱۸/۶۷)
سلامت روانی	۵۴/۱۵ (۹/۱۷)	۵۲/۱۵ (۱۹/۵۶)
کیفیت زندگی	۵۲/۱۱ (۵/۱۳)	۵۴/۱۷ (۱۹/۳۳)
میزان درآمد ماهانه (به تومان)	۱۸۷ (۴/۹۸)	۲۵۴ (۷/۱۴)

Sig=0.76, p>0.05

میانگین سن افراد مورد پژوهش در گروه مداخله ۴۷/۱۳ و گروه کنترل ۴۶/۳ سال بود. بررسی سطح تحصیلات بین دو گروه نشان داد که اکثر افراد نمونه در گروه‌های مداخله و کنترل دارای مدرک سیکل و کمترین تعداد دارای مدرک دیپلم بودند و تعداد افراد دارای تحصیلات ابتدایی در حذمتوسط بود. این نتایج نشان می‌دهد که از نظر مشخصات دموگرافیک، افراد گروه‌های مداخله و گواه همتا بودند.

جدول ۲. مقایسه‌ی میانگین و انحراف معیار پس‌آزمون کیفیت زندگی گروه کنترل و آزمایش (تی مستقل)

متغیر	کنترل (انحراف معیار) میانگین	آزمایشی (انحراف معیار) میانگین	مقدار t
عملکرد جسمانی	۴۶/۳ (۷/۱۱)	۷۱ (۱۲/۹۹)	۱۲
مشکلات جسمانی	۴۹/۲۲ (۱۶/۱۲)	۷۵ (۲۱/۶۵)	۱۲
مشکلات روحی	۵۱/۱۲ (۲۴/۱۲)	۸۶/۶۶ (۱۹/۲۴)	۱۳
نشاط	۴۹/۲۲ (۲۰/۱۳)	۷۵/۴۱ (۹/۳۲)	۱۲/۲
درد	۴۷/۳۲ (۱۰/۱۱)	۸۴/۲۳ (۱۴/۲۲)	۱۳/۳۴
سلامت عمومی	۵۴/۲۱ (۱۳/۲۴)	۷۱ (۷/۲۲)	۱۱/۰۹
عملکرد اجتماعی	۵۲/۴۵ (۱۱/۱۵)	۶۴/۴۵ (۱۱/۷)	۱۲/۰۸
سلامت روانی	۵۱/۱۷ (۱۳/۲۳)	۷۶/۳۸ (۸/۵۶)	۱۳/۰۶
کیفیت زندگی	۵۴/۱۵ (۹/۱۷)	۷۷/۶۵ (۲/۳۴)	۱۰/۰۷
میزان درآمد ماهانه (به تومان)	۱۸۷ (۴/۹۸)	۲۵۴ (۷/۱۴)	۹/۸۶

p>0.01

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، که بین گروه کنترل و آزمایش بعد از ارائه‌ی مداخله در نمره کیفیت زندگی تفاوت دارند و میانگین گروه آزمایش بیشتر است.

جدول ۳. مقایسه‌ی پیش آزمون و پس آزمون گروه تجربی (آزمون تی دو گروه وابسته)

متغیر	پیش آزمون (انحراف معیار) میانگین	پس آزمون (انحراف معیار) میانگین	مقدار t
عملکرد جسمانی	۴۷/۱۳ (۵/۸۹)	۷۱ (۱۲/۹۹)	۱۱/۲۳
مشکلات جسمانی	۴۷/۲۶ (۱۶/۵۵)	۷۵ (۲۱/۶۵)	۱۳/۱۷
مشکلات روحی	۵۵/۶۷ (۲۶/۹۸)	۸۶/۶۶ (۱۹/۲۴)	۱۳/۱۴
نشاط	۴۷/۳۴ (۲۲/۳۴)	۷۵/۴۱ (۹/۳۲)	۱۳/۳۴
درد	۵۰/۱۱ (۱۴/۸۸)	۸۴/۲۳ (۱۴/۲۲)	۱۲/۰۴
سلامت عمومی	۵۲/۲۶ (۲۷/۲۵)	۷۱ (۷/۲۲)	۱۲/۲۱
عملکرد اجتماعی	۵۱/۴۴ (۴۵/۳۴)	۶۴/۴۵ (۱۱/۷)	۱۳/۰۴
سلامت روانی	۵۷/۱۲ (۱۲/۰۸)	۷۱/۳۶ (۹/۷۰)	۱۲/۴۴
کیفیت زندگی	۵۱/۸۴ (۶/۸۷)	۷۳/۶۵ (۹/۴۱)	۱۱/۹۸

