

## بررسی کیفی محتوای لازم برای دوره‌های آموزش کارآفرینی از نظر کارآفرینان

یاسر رضاپور میرصالح<sup>۱</sup>، مهدی شمالی<sup>۲</sup>، عاطفه برخوردار<sup>۳</sup>  
اعظم مندگاریان<sup>۴</sup>، رویا شفیع‌زاده<sup>۵</sup>

(صفحات ۲۱۴-۲۵۱)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۰۴ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۱۸

### چکیده

**هدف:** هدف اصلی مطالعه حاضر بررسی کیفی محتوای لازم برای دوره‌های آموزش کارآفرینی از نظر جوانان کارآفرین استان یزد به منظور ارائه آموزش‌های مؤثرتر بود. **روش:** این مطالعه از نوع پژوهش‌های کیفی بود که با استفاده از نظریه زمینه‌ای انجام شد. جامعه‌ی آماری متشکل از زنان و مردانی بود که در دوره‌های کارآفرینی برگزار شده در استان یزد در سال‌های ۹۷-۱۳۹۲ شرکت کرده بودند و در حال حاضر نیز به عنوان کارآفرین مشغول فعالیت بودند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و تا اشباع نظری مصاحبه‌ها انجام شد. در نهایت، ۲۰ نفر (۱۶ مرد و ۴ زن) به شیوه نیمه ساختاریافته مورد مصاحبه قرار گرفتند و مصاحبه‌ها با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، تجزیه و تحلیل شدند. **یافته‌ها:** نتایج نشان داد که برای بهبود اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی باید در بعد درون‌فردی، مهارت‌هایی مانند مدیریت‌فردی، مهارت‌های اجتماعی، عوامل‌انگیزشی، استقلال‌طلبی، کنترل و جهت‌دهی مشکلات، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، خودنظم‌دهی عواطف و هیجان‌ها و شناسایی و اصلاح خطاهای شناختی مورد توجه قرار گیرد. در بعد بین‌فردی، ابعادی مانند مقابله با رفتارهای مخرب، روابط بین‌فردی کارآمد و انگیزاننده‌های اجتماعی و سازمانی دارای

۱. (نویسنده مسئول)، دانشیار گروه مشاوره، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. [y.rezapour@ardakan.ac.ir](mailto:y.rezapour@ardakan.ac.ir)
۲. کارشناسی ارشد روان‌شناسی، سازمان آموزش و پرورش، اردکان، ایران.
۳. کارشناسی روان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، اردکان، ایران.
۴. کارشناسی ارشد مشاوره خانواده، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران.
۵. کارشناسی ارشد مشاوره خانواده، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران.

اهمیت بیشتری است. در بعد شغلی، اطلاعات و مهارت‌هایی مانند دانش قانونی، دانش اقتصادی، دانش تکنولوژی و شبکه سازی باید مد نظر قرار گیرد. در نهایت در بعد آموزشی محتوای آموزشی، پیش نیازهای آموزش و عوامل ساختاری و قانونی برای هرچه بهتر برگزار کردن دوره‌های آموزش کارآفرینی بایستی مورد توجه قرار گیرد. در پایان پژوهش نیز مدل پارادایمی محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی ارائه شد. نتیجه گیری: براساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که در محتوای آموزشی دوره‌های فعلی آموزش کارآفرینی بایستی تجدید نظر صورت گیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، دوره‌های آموزشی، جوانان

## مقدمه

توسعه‌ی اهداف ملی در هرکشوری را بدون در نظرگرفتن نقش اشتغال جوانان، نمی‌توان در نظرگرفت (عسکری ندوشن و صباغچی، ۱۳۹۷). بنابراین یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها، مساله اشتغال جوانان در جهت استفاده از این سرمایه‌های انسانی است (پروفلی و اسکریکوف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). اگرچه شغل تمام جنبه‌های زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (شفیع آبادی، ۱۳۹۶)، ولی متأسفانه امروزه جوانان نه به توانایی‌های واقعی خود واقفند، و نه اطلاعات کافی درباره مشاغل جامعه دارند. نتیجه مطالعه‌ای نشان می‌دهد که انگاره نادرست جوانان از نقاط ضعف و قوت خودشان در چارچوب مفهوم اشتغال‌پذیری و همچنین آگاهی ضعیف آنان از فضای کسب و کار در جامعه از دلایل مهم کاهش سطح اشتغال‌پذیری آنان به شمار می‌آید (توحیدی، سروش و الحسینی، ۱۳۹۴).

اگرچه شیوه‌های مختلفی برای توسعه اشتغال در جامعه وجود دارد اما یکی از راهکارهای مهم آن توسعه برنامه‌های کارآفرینی است. کارآفرینی یکی از عوامل کلیدی برای رسیدن به توسعه‌ی اقتصادی و ایجاد تحولات اجتماعی است که بخشی از بحران موجود جامعه‌ی بشری را که ناشی از پویا نبودن اقتصاد است برطرف می‌کند (جم<sup>۲</sup>،

1. Porfeli, E. J & Skorikov, V. B

2. Gem. T

۲۰۱۲). از این رو، باید با ایجاد آگاهی عمومی درباره‌ی نتایج فعالیت‌های کارآفرینانه و افزایش توانایی نیروی کار در بهره‌برداری از فرصت‌های موجود، زمینه‌ی ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم کرد (ضیاء و قارموسوی، ۱۳۹۵). ترویج کارآفرینی به دو دلیل مسئله‌ی اصلی سیاستگذاران است: تأثیر اقتصادی و ایده کارآفرینان به عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری (زالی و همکاران، ۱۳۸۶). نتایج پژوهش‌ها در حوزه کشورهای عضو آسه‌آن نشان می‌دهد آموزش مهارت‌های کارآفرینی تنها کلید رفع معضل بیکاری در بین جوانان است (سونداری<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که فراگیران آموزش‌های کوتاه‌مدت کارآفرینی نسبت به سایر افراد تمایل بیشتری برای آغاز کسب و کار جدید دارند. شاید این گرایش ناشی از تجربه و دانش کسب شده در طول دوره آموزشی باشد که به ظهور قصد کارآفرینانه در آنها منجر شده است (اسماعیل<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۰۹).

آموزش کارآفرینی به دو شکل رسمی و غیررسمی ارائه می‌شود. آموزش رسمی کارآفرینی در نظام آموزش کشور به عنوان واحد درسی در مقاطع مختلف ارائه می‌شود که از آن جمله می‌توان به واحد کارآفرینی در پایه‌ی سوم کار و دانش، واحد کارآفرینی در تمام رشته‌های تحصیلی دانشگاه جامع علمی و کاربردی و واحد اختیاری کارآفرینی در سایر رشته‌های دانشگاهی اشاره کرد. پژوهش‌های تجربی صورت گرفته نشان می‌دهد ارائه‌ی آموزش کارآفرینی در نظام آموزش رسمی به تنهایی به ایجاد قصد کارآفرینانه در فراگیران منجر نمی‌شود و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رغبت چندانی به انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه نشان نمی‌دهند و آموزش‌های رسمی کارآفرینی نتوانسته است انگیزه‌ی لازم را برای شروع یک کسب‌وکار جدید در دانشجویان ایجاد کند (اشرفی، نجفی و هزارجریبی، ۱۳۹۷؛ ضیاء و قارموسوی، ۱۳۹۵). در نقطه مقابل آموزش‌های کارآفرینی غیررسمی نتایج بهتری را به همراه داشته است (باقرصاد، زالی، رضوی و سعید بنادکی، ۱۳۹۲). به نظر می‌رسد که این دوره‌ها، از یکسو بیشتر بر جنبه‌های عملی تاکید می‌کنند و از سوی دیگر

---

1. Sondari, M

2. Ismail, M.

افراد شرکت کننده با تمایل بیشتری در این دوره‌ها شرکت می‌کنند. در واقع انگیزش بالای شرکت کنندگان که خود یکی از ویژگی‌های کارآفرینان است، در تلاش افراد برای یادگیری مطالب کارآفرینی نقش موثری دارد.