$P > 0.01$

یافته‌های پژوهش نشان داد که تفاوت میانگین سطح کیفیت زندگی در ابعاد مختلف بین دو گروه قبل از مداخله تفاوت معناداری نداشته، ولی پس از مداخله این تفاوت به طور چشم‌گیری معنی‌دار شده به طوری که میانگین کیفیت زندگی در گروه تجربی رو به افزایش بود در حالی که گروه کنترل تغییری نداشت.

بحث و نتیجه گیری

خوشبختانه چندسالی است که تب کارآفرینی هم‌چون تب واقعی که علامت دفاع و واکنش طبیعی نسبت به ورود یک میکروب خارجی است به عنوان علامت دفاع و درمان بیکاری و اشتغال زایی در چهره‌ی خانواده‌ها به وضوح مشهود است.

در فرهنگ انسانی وقتی صحبت از کارآفرینی فرهنگی می‌شود، منظور این است که کسب و کار تازه ای در عرصه‌ی فرهنگ ایجاد کنند و یا برای افزایش فروش محصولات فرهنگی استراتژی کارآفرینانی را به کار گیرند و به هر حال در آن فرهنگ، هدف از کارآفرینی فرهنگی و اجتماعی تخریب خلاق در اصالت، رسالت، روش‌ها، مؤلفه‌ها و ساختار فرهنگ، اجتماع نیست و تقریباً هر آنچه که به این نام مطرح می‌شود، نهایتاً بمنظور تقویت کارآفرینی اقتصادی و افزایش کیفیت زندگی خانوادگی است. برای روشن تر شدن موضوع لازم است بدانیم که ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد کارآفرینی تاکنون از طریق مدل استقرایی تعریف و تبیین گردیده است؛ یعنی ابتدا شاخص‌ها و ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری افراد مؤفق در کسب و کار مورد شناسایی قرار گرفته و سپس بر اساس آن مؤلفه‌ها، ابعاد، مفاهیم، فرضیه‌ها و مدل‌هایی را برای کارآفرینی طراحی و ارائه نموده‌اند. بدین ترتیب و با این رویکرد یا روش که مدل استقرایی نامیده می‌شود کارآفرینی فقط در بُعد اقتصادی تعریف و تبیین شده است و لذا فقط رفتار کارآفرینانی مورد بررسی و شناخت قرار گرفته است که در حوزه‌ی کسب و کار فعال بوده‌اند و این امر موجب بهبود روابط و کیفیت خانوادگی می‌شود.

اما از آنجایی که حوزه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه محدود به امور کسب و کار نمانده و به مرور این قلمرو گسترش یافته، وقت آن رسیده است که از روش قیاسی به موضوع کارآفرینی نگاه شود یعنی ابتدا گمانه‌زنی، نظریه پردازی، مدل سازی و فرضیه پردازی شود و سپس مفاهیم و ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی شناسایی و تبیین گردد تا نهایتاً به رفتار کارآفرینانه برسیم که تنها به حوزه‌ی کسب و کار محدود نمی‌باشد و می‌تواند رفتار کارآفرینانه را در حوزه‌ی فرهنگی، اجتماعی و روابط خانوادگی و کیفیت زندگی نیز به معنی حقیقی و واقعی بدهد که نتایج پژوهش حاضر مؤید این مطلب است.

کیفیت کارآفرینانه‌ی زندگی است که جستجوگری، تکاپو و تلاش مستمر و بی‌وقفه برای رسیدن به کمال، اساس آن است. زندگی ای که باید دائماً در جستجوی میان‌برها بوده و خلاقیت جوهره‌ی آن است. زندگی‌ای که در آن هیچ‌گاه به وضع موجود اکتفا نمی‌شود و درحالی که باید با یک چشم به آینده نگریست با چشم دیگر به دنبال شکار ایده‌ها و فرصت‌های گذشته و حال بود. زندگی‌ای که در آن شوق، صراحت، نشاط، صداقت و مثبت اندیشی آذوقه‌ی راه و سفر روابط خانوادگی است. سفری سخت و خوب و مهیج و پایان‌ناپذیر. زندگی‌ای که در آن ارزش فرصت‌ها بسیار بیشتر از ارزش طلاست. زندگی‌ای که در آن امروز با فردا یکسان نیست و هر لحظه باید تصمیمی جدی و سرنوشت‌ساز گرفت. زندگی‌ای که بی‌توجهی به شرایط محیطی هر لحظه نقاط قوت را به نقاط ضعف تبدیل می‌کند. زندگی‌ای که در آن شکست مفهومی دیگر دارد و گاهی باید عمداً راه اشتباه را طی نمود تا به جواب

درست رسید. زندگی‌ای که ارزش‌ها و قواعد آن را همواره باید زیر ذره‌بین قرارداد و از نو ارزیابی و ارزش‌گذاری کرد. زندگی‌ای که اغلب توأم با حیرت و ابهام است و گاهی با وجود آن که هدف داری تا رسیدن به آن، از آن بی‌خبری. زندگی‌ای که در آن تا آن‌جا باید احساساتی شوی که منطقت اجازه می‌دهد. در این زندگی باید پازلی را حل کنی که تصویر نهایی آن را ندیده‌ای، با این وجود امیدوار هستی و ندایی از درون همواره تو را به سمت چشم انداز هدایت می‌کند. زندگی‌ای که در آن عشق رسیدن به مقصد خواب را از چشمانت می‌گیرد و برای موفقیت حتماً باید اول طعم شکست را بچشی. زندگی‌ای که اگر برای آینده‌ات برنامه‌ای نداشته باشی دیگران برایت برنامه‌ریزی می‌کنند. زندگی‌ای که برای پول درآوردن اول باید از پول چشم‌پوشی کنی تا بتوانی نانی به کف آری و به غفلت نخوری. زندگی‌ای که در آن موفقیت بذر شکست را با خود نمی‌پاشد؛ بلکه برعکس شکست‌ها بذر موفقیت با خود در زندگی می‌پاشند، زندگی‌ای که در آن اساساً شکست به معنی واقعه‌ای است که هنوز فوائد آن تبدیل به سود نشده است و معیارهای موفقیت با معیارهای رایج سنجیده نمی‌شود. زندگی‌ای که در آن با وجود این که می‌دانی رسیدن به کمال به کوشش نیست به جوشش است؛ ولی تا می‌توانی می‌کوشی و در این راه دوصد گفته، برایت چو نیم‌کردار ارزش ندارد. کارآفرینی یک سبک زندگی است، زندگی‌ای که در آن خواستن چیزی، هنگامی خواستن به حساب می‌آید که آن را بخواهی و برای آن اقدامی بکنی و توانستن هنگامی اتفاق می‌افتد که نمی‌توانی را فراموش کرده باشی. کیفیت زندگی که در آن به جز اندیشه هیچ چیز کاملاً در اختیار تو نیست و برای مسلمان ماندن باید هر لحظه ایمانت را تازه گردانی. زندگی‌ای که برای بقاء، در کسب‌وکار باید حرف نویی برای گفتن داشته باشی و بدون خلاقیت محکوم به فنا خواهی بود. زندگی‌ای که در آن چیز تازه‌ای به دست نمی‌آید مگر این که تازه‌ای برایت کهنه شود.