آموزش کارآفرینی به عنوان منبع تامین دانش مورد نیاز در خصوص اشتغال جوانان، از محورهای اصلی رشد و توسعه بوده و از نظر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار دارای اهمیت است. همچنین کارآفرینی به هنگام بحران و ناتوانی بخش خصوصی در ایجاد اشتغال می‌تواند باعث جلوگیری از پس‌روی اقتصادی و تقویت و تکامل صنایع داخلی شود و بدین ترتیب زمینه رقابت صنایع داخلی و خارجی را فراهم آورد و سرانجام به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور بیانجامد. لذا توجه به مقوله کارآفرینی اهمیت زیادی دارد. همچنین دنیای کار با سرعت سرسام‌آوری در تغییر است و دورنمای کار در هزاره جدید غیر قابل پیش‌بینی‌تر از هر زمان دیگری است، شرکت‌ها دستخوش کاهش یا تعدیل تعداد کارکنان، سازمان‌بندی مجدد، تأمین منابع انسانی از خارج و تغییرات فن‌آوری بنیادی هستند (سوکو، نیک و همکاران، ۱۹۹۵). همچنین نتایج مطالعات مختلف نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی در افزایش خلاقیت (مردانشاهی و آقاجانی، ۱۳۹۵)، ارتقاء کیفیت کارآفرینی (حسینی فرد و میرعرب، ۱۳۹۵)، روحیه کارآفرینانه (روشن، سیفی، عبدالهی، نوکانی و بنی‌جمالی، ۱۳۹۴)، شکل‌گیری قصد کارآفرینی (ضیاء و قارموسوی، ۱۳۹۵)، نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی (علم‌بیگی، جلیلیان و لطیفی، ۱۳۹۶)، مسیر شغلی دانش‌آموزان (اشرفی، نجفی و هزارجریبی، ۱۳۹۷)، همچنین بر خودکارآمدی کارآفرینی (نونسکی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۷) موثر است.

آنچه در خصوص این دوره‌ها دارای اهمیت زیادی است، بررسی موانع و مشکلات انجام آن و بررسی راه‌های افزایش اثربخشی این دوره هاست. مطالعات مختلفی نیز در

این خصوص انجام شده است. برای مثال میرحسینی، حیدری و تاجری (۱۳۹۵)، مشکلات توسعه و کارآفرینی در منطقه جنوب شرق ایران بررسی کردند و نشان دادند که ۵ فاکتور موثر شامل، دوری از مرکز و در حاشیه قرار داشتن، فقدان مشارکت موثر مردم در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، کمبود نیروی کار جوان آموزش دیده، وزش بادهای گرم و خشک و حرکت شن‌های روان و مجاورت با محور مواد مخدر و کالا (پاکستان و افغانستان) جزو مهمترین مشکلات کارآفرینان جهت توسعه و سرمایه‌گذاری در منطقه محسوب می‌شود. امیری (۱۳۹۴) نیز در پژوهش خود به بررسی موانع توسعه کارآفرینی در دانشگاه پیام نور از نظر دانشجویان در دانشگاه‌های پیام نور جنوب استان فارس پرداخت. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که از نظر دانشجویان به ترتیب موانع رفتاری، موانع محیطی و موانع ساختاری بیشترین نقش را در توسعه نیافتن کارآفرینی در دانشگاه پیام نور دارند. پالانیکومار، شانمگاسوندار و لاتا<sup>۱</sup> (۲۰۱۹)، عوامل اجرایی و موفقیت نقش صنعت در آموزش کارآفرینی را بررسی کردند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد کارآفرینان نیاز به همکاری موثر با افراد صنعتی به عنوان رهبران، تیم‌ها و هم‌تایان خود دارند. همچنین بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که عواملی چون ضعف موجود در ساختارهای کارآفرینانه، ضعف ساختار مدیریتی آموزش و پرورش، ضعف موجود در برنامه‌ریزی آموزشی (نادری، رضایی، سلیمانی و رستمی، ۱۳۹۸)، موانع شخصیتی - فرهنگی (کریم زاده، ۱۳۹۸) و عدم توجه به عوامل زیرساختی - حمایتی، مشکلات قانونی (عدم حمایت‌های قانونی)، عوامل شناختی - آموزشی، روان‌شناختی و ارتباطاتی (رضایی، توحیدلو و عربیون، ۱۳۹۲)، در میزان موفقیت دوره‌های آموزش کارآفرینی نقش دارد.

آموزش غیرآکادمیک کارآفرینی یکی از برنامه‌هایی که در بسیاری از استان‌های کشور و از جمله استان یزد در حال انجام است. برنامه‌های غیررسمی کارآفرینی توسط نهادهای مختلفی چون اداره ورزش و جوانان استان یزد، کمیته امداد امام خمینی، اداره

تعاون، کار و رفاه اجتماعی، باشگاه‌های کارآفرینی و همچنین برخی از موسسات و با اهدافی چون تقویت نگرش کارآفرینانه، افزایش خلاقیت و نوآوری، عزت نفس و میل به موفقیت انجام می‌گیرد. اما آنچه در خصوص این دوره‌ها نیازمند توجه است، بررسی محتوای آموزش‌های انجام شده، میزان کارآمدی دوره‌های برگزار شده و شناسایی موانع موجود در آموزش‌های کارآفرینی است تا با کسب نظر متخصصین این حوزه، برنامه‌های آموزشی جدید و موثرتری تدوین و تصمیمات تازه‌ای در خصوص بهبود اثربخشی این دوره‌ها اخذ شود. لذا با توجه به اینکه با بررسی محتوای آموزش کارآفرینی می‌توان اهداف روشن‌تری در چشم انداز آتی این مقوله و همچنین مساله اشتغال جوانان ترسیم نمود این مطالعه با هدف بررسی کیفی محتوای لازم برای دوره‌های آموزش کارآفرینی از نظر جوانان کارآفرین استان یزد به منظور ارائه آموزش‌های مؤثرتر انجام شد.

## روش

طرح پژوهش حاضر از نوع طرح‌های کیفی است که در آن از شیوه نظریه زمینه‌ای<sup>۱</sup> برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. جامعه پژوهش حاضر را کلیه شرکت‌کنندگان دوره‌های آموزش کارآفرینی در استان یزد که توسط نهادهای دولتی یا غیردولتی برگزار می‌شد، تشکیل می‌دادند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد. در روش کیفی حجم نمونه به اشباع نظری بستگی دارد، و زمانی که محقق به این نتیجه برسد که پاسخ‌های ارائه شده در مصاحبه‌ها با افراد نمونه تکراری است و یافته‌های جدیدی در آنها وجود ندارد، تعداد مصاحبه‌ها کافی است و نیاز به ادامه آن نیست (نومان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). ملاک‌های ورود عبارت بودند از داشتن تمایل برای مشارکت در پژوهش، شرکت در حداقل یک دوره آموزش کارآفرینی، داشتن سابقه کارآفرینی، داشتن یک کسب و کار موفق که همراه با یک ایده نوبا درآمد مجموعه حداقل ۲۰ میلیون در ماه و ایجاد اشتغال

1. grounded theory

2. Neuman, L.

حداقل برای سه نفر؛ و ملاک‌های خروج نیز عبارت بودند از حمایت مالی یا فنی خانواده در ایجاد کارآفرینی، استفاده بیش از حد از امکانات دولتی در شروع کارآفرینی، انصراف و یا عدم تمایل برای شرکت در پژوهش قبل، حین و یا بعد از مصاحبه. براساس معیارهای ورود و خروج در نهایت ۲۰ نفر در پژوهش شرکت کردند. از میان ۲۰ نفر شرکت کننده در پژوهش ۱۶ نفر مرد و ۴ نفر نیز زن بودند. میانگین و انحراف معیار سن افراد شرکت کننده در پژوهش به ترتیب ۳۶/۷۸ و ۳/۹۶، بود. ۲۰ نفر (۱۰ درصد) از افراد شرکت کننده پژوهش، تحصیلات دیپلم، ۳ نفر (۱۵ درصد) تحصیلات فوق دیپلم، ۱۰ نفر (۵۰ درصد) لیسانس و ۵ نفر (۲۵ درصد) نیز تحصیلات فوق لیسانس داشتند. میانگین و انحراف معیار سابقه کارآفرینی ۶/۳۷ سال و ۱/۹۷ و همچنین میانگین و انحراف معیار تعداد افراد تحت پوشش نیز ۷/۱۳ نفر و ۱/۲۳ بود.

ابزار اندازه‌گیری نیز شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. برای انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته بدین صورت عمل شد که ابتدا سؤالاتی را که در برگرفته ابعاد و رفتارهای کارآفرینی و دوره‌های آموزشی آن است طراحی شد و سپس روایی سؤالات طراحی شده با استفاده از نظراساتید صاحب نظر در این زمینه مورد بررسی قرار گرفت. سپس به صورت مقدماتی با ۳ نفر مصاحبه به عمل آمد و با توجه به نظر آزمودنی‌ها در مورد جامع و مانع بودن سؤالات تغییراتی در آنها داده شد. برای مثال سوال «یکی از مشکلاتی که می‌تواند در مسیر کارآفرینی مشکلاتی را ایجاد کند، مساله تحریم‌هاست، آیا در این زمینه آموزش‌هایی دریافت کرده‌اید؟ نقاط قوت و ضعف این آموزش‌ها چیست؟ آیا پیشنهادی در این زمینه دارید؟» از نمونه پرسش‌هایی بود که به منظور بررسی موانع کارآفرینی طرح شد. به منظور درک بهتر اطلاعات و پس از اخذ رضایت از آنان، تمامی مکالمات ضبط گردید. همچنین پس از اتمام هر جلسه و پس از بررسی مصاحبه، در صورت نیاز تغییراتی برای مصاحبه بعدی در سؤالات ایجاد گردید. مصاحبه‌ها تا آنجا ادامه یافت که ۹۵٪ پاسخ آزمودنی‌ها، تکراری شده بود که تقریباً پس از ۱۵ مصاحبه

اشباع نظری ایجاد شد. برای اطمینان، مصاحبه‌ها با ۵ نفر دیگر نیز ادامه پیدا کرد و در مجموع ۲۰ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند. سپس در مرحله بعد، محتوای مکالمات، به صورت کتبی تایپ شده و مورد تحلیل نهایی قرار گرفت. تمام مصاحبه‌ها و تعاملات به دقت ثبت شده و بارها مرور شدند و الگوهای مشترک در بین آنها شناسایی و ثبت شد. برای اعتباریابی فرایند کدگذاری به چند شیوه عمل شد. اول اینکه مصاحبه‌ها مجدداً در اختیار مصاحبه شونده‌گان قرار گرفت تا از صحت پیاده‌سازی اطلاعات اطمینان حاصل یابد، بعد از کدگذاری‌ها در هر مرحله نیز کدها در اختیار چندتن از مصاحبه شونده‌گان قرار گرفت تا از صحت مقوله بندی محققان اطمینان حاصل آید. مصاحبه‌ها چندین بار توسط محققین مرور شد تا چیزی از قلم نیافتاده باشد. بعد از کدگذاری اولیه، مصاحبه‌ها و جدول‌های کدگذاری در اختیار چند محقق دیگر آشنا به زمینه موضوع قرار داده شد تا آن‌ها نیز فرایند کدگذاری را تأیید کنند. در این مرحله برخی از اسامی مقوله‌ها تغییر پیدا کردند و یک تجدید نظر کلی هم در مقوله‌های اولیه و هم ثانویه به وجود آمد. مجدداً برای اطمینان از صحت کدگذاری، منابع و مستندات، و حتی ادبیات پژوهشی مرور شد و از هر سه فرایند کدگذاری و روند پیوستار بین آن‌ها، خصوصاً در پیوستگی بین مقوله‌ها در الگوی پارادایمی، اطمینان حاصل شد.

## یافته‌ها

در پژوهش حاضر دو سوال اصلی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج هر یک از سوالات به تفکیک ارائه شده است. سوال اول پژوهش عبارت بود از "دوره‌های آموزش کارآفرینی در جوانان استان یزد بایستی شامل چه آموزش‌هایی شود؟" برای پاسخ به سوال اول و تعیین محتوای لازم برای دوره‌های آموزش کارآفرینی از نظر کارآفرینان، ابتدا مصاحبه‌ها به صورت باز کدگذاری شدند. کدهای استخراج شده، در چهار دسته درون فردی، بین فردی، شغلی و آموزشی دسته بندی شدند. نخستین دسته بندی مربوط به بعد درون فردی و شامل ابعاد مهارت‌های مدیریت فردی، استقلال طلبی، مهارت‌های



اجتماعی، عوامل انگیزشی، استقلال طلبی، کنترل و جهت‌دهی مشکلات، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، خودنظم‌دهی عواطف و هیجان‌ها و شناسایی و اصلاح خطاهای شناختی بود. نتایج مربوط به بعد درون‌فردی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. بعد درون‌فردی دوره‌های آموزش کارآفرینی

مقوله هسته	مقوله اصلی	مفاهیم	گزاره
ویژگی‌های درونی کارآفرین	مهارت‌های مدیریت فردی	قاطعیت	بسیاری از افراد توانایی نه گفتن ندارند و به همین دلیل نمی‌توانند ایده‌های خود را پیاده کنند، با شریک‌هایشان کنار بیایند یا اصلاً شریکی پیدا کنند
		تصمیم‌گیری	متأسفانه من دوره‌ای ندیدم که توانایی تصمیم‌گیری به کارآفرینان آموزش داده شود. اینکه در لحظات بغرنج و پیچیده چطوری تصمیم عاقلانه و مناسب بگیرند و درگیر احساسات نشوند.
		هدف‌گذاری	دوره‌ها ابتدا باید هدف ریزی فرد در زندگی را به وی آموزش دهند. بدون هدف داشتن در زندگی کارآفرینی ممکن نیست
		خودآگاهی	آشنایی با نحوه شناسایی علاقه و استعداد، آزمون‌هایی که در این زمینه وجود دارند، مراکزی که در این زمینه می‌توانند به افراد کمک کنند، این‌ها نیز باید در آموزش‌ها گنجانده شود
	مهارت‌های اجتماعی	ایجاد روابط اجتماعی	بایستی در دوره‌ها به آموزش روابط اجتماعی بیشتر تاکید شود. خیلی سخت است یک نفری که روابط اجتماعی خود را تقویت نکرده بتواند کارآفرین شود. من نمی‌گویم کلان‌می‌شود. شاید در یک سری از مشاغل خانگی کوچک بشود ولی این فرد نمی‌تواند اصلاً دست به کارهای بزرگ و گسترده بزند. همان مشاغل خانگی هم حداقل باید بتواند چیزی که تولید می‌کند را بفروشد و این نیاز به روابط اجتماعی دارد
		مقابله با کم‌رویی	یکی از مسائلی که حتماً باید در دوره‌های کارآفرینی مورد آموزش قرار گیرد کنار گذاشتن کم‌رویی و ابراز وجود بی‌تراست است. ابراز وجود مهارتی است که یک کارآفرین باید قبل از داشتن یک فکر باز آن را داشته باشد.