در این زندگی تصور و خیال برتر از دانش است، زندگی‌ای که در آن خلاقیت به معنویت می‌انجامد و معنویت به خلاقیت. زندگی‌ای که در آن خودشناسی یعنی خداشناسی و خودشناسی یعنی آگاهی از کارکرد سیستم فراشناختی ذهن و کنترل آن، در این زندگی است که افراد به فراآگاهی می‌رسند و بادقت در فهم خود و رسیدن به خویشتن خویش یک ساعت تفکرشان بهتر از سال‌ها عبادت می‌شود. زندگی‌ای که در آن خانواده‌ها پاسخ‌های درست به سؤال‌های غلط نمی‌دهند و هر عضو خانواده یاد می‌گیرد که چطور یاد بگیرد و چطور فراموش کند.

کیفیت زندگی کارآفرینانه یعنی زندگی‌ای که تنها از سمت چپ مغز استفاده نمی‌شود؛ بلکه سمت راست مغز به‌طور مستمر و فعال مورد استفاده قرار می‌گیرد و سبک‌های مختلف تفکر به‌طور آگاهانه انتخاب و در حل مسائل به کار می‌رود. زندگی‌ای که در آن عقل به اندازه‌ای رشد می‌یابد که دست خود را به عاقل‌تر از خود می‌دهد و بعضی اوقات دستش را به دل می‌دهد و می‌گوید از این جا به بعد کار من نیست. زندگی‌ای که در آن کل‌نگری و جزءنگری، محافظه‌کاری و ریسک‌پذیری، واقعیت‌ها و آرمان‌ها، نظم و نوآوری و بسیاری از این قبیل اضداد با هم جمع می‌شوند و کارآفرین کامل جمع اضداد نامیده می‌شود. در این زندگی مغز مزرعه‌ی آخرت است و دروغگو دشمن خدا، ضمیر ناخودآگاه منبع بالارزشی است که ارتباط با آن و استفاده از اطلاعات نهفته در آن یک مهارت محسوب می‌شود؛ البته مهارتی قابل آموزش. در این زندگی افراد می‌دانند که نمی‌توانند باد را کنترل کنند اما می‌توانند بادبادشان را تنظیم کنند و با پوست و گوشت و استخوان معنی این جمله را درک کرده‌اند که در بند آنی که در بند آنی. در این زندگی خوش‌بینی و تفکر مثبت بیشتر از سبک‌های دیگر زندگی جریان دارد و همین امر باعث می‌شود که هر مشکلی را یک فرصت ببینید، کارها به تعویق نیافتد، افراد طفره نروند، هیچ کس در جستجوی اشتباهات دیگران نباشد و از شکایت کردن و غرولند و ناله خبری نباشد. در این زندگی کمتر ریشخند کردن، طعنه زدن و چوب‌کاری کردن را می‌بینید و از بی‌انصافی، خودخواهی و احساس زرنگی کردن دیگران بیشتر در امانید.

یکی از نشانه‌های بارز این زندگی نشاط است که موجب از بین رفتن افسردگی و بدبینی و غم و ترس می‌شود. در این زندگی به‌خاطر تفکر مثبت از بدزبانی، تهمت و بی‌حرمتی به مقدسات افراد پرهیز می‌شود و از عصبانیت و کینه‌توزی و آزار رساندن و انتقام گرفتن خبری نیست. افراد مشغول ریزبینی و نکوهش و قضاوت دیگران نیستند. در سبک‌های زندگی دیگر، افراد چیزهایی را می‌بینند و می‌گویند «چرا؟» اما در زندگی کارآفرینانه افراد یاد می‌گیرند که چیزهایی که هرگز وجود نداشته است ببینند و بگویند «چرا نه»، در زندگی کارآفرینانه بیشتر از تفکر و اگر استفاده می‌کنید تا همگرا و باید چراهی دوران کودکی را دوباره آغاز کنید؛ اما نه در مورد چیزهای ناشناخته بلکه در امور بدیهی و دانسته‌های دوران بزرگی چون به قول وایتهد؛ به-عهده‌گرفتن تجزیه و تحلیل امور عادی، واضح و بدیهی احتیاج به ذهنی غیرعادی دارد و به قول کاسپر، کشف ناشناخته‌ها عملی جسورانه است اما از آن جسورانه‌تر زیر سؤال بردن ناشناخته‌ها است. در این زندگی مغز انسان به مثابه‌ی یک سیستم انبارداری که همواره اولین خروجی از آن، اولین ورودی به آن است کار نمی‌کند؛ بلکه خروجی آن قابل تغییر و کنترل است.