مقوله هسته	مقوله اصلی	مفاهیم	گزاره
	عوامل انگیزشی	حفظ انگیزه	گاه‌ها فرد در طول دوره‌های که برنامه ریخته هست، انگیزه خود را از دست می‌دهد. اینکه چگونه انگیزه خود را در طول دوره شروع کارآفرینی حفظ کند بایستی در دوره‌ها آموزش داده شود
		استقامت داشتن	این که یک چیز روول نکند خیلی مهم است. این متفاوت از تلاش است. بعضی وقت‌ها در دوره‌های آموزشی فقط به تلاش تاکید می‌شود، اینکه چطوروری بعد از تلاش، تلاش خود را حفظ کند و کم نیاورد مهم است
استقلال طلبی		تأثیر پذیری از دیگران	خیلی از جوان‌هایی که در ابتدای راه خود هستند و ایده‌های نو دارند تحت تأثیر دیگران نمی‌توانند این ایده‌ها را پیاده کنند. اطرافیان آن‌ها را ناامید می‌کنند، پالس منفی می‌فرستند و ایده را سرکوب می‌کنند. به نظرم یکی از مهارت‌هایی که باید در دوره‌ها آموزش داده شود همین است
		تفکیک کار از مسائل عاطفی	به نظرم اولین چیزی که باید در دوره‌های کارآفرینی آموزش داده شود توانایی جدا کردن مسائل کاری با عاطفی در جوانان است. بسیاری از جوانان به علت اینکه درگیر روابط عاطفی می‌شوند نمی‌توانند روی ایده‌های کارآفرینی خود تمرکز کنند.
		وابستگی به خانواده	خصوصاً در دوره‌های آموزشی که برای نوجوانان برگزار می‌شود، ابتدا باید به نحوه مستقل شدن از خانواده، خصوصاً استقلال مالی، تاکید شود
		تفکیک روابط دوستی با روابط کاری	یکی از علت‌های شکست مسیر کارآفرینی افراد این است که آن‌ها نمی‌توانند مسائل کاری را از روابط دوستی خود تفکیک کنند. خیلی‌ها با دوستان خود شراکتی کار را آغاز می‌کنند و فکر می‌کنند با همان شیوه‌ای که قبلاً با هم رابطه داشتند می‌توانند الان هم باهم رابطه داشت باشند. نمی‌دانند مسائل کاری از دوستی جداست یا اینکه می‌دانند جداست ولی در عمل نمی‌توانند جدا کنند.
		عدم وابستگی به دیگران	دوره‌های آموزشی باید شامل آموزش شیوه‌هایی از وابستگی باشد. فردی که وابسته است، در کارآفرینی هم دست و پایش بسته است. منظورم فقط وابستگی عاطفی نیست. گاهی وابستگی‌های دیگری مانند وابسته بودن به یک شهر، به یک دوست، به خانواده، به یک علاقه خاص، باعث می‌شود آدم به جنبه‌های دیگر زندگی‌اش توجه نکند یا اگر استعداد دیگری هم

مقوله هسته	مقوله اصلی	مفاهیم	گزاره
			داشته باشد، راه‌های سختی که به آن وابستگی آسیب می‌زند را برای رسیدن به آن استعداد امتحان نکند
	کنترل و جهت دهی مشکلات	سازگاری با شرایط نامطلوب	آموزش مهارت‌های کارآفرینی که فقط ایده‌پردازی نیست. فقط مسائل شغلی نیست. من ندیدم دوره‌ای که به من یاد بدهد چطوری با شرایط سختی که پس از شروع کار با آن برمی‌خورم مواجه شوم، چطوری ناامید نشوم، چطوری تحمل کنم و ادامه دهم
		ناتوانی در پذیرش شکست	من نمی‌دانم چرا مواجهه با شکست در دوره‌ها آموزش داده نمی‌شود. یا اینکه خیلی سرسری از آن رد می‌شوند. اگر من کارآفرین یاد بگیرم که چطوری شکست بخورم، چطوری از شکست موفقیت بسازم، چطوری ناامید نشوم، چطوری دوباره شروع کنم، در واقع اصلاً کارآفرین نیستم
		عدم استفاده از سبک‌های مقابله‌ای کارآمد	یکی از آموزش‌هایی که باید بیشتر به آن توجه شود، آموزش شیوه برخورد با مسائل و مشکلات است. اینکه سریع با یک مشکل از کوره در نرویم، اگر بازار خوب نبود تصمیم‌های هیجانی نگیریم، عقلمان بر احساساتمان مسلط باشد و از این دست چیزها
	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی	عدم به تعویق انداختن کارها	ما باید اول یک جوان را از تنبلی بیرون بیاوریم. ممکن است به قول معروف گاهی فرد جوگیر شود و در دوره‌ها شرکت کند. منتها این فرد اصلاً همت شروع یک کار را ندارد و باید تشویق شود تا اول فقط تلاش کند
		عدم اهمال کاری	بلای جان یک کارآفرین و یا حتی جوانی که می‌خواهد کارآفرینی را شروع کند اهمال‌کاری و مس کردن است. خیلی وقت‌ها شده یکی ایده خوبی داشته انقدر معطل کرده دیده یکی دیگه ایده اون رو پیاده کرده و اتفاقاً موفق هم هست
		حفظ اراده	گاهی اوقات می‌شود که یک کارآفرین ابتدای کار تلاش و شروع خوبی دارد ولی بعد اراده خود را از دست می‌دهد و انگاری کرخت می‌شود و نمی‌داند چجوری کار را ادامه دهد.

مقوله هسته	مقوله اصلی	مفاهیم	گزاره
		بی‌برنامگی	دوره‌ها باید برنامه‌ریزی را هم به فرد آموزش دهند. گاهی یکی هست هدف‌های خوبی دارد ولی نحوه برنامه‌ریزی برای رسیدن به این هدف‌ها را بلد نیست
		توانایی به پایان رساندن کارها	در دوره‌های آموزشی، بعد از هدف باید روی تلاش تاکید شود. اینکه چرا آدم‌ها تلاش نمی‌کنند و یک کار را از همان اول ول می‌کنند باید آموزش داده شود
		خلاقیت	شیوه‌های بارش افکار، نوآوری، ایده‌پردازی و خلاقیت از طریق به کارگیری حواس مختلف و... بایستی آموزش داده شود. البته کم و بیش این آموزش‌ها در دوره‌های فعلی دیده می‌شود
		ریسک پذیری	شاید اصلی‌ترین چیزی که در دوره‌های آموزشی باید به آن تاکید شود مفهوم ریسک و شانس است. هرچند شاید بعضی از دوره‌ها به آن تاکید کنند اما معتقدم باید بیشتر تاکید شود. خیلی‌ها ریسک را با شانس اشتباه می‌گیرند. خیلی‌ها اصلاً به شانس اعتقاد ندارند. نحوه ریسک کردن را بلد نیستند یا به جای ریسک حماقت می‌کنند. بیشتر جلسات آموزشی باید به این‌ها اختصاص یابد
		خوابیدن	فقط کسانی می‌توانند خوب پیشرفت کنند که نیازهای موقت و زودگذر را بتوانند به تعویق بنوازند. مثلاً چه اشکالی دارد که به جای اینکه خانه از خود ما باشد مدتی اشجاره نشینی کنیم. نیازی نیست پولی که انقدر اوایل کار احتیاجش داریم برویم خانه بخریم. یا بعضی افراد به درآمد کم راضی می‌شوند. چون تا حالا درآمد نداشته وقتی به درآمد حداقلی می‌رسد دیگر دست نگه می‌دارد و کار را ادامه نمی‌دهد گسترده نمی‌کند. مهم این است که آموزش ببینید چطوری جلوی این نیازهای خود را بگیرید
	خودنظم‌دهی عاطفی و هیجان‌ها	مواجهه با دلهره و اضطراب	هرچند اضطراب و نحوه روبرو شدن با آن ممکن است در مهارت ریسک کردن آموزش داده شود، اما جدای از ریسک، اضطراب ممکن است در مراحل اولیه شروع کار، نگذارد فرد تمرکز کند و کار را درست ادامه دهد. به نظر من مهارت روبرو شدن با اضطراب باید جداگانه آموزش داده شود.

مقوله هسته	مقوله اصلی	مفاهیم	گزاره
شناسایی و اصلاح خطاهای شناختی		اتکا به توانایی‌های خویش	یک کارآفرین باید آموزش ببیند بعد از خدا، در درجه اول به خودش اتکا کند و به توانایی‌های خودش امید داشته باشد. امید بستن به دیگران، کمک دولت، حمایت جامعه نمی‌گویم کار اشتباهی است ولی گاهی باعث می‌شود فرد اول به این‌ها امید داشته باشد بعد به خودش
		امید	دوره‌های کارآفرینی ما منطبق بر شرایط جامعه و شرایط کشور نیستند. الان مهمترین چیزی که باید در دوره‌ها آموزش داد امید است. همه از وضعیت کشور، تورم، مشکلات تولید و غیره ناامید هستند. تا این امید وجود نداشته باشد هر آموزشی بی‌فایده است. شرایط کشور ما که بدتر از هند نیست. فساد ما که بدتر از آنجا نیست. پس یک کارآفرین باید امید خود را از دست ندهد
	عدم نظم دهی افکار		یکی دیگر از مهارت‌هایی که بایستی در دوره‌های آموزشی به آن تاکید شود کمک به تمرکز ذهنی، جمع بندی ذهنی و چگونگی مقابله با پرش‌های ذهنی و افکار است. افکار پراکنده ذهن یک فرد را برای کارآفرینی به آشوب می‌کشاند و جلوی تصمیم‌گیری درست و یا حتی شروع کردن را می‌گیرند
		باورهای غلط و خودتخریب	یک کارآفرین ممکن است در شروع کاری یا ادامه کار دچار افکار منفی شود، خودش را به خاطر بعضی تصمیم‌گیری‌های نادرست سرزنش کند، اینکه چطوری خودش را سرزنش نکند و خودش را قبول داشته باشد باید در دوره‌های آموزشی در نظر گرفت
		قدرت تشخیص تصمیم‌های غلط	خیلی از دوره‌های آموزشی به فرد یاد می‌دهند که چگونه تصمیم بگیرد، یاد نمی‌دهند چطوری تصمیم‌های غلط خودش را زودتر بشناسد، جرأت پذیرش آن تصمیم‌های غلط را داشته باشد

دومین دسته‌بندی مربوط به بعد بین‌فردی و شامل ابعاد رفتارهای مخرب، روابط بین‌فردی کارآمد و انگیزاننده‌های اجتماعی و سازمانی بود. نتایج مربوط به بعد بین‌فردی در جدول ۲ ارائه شده است

جدول ۲. بعد بین فردی دوره‌های آموزش کارآفرینی

مقاله هسته	مقاله اصولی	مفاهیم	گزاره
سالم‌سازی محیطی	رفتارهای مخزن	رقابت ناسالم	گاهی اوقات فرد کارآفرینی را خوب شروع می‌کند. به هر حال هر کارآفرینی باید با دیگران هم رقابت کند. منتها این رقابت باید سالم باشد. گاهی رقابت‌های ناسالم باعث می‌شود کارآفرینی از مسیر خودش منحرف بشود و در واقع بیشتر ضرر متوجه فرد بشود. آموزش‌های کارآفرینی باید این حاشیه‌ها را نیز در بر بگیرند. در واقع گاهی حاشیه‌ها به اندازه خود کارآفرینی مهم می‌شود
		دوست‌های ناسالم	در مسیر کارآفرینی دوست‌های ناسالم ممکن است فرد را منحرف بکنند. ممکن است فرد شروع خوبی داشته باشد ولی در ادامه دوستان ناسالم فرد را به مسیرهای دیگری غیر از کارآفرینی بکشانند
	رابط بین فردی کارآمد	خلق محیط‌های دوستانه کارآفرینی	در واقع نه تنها دوستان فرد نباید ناسالم باشند، بلکه معمولی هم نباشند. کارآفرین برای خلاقیت بیشتر باید با کارآفرین بگردد حتی اگر آن فرد در حوزه متفاوتی کارآفرینی کند فرقی نمی‌کند. جای این موارد ریزی که باید در آموزش‌ها به آن تأکید شود خالی است
		ایجاد گروه‌های کارآفرینی	به نظر من، همان‌طور که افراد معتاد برای ترک مواد و انگیزش بیشتر گروه‌های NA تشکیل می‌دهند، بایستی در آموزش‌ها به افراد یاد داد که گروه‌های کارآفرین تشکیل بدهند. این گروه‌ها می‌توانند جلسات منظمی باهم داشته باشند و باهم همفکری کنند.
	انگیزنده‌های اجتماعی و سازگاری	جلب حمایت افراد	درست است که اصل کارفرینی تکیه بر توانایی‌های فردی است اما به هر حال حمایت هم مهم است. دوره‌های آموزشی فقط به این توانایی‌های فردی تأکید دارند. اینکه فرد چگونه بتواند حمایت و اعتماد مسئولین و مدیران ذیربط و اطرافیان را به خود جلب کند مهم است
		جلب حمایت خانواده	شاید جلب حمایت اطرافیان ساده‌تر باشد، ولی جلب حمایت خانواده سخت‌تر است. خانواده چون بیشتر نگران آدم است ممکن است در مسیر پیشرفتش هم به علت همین نگرانی، سنگ‌اندازی‌هایی بکند
		حفظ جو عاطفی مناسب در خانواده	همان‌طور که قبلاً هم گفتم، یک سری آموزش‌هایی باید در دوره‌های کارآفرینی وجود داشته باشد که خیلی‌ها در ظاهر اول شاید به نظرشان بی ربط باشد. یکی از این آموزش‌ها نحوه حفظ رابطه عاطفی و فضای مناسب گفتگو و صمیمیت در خانواده است. کارآفرینی که خانواده آرامی داشته باشد، بهتر می‌تواند روی هدف‌های خودش تمرکز کند.