پیشنهادها: بعد از انقلاب و دوران سازندگی که با رشد صنعت مواجه هستیم باید تمامی ارگان‌ها با همکاری هم در این زمینه قدم بردارند و هر کدام نقشی را بر عهده گیرند و نقش دولت در این میان از همه مهم‌تر است. مخصوصاً حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی و کارآفرینان نوپا. ترویج فرهنگ کارآفرینی و معرفی کارآفرینان نمونه از طریق مطبوعات و قدردانی از آنها. ساختن فیلم و سریال در مورد زندگی کارآفرینان نمونه و تشویق مردم به سوی کارآفرینی توسط صدا و سیما. وارد کردن مضامین کارآفرینی در کتاب‌های درسی می‌تواند بذر ایجاد انگیزه‌ی کارآفرینی را در کودکان بارور کند. تبیین شرایط محیطی لازم برای پرورش و رشد استعدادهای کارآفرینی. برگزاری سمینار، نشر مقاله و ارائه‌ی سخنرانی به‌منظور تغییر دانش و معرفت

مدیران و سیاست‌گذاران و کارگزاران مؤسسات. گسترش فرهنگ کارآفرینی در خانواده‌های بی‌بضاعت. تدوین دوره‌های آموزشی بلندمدت در چارچوب دوره‌های تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا در دانشگاه‌ها، ایجاد مراکز آموزشی مستقل و مراکز آموزشی مدیریت در سطح دبیرستان‌ها و مدارس راهنمایی و ابتدایی. حمایت‌های دولتی و خصوصی جهت فعالیت بیشتر و مطلوب‌تر کارآفرینان. ایجاد و گسترش صنایع کوچک به‌منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌های خالی اقتصاد کشور. اصلاح سیاست‌ها و قوانین دست‌وپاگیر دولتی. برگزاری جلساتی با حضور کارآفرینان و اعضای خانواده و بیان مشکلات موجود بر سر راه آنان و ارائه‌ی شیوه‌های مقابله با آن مشکلات. معرفی یک روز به عنوان روز کارآفرین تا به کار آنها ارزش و اعتبار بخشیم. در خاتمه امید آن می‌رود که فضای کشور ایرانی اسلامی به گونه‌ای فراهم‌شود که کارآفرینان بتوانند رشد نمایند و این امر مستلزم همکاری نزدیک محافل علمی و مؤسسات اجرایی برای شناسایی و پرورش و توسعه‌ی استعداد‌های افراد است تا بتوانیم هر چه بهتر و بیشتر از این ذخایر گرانبها به نحو احسن استفاده نماییم و از این طریق کیفیت زندگی را بالا برده و به خانواده‌های بی‌بضاعت کمک کنیم تا رشد و تعالی یابند.



منابع

- احمدپور، محمود و طالبی، کامبیز (۱۳۷۷). میزگرد توسعه‌ی کارآفرینی، تنگناها و راه‌کارها. ماهنامه‌ی تدبیر، ۹۰، ۱۰-۱۴.
- احمدپور، محمود (۱۳۸۲). توسعه‌ی کارآفرینی. نشر روان، ۱۰-۳۵.
- اکبری، کرامت‌اله (۱۳۸۴). نقش نظام آموزشی - پژوهشی در توسعه‌ی کارآفرینی. سمینار، ۱۷۱-۱۷۹.
- پرخوان رازلیقی، مصطفی (۱۳۸۰). کارآفرینی. نشریه‌ی کارآفرین، ۸، ۲۴-۲۷.
- دنیوی، زهرا (۱۳۸۸). رابطه‌ی بین کیفیت زندگی کاری و اثربخشی سازمانی معلمان. پایان نامه‌ی ارشد دانشگاه آزاد ساری (منتشر نشده).
- راستگو، الهه (۱۳۸۰). کارآفرینی، منافع اجتماعی حاصل از آن، محدودیت‌ها و سیاست‌ها. نشر صنعت، ۳-۵.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۲). تحلیل سیستمی از گزینه‌های تأثیرگذار بر پدیده‌ی کارآفرینی. سمینار، ۱۲۴-۱۲۵.
- زرنقاش، میتا (۱۳۸۹). نقش مداخله‌ی روابط زناشویی در نیازها، سلامت روحی و کیفیت زندگی خانوادگی. پایان نامه‌ی ارشد، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شیراز (منتشر نشده).
- سحرناز، نجات (۱۳۸۷). کیفیت زندگی و اندازه‌گیری آن (مقاله‌ی مروری). فصل‌نامه‌ی اپیدمیولوژی ایران، ۴(۲): ۵۷-۶۲.
- شیخان، ناهید و رضازاده، حجت‌اله (۱۳۸۲). سلسله‌نشست‌های اشتغال و معرفی کارآفرینان نمونه بررسی تجارب کشورها در زمینه‌ی توسعه و ترویج کارآفرینی، کتابچه، ۸-۱.
- طالبی، کامبیز (۱۳۸۱). سمینار آشنایی با کارآفرینی در سازمان پیشرو. ۱۲-۱۶.
- علاءفر، صدیقه (۱۳۷۹). آموزش کارآفرینی، کارآفرینی در ایران. ۷، ۸۱-۸۵.
- فرحبخش، ندا (۱۳۸۲). کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی. نشر دانشگاهی، ۱۸۱-۱۸۲.
- فتحی، سعید (۱۳۸۲). خود کارآفرینی، راهبرد اشتغال برای ورود به قرن ۲۱. نشر دانشگاه، ۱۱۹-۱۲۷.
- کریمی و کیل، علیرضا (۱۳۹۱). رابطه‌ی کیفیت زندگی و جهت‌گیری مذهبی با اضطراب مرگ. پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی (ره) تهران.
- لامعی، بهزاد (۱۳۸۴). آموزش کارآفرینی در ایران. سمینار، ۱۳۳-۱۳۵.
- مسائلی، نسرین، عطاری، عباس، مولوی، حسین، نجفی، مرضیه و سیاوش، منصور (۱۳۸۹). هنجاریابی و بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی پرسش‌نامه‌ی کیفیت زندگی بیماران مبتلا به دیابت ملیتوس. فصل‌نامه‌ی کومش، ۱۱(۴) (پیاپی ۳۶)، ۲۶۳-۲۶۹.
- Bonomi A.E(2000). Patrick DL, Bushnell DM, Marttin M. Validation of The United States version of the World Health Organization quality of life (WHOQOL) instrument. *Journal of Clinical Epidemiology*, 53: 19-23.
- Legler L.St(2007). Declarations, Charters and Statements their role in health promotion. *Health Promotion International*. 22: 81- 179.
- Nejat.S(2008). Quality of life and measuring it. *Iranian Journal of Epidemiology*; 2: 57-62.

Patrick H, Knee R, Canevello C, Lansbury A(2007). The Role of Need Fulfillment in Relationship Functioning and Well-Being: A Self-Determination Theory Perspective, *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 434- 457.

Walker S.R, Rosse R.M (1999). Quality of life assessment: key issues in the 1990s. Springer-Verlag, Second edition, USA, New York.