مقوله هسته	مقوله اصلی	مفاهیم	گزاره
		استراحت دادن و رسیدگی به تفریح و سرگرمی	چه اشکالی دارد ما آموزش دهیم که توجه به سرگرمی و تفریح هم یکی از ابعاد زندگی است. یک کارآفرین باید بتواند استراحت کند، تفریح کند و از زندگی لذت ببرد. شاید مشغله‌های یک کارآفرین انقدر زیاد باشد که نتواند خوب تفریح کند. بعضی‌ها هم انقدر غرق کار می‌شوند که یادشان می‌رود از زندگی لذت ببرند. بعضی‌ها سالی یک بار تفریح لاکچری می‌کنند و نهایت می‌روند مسافرت خارج. این درست نیست، تفریح باید مداوم و همیشگی باشد. باید تفریح‌های سالمی که که کارآفرین می‌تواند درکنار مشغله‌های خود داشته باشد را به وی آموزش داد
		کنترل لذت‌های زودگذر	دیده می‌شود خیلی‌ها تا یک پولی به دست می‌آورند تا به یک جایی می‌رسند از جای خود در می‌روند. سراغ تفریح‌های ناسالم می‌روند. سراغ مواد می‌روند. کارهای غیر اخلاقی می‌کنند. این‌ها آفت جان یک کارآفرین هست. البته این آموزش‌ها باید به افرادی داده شود که کارآفرین شده‌اند نه کسانی که می‌خواهند کارآفرینی را شروع کنند

سومین دسته‌بندی مربوط به بعد شغلی و شامل دانش قانونی، دانش اقتصادی، دانش تکنولوژی و شبکه‌سازی و همچنین آموزشی شامل محتوای آموزشی، پیش نیازهای آموزش و عوامل ساختاری و قانونی بود. نتایج مربوط به بعد ب شغلی در جدول ۳ ارائه شده است.

### جدول ۳. بعد شغلی دوره‌های آموزش کارآفرینی

مقوله هسته	مقوله‌ها	مفاهیم	گزاره‌ها
دانش قانونی	دانش قانونی	موانع اداری	من معتقدم خصوصاً در ایران دوره‌های آموزشی کارآفرینی باید شامل آموزش‌های خاص باشد. مثلاً یک کارآفرین ایرانی باید بفهمد که گاهی دولت‌ها نه تنها کمکی نمی‌کنند بلکه مانع‌هایی در سر راه کارآفرین می‌گذارند. قوانین حقوقی دست و پاگیر مانع فعالیت درست ما می‌شود، وقت و انرژی ما را می‌گیرد و ممکن است همان اول کار ناامید شویم

مقوله هسته	مقوله‌ها	مفاهیم	گزاره‌ها
		آشنایی با قوانین و تغییرات آن	البته نمی‌توان گفت همه قوانین سخت هستند، گاهی قوانین و یا تبصره‌هایی در زمینه‌های حمایت از کارآفرینی، شهرک‌های صنعتی، وام‌های بانک‌ها و از این دست مسائل وجود دارد که خیلی‌ها آن‌ها را نمی‌شناسند. این‌ها باید آموزش داده شوند، البته توسط کسی که خودش درگیر کار است. معروف است که در کشور ما مسئولان برای خودشان و فرزندانشان هم که شده برخی تبصره‌های خاص می‌گذارند. ما باید از این تبصره‌ها سر در بیاوریم
		فساد اداری	یک آموزش خاص دیگر لازم است. من نمی‌گویم کسی باید دنبال رانت باشد. ولی باید بتوانی مافیای درون کاری که می‌خواهی بکنی را بشناسی. اینکه چگونه مافیاهای لوث نکند. چگونه از آسیب‌های آن‌ها در امان بمانی
		آشنایی با قوانین شراکت	بعضی وقت‌ها یک کارآفرین احتیاج دارد در ابتدای کار با کسی شریک شود. شاید این شراکت تا آخر کار هم باقی بماند. مهم است که بدانند چطور شریک پیدا کنند، با چه کسی شراکت کنند، چگونه تقسیم کار کنند، چگونه بین خودشان قرارداد ببندند.
		آشنایی با قوانین بیمه	البته آشنایی با قوانین بیمه بعد از کار شروع شد برای اینکه کارآفرین در ارتباط با کارکنان و نیروی انسانی اش به مشکل برخورد ضروری است
		آشنایی با قوانین کار	قانون کار، دست مزد، قوانین مالیاتی باید آموزش داده شود
		آشنایی با قوانین ثبت اختراع و برند	خیلی وقت‌ها شنیده‌ایم و حتی برای خود من پیش آمده که ایده‌ام را دزدیده‌اند، بلد نبودم قبل از ارائه آن به یک جایی اول آن را به نام خودم ثبت کنم..... مورد داشتیم که قبل از اینکه برند خودش را ثبت کند کار را شروع کرده که به مشکل برخورد. خیلی‌ها این چیزها را دست کم می‌گیرند و می‌گویند لازم نیست. درحالی که اگر با این قانون‌ها آشنا نباشند زود به مشکل برخورد و ناامید می‌شوند
	دانش اقتصادی	بهره برداری از فرصت (کشف، درک و خلق)	هرچند در یک جامعه کار زیاد است ولی خیلی‌ها اعتقاد دارند که کار خاصی را نمی‌توانند شروع کنند و هرکاری پیدا می‌کنند بازار آن اشباع است و قبلاً خیلی‌ها روی آن دست گذاشته‌اند. حتی آگه این حرف را قبول کنیم باید دوره‌های آموزشی بتواند به جوان‌ها یاد بدهد چطور فرصت‌های



مقوله هسته	مقوله‌ها	مفاهیم	گزاره‌ها
			شغلی باقی مانده و فرصت‌های بکر را شناسایی کنند. یا حتی چطوری در یک بازاری که حتی اشباع شده است بتوانند فرصت‌هایی را پیدا کنند که بقیه به آن نپرداخته‌اند
		مدیریت بحران‌های اقتصادی	هنریک کارآفرین در ایران پیش بینی تورم، بی‌ثباتی‌های اقتصادی، وضع قوانین خاص بدون برنامه‌ریزی است. جای دوره‌های آموزشی این چیزها خالی است
		فراهم کردن سرمایه اولیه	درست است که سرمایه برای کارآفرینی لازم نیست، اما وجود یک سرمایه هرچند کم ته دل آدم را قرص می‌کند، دست او را برای انجام بعضی کارها باز می‌کند. خصوصا به جوانان باید آموزش داده شود که چگونه این سرمایه کم را بدست بیاورند
		دانش ارزی	اینکه نوسانات دلار چگونه ممکن است اقتصاد ما را تحت تأثیر قرار دهد باید توسط یک متخصص در دوره‌های کارآفرینی آموزش داده شود. این متفاوت است بحث کلی اقتصاد است. عرضه و تقاضا و نیاز و... که در اقتصاد مطرح است یه چیزی است این یک چیز دیگر. این باید جداگانه آموزش داده شود
		تبدیل تهدیدها و تحریم‌ها به فرصت	خصوصا در شرایط فعلی باید یک کارآفرین آموزش ببیند که تحریم‌ها در چه حوزه‌هایی هستند و آیا می‌تواند کار او را تحت تأثیر قرار بدهد یا نه. یا حتی چگونه می‌تواند از تحریم نفع ببرد
		بازاریابی و مدیریت فروش	در کنار تبلیغات، باید بازاریابی و فروش نیز آموزش داده شود
		مدیریت مالی	درست است که محاسبات مالی باید کسی انجام دهد که تخصصش این کار است ولی باید ما آشنایی اولیه با این مسئله داشته باشیم که کلاه سرمان نرود.
		شناسایی بازار کار و فروش	یک کارآفرین قبل از شروع باید به خیلی از زمینه‌ها مسلط باشد و انواع بازارهای موجود را بشناسد. می‌گویند کارآفرین قبل از شروع باید برعکس آنچه در علم معروف است، یک اقیانوسی باشد به بند یک انگشت. باید

مقاله هسته	مقاله‌ها	مفاهیم	گزاره‌ها
			خیلی از بازارها را بشناسد و حتی آن‌ها را تجربه کند
		تبلیغات	خیلی از جوان‌های ما کار یا محصول خوبی تولید می‌کنند ولی نمی‌توانند خوب تبلیغ کنند و کسی کار آن‌ها را نمی‌شناسد
	دانش تکنولوژی	آشنایی با فن اوری اطلاعات	امروزه اطلاعاتی مفیدی را می‌توان با تسلط بر زبان انگلیسی و جستجوی ساده در اینترنت بدست آورد. اطلاعاتی که قبلاها باید برایش کلی پول می‌دادی. اما خیلی‌ها همین سرچ ساده را هم بلد نیستند. خصوصا قدیمی‌ها.
		تجارت الکترونیک	عصر عصر تکنولوژی و اینترنت است. ما باید اصول تجارت الکترونیک را بلد باشیم. هرچند حوزه‌ای که کار می‌کنیم ممکن است ربطی به اینترنت نداشته باشد ولی واجب است.
		آشنایی با تکنولوژی‌های مربوطه	الان خیلی از کارها با استفاده از تکنولوژی راحت‌تر انجام می‌شود. آشنایی با تکنولوژی‌های جدید در هر حوزه کاری ضروری است. گاهی یک تکنولوژی بعد از اینکه چندسال در اروپا مورد استفاده قرار گرفت تازه کارآفرینان ما متوجه آن می‌شوند و به بازار می‌آید. اگر می‌خواهند بهتر رقابت کنند باید زود متوجه ورود این تکنولوژی‌ها بشوند.
		به روز رسانی اطلاعات	دنیای دنیای تحول و رقبات است. اگر نتوانی تحول پیدا کنی در رقابت جا می‌مانی. باید در هر حوزه نحوه این تحول و کسب اطلاعات جدید آموزش داده شود و کارآفرین باید دانش خود را مداوم با دانش روز هماهنگ کند
		انتخاب مسیر علمی درست	درست است که خیلی از کارآفرینان لزومی به ادامه تحصیل و رفتن به دانشگاه نمی‌بینند ولی این به معنای رد کردن علم نیست. باید در حوزه‌های مختلف، حتی حوزه‌های پیرامونی حیطه اصلی کارآفرینی خود نیز مطالعه داشته باشند. اینکه مسیر علمی را چطوری انتخاب کنند باید آموزش داده شود.
		شبکه سازی	ساختارهای شبکه ای

مقوله هسته	مقوله‌ها	مفاهیم	گزاره‌ها
			شما یک چیز است ولی برای رسیدن به آن حق موانعی وجود دارد و شما باید پارتی جور کنید
		ارتباطات اداری	بعضی از مسئولان هستند به دلیل اینکه خودشان کارآفرینی نکرده‌اند و یک حقوق بگیر هستند ممکن است دغدغه‌های کارآفرین را درک نکنند. ممکن است کارآفرین در اوایل کار وقتی به مشکل خورد روی اعصابش مسلط نباشد و با آن‌ها درگیر شود. حتی اگر روی اعصاب هم مسلط باشی ممکن است به علت اینکه آن‌ها حرفت را نمی‌فهمند با آن‌ها درگیر بشوی. پس باید آموزش ببیند چطوری با مسئولان کنار بیاید.

چهارمین دسته‌بندی مربوط به بعد آموزشی و شامل این بعد شامل محتوای آموزشی، پیش نیازهای آموزش و عوامل ساختاری و قانونی بود. نتایج مربوط به بعد آموزشی در جدول ۴ ارائه شده است.

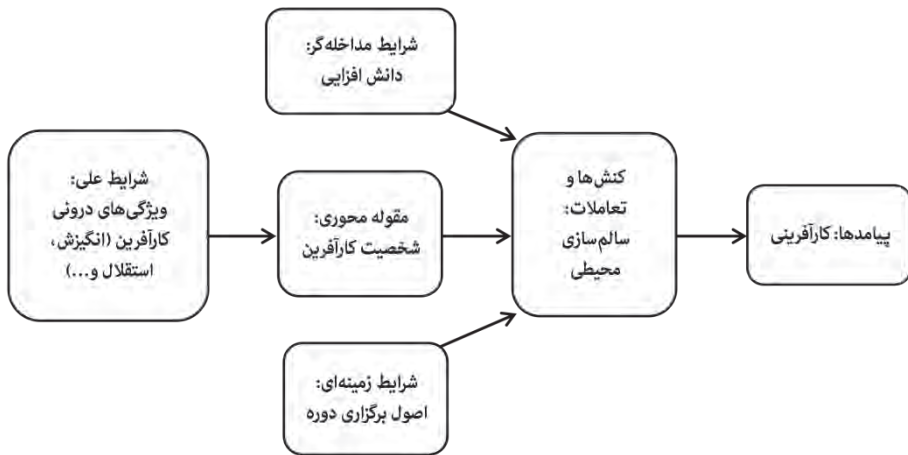
جدول ۴. بعد آموزشی دوره‌های آموزش کارآفرینی

مقوله هسته	مقوله‌ها	مفهوم اولیه	گزاره‌ها
اصول برگزاری دوره	محتوای آموزشی <sup>۱</sup>	سطحی بودن آموزش‌ها	متأسفانه در ایران یک دوره آموزشی چند ساعته یا نهایت فشرده چند روزه برگزار می‌شود و خلاص. مگر می‌شود این همه موضوع که در کارآفرینی دخالت دارند در این دوره‌ها آموزش داد. اگر هم بشود فرد کشتش این همه درک را ندارد. آموزش‌ها باید مداوم و پله پله باشند
		عدم ارائه منابع معتبر آموزشی	فقط نباید به آموزش اکتفا شود. باید در دوره‌ها کتاب هم معرفی شود. نباید جوری باشد که من امید باشم همه چیز را یک نفر آماده کرده بیاید به من بگوید. باید خودم تشویق شوم برم مطالعه کنم و خیلی چیزها را کشف کنم
		برنامه‌های هدایت و مشاوره	در دوره‌ها باید آموزش داده شود که فقط به دوره اکتفا نکنند. هرکسی بسته به زمینه کاریش باید یک مشاور خصوصی انتخاب کند. حالا اینکه این مشاور باید چه شرایطی داشته باشد باید در دوره‌ها آموزش داده شود.

مقوله هسته	مقوله‌ها	مفهوم اولیه	گزاره‌ها
پیشنهادات برای آموزش		تئوریک بودن محتوای آموزشی	دیده می‌شود گاهی دوره‌ها را کسانی برگزار می‌کنند که خودشان کارآفرین نیستند. یا اینکه فقط یک کار کوچک کرده‌اند. هرچند تبلیغ‌های وسیعی می‌کنند که من چه ام و چه. ولی در عمل کارآفرین نیستند. دوره‌ها را باید یک کارآفرین برگزار کند تا درد یک کارآفرین را بفهمد و بداند از کجا شروع کند و چطوری توضیح دهد
		عدم نیاز سنجی آموزشی	معمولا دوره‌های آموزشی برای جوان‌ها انجام می‌شود. باید خیلی زودتر از این‌ها شروع کرد. به نظر من باید از دبستان شروع کرد. در سنین بالا بسیاری از چیزها در فرد شکل گرفته‌اند خیلی تغییرش سخت است
		فرهنگ‌سازی ناقص و کمبود برنامه‌های انگیزشی	عیب دوره‌ها این است که یک آگهی می‌زنند و برای برگزاری دوره دعوت می‌کنند. این طوری فقط افرادی که علاقه‌مند هستند و انگیزه دارند می‌آیند و شرکت می‌کنند. خیلی‌ها بودند که گفتند ما اصلا اعتقادی به آموزش نداشتیم ولی وقتی اتفاقی شرکت کردیم دیدم چقدر مفید بوده. برگزاری دوره‌ها باید طوری باشد که همه بیایند
		عدم سطح بندی دوره‌ها	به ندرت دیده می‌شود که کلاس‌های مقدماتی و پیشرفته جدا برگزار شود. معمولا یک دوره‌ای برگزار می‌کنند برای همه. خوب شاید یکی خیلی از این دوره‌ها را قبلا شرکت کرده باشد و مطالب برایش تکراری است. ممکن است که کارآفرین با سابقه نتواند در کنار مبتدی‌ها بنشیند و حرف‌های آن‌ها را درک کند. البته شاید اگر آموزش‌ها طولانی مدت و پله پله بود اینطوری نمی‌شد
		تبلیغات نامناسب	نهایت در یک کانال تلگرامی یا یک پوستری چیزی اطلاع‌رسانی می‌شود. گاهی همین حد هم نمی‌شود. خیل‌ها اصلا خبردار نمی‌شوند که دوره‌ای قرار است برگزار شود
		حجم زیاد آموزش گیرندگان	بیشتر دوره‌هایی که برگزار می‌شود به شکل سخنرانی است. یعنی سی چهل نفر یا حتی بیشتر جمع می‌شود و یکی می‌رود برای آن‌ها سخنرانی می‌کند. دوره‌ها باید به شکل گروهی برگزار شود. یعنی همه اعضای گروه مشارکت کنند، نظر بدهند، هم را نقد کنند. برای همین دوره‌ها باید به صورت گروهی انجام شوند. صندلی‌ها باید به شکل U شکل باشد.

مقوله هسته	مقوله‌ها	مفهوم اولیه	گزاره‌ها
عوامل ساختاری و قانونی		ضعف ارگان‌های ذریبط در برگزاری دوره‌ها	مدارس و کلاً آموزش و پرورش در کشور ما وظیفه‌اش را درست انجام نمی‌دهند. آن‌ها باید آموزش‌های کارآفرینی را شروع کنند. حالا که آن‌ها درست انجام وظیفه نمی‌کنند بهتر است خود دست‌اندرکاران برگزاری دوره‌ها اقدام کنند و کار را از مدارس شروع کنند
		عدم تخصیص بودجه لازم	خیلی از دوره‌های آموزشی هزینه برهست. خیلی‌ها توانایی پرداخت این هزینه‌ها را ندارند. خصوصاً نوجوان‌هایی که اول راه هستند. بهتر است یک ارگان متولی کار شود و از برگزاری دوره‌ها حمایت مالی بکند. البته اینکه اصلاً از شرکت کنندگان پول نگیرند هم خوب نیست. پرداخت پول باعث می‌شود فرد با انگیزه و دقت بیشتری شرکت کند
		ناهمگونی شرکت کنندگان و عدم پایش مناسب	قبل از برگزاری دوره‌ها باید یک ارزیابی انجام شود ببینند کسی که دارد شرکت می‌کند اصلاً این دوره برایش مفید است یا نه. مطالب به سن او می‌خورند یا نه. یک ارزیابی اولیه ای باید انجام شود و براساس نوع مطالبی که در دوره آموزش داده می‌شود افرادی که قادرند این آموزش‌ها را بهتر درک کنند وارد دوره شوند
		موازی کاری توسط متولیان آموزش	هر ارگانی برای خودش آموزش می‌دهد باهم هم هماهنگ نیستند. بهتر است حداقل یک ارگان بین آن‌ها هماهنگی ایجاد کند. حتی بهتر بود دانشگاه‌ها و آموزش و پرورش متولی برگزاری می‌شدند و ارگان‌های دیگر هم قبل از برگزاری با آموزش و پرورش و دانشگاه شهر خود ابتدا هماهنگ می‌کردند

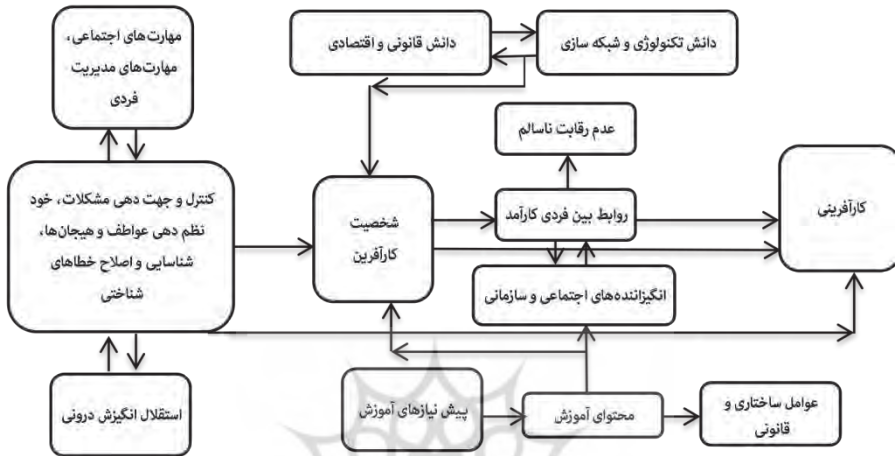
سؤال دوم پژوهش این بود که الگوی پارادایمی آموزش کارآفرینی از نظر کارآفرینان استان یزد چگونه است؟ برای پاسخ به این سؤال پژوهش کدگذاری محوری و انتخابی انجام شد. برای درک بهتر در این مرحله بیشتر با **مقوله‌های هسته** در هر بعد، الگوی مورد نظر ترسیم شد و زیرمقوله‌ها و سایر ارتباطات ممکن بین کدها به مرحله کدگذاری انتخابی سپرده شد. نتایج مربوط این بخش در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. کدگذاری محوری

براساس شکل ۱، مقوله محوری «شخصیت کارآفرین» انتخاب شد. به این علت مقوله شخصیت کارآفرینی به عنوان مقوله هسته انتخاب شد که به نظر می‌رسید کل آموزش‌های دوره کارآفرینی برای پرورش این مقوله و به بهانه رشد این ویژگی انجام می‌شود و نقطه شروع کارآفرینی در یک فرد نیز همین ویژگی است. ویژگی‌های درونی کارآفرین شامل استقلال، انگیزش درونی، مهارت مدیریت فردی، مهارت اجتماعی، کنترل و جهت‌دهی مشکلات، خودنظم‌دهی عواطف و هیجان‌ها و شناسایی و اصلاح خطاهای شناختی به عنوان شرایط علی انتخاب شد. دانش افزایشی به عنوان شرایط مداخله‌گر انتخاب شد. شرایطی مداخله‌گر شرایط کلی و وسیعی هستند که بر چگونگی فرآیندها و راهبردها اثر می‌گذارند. به عبارتی دیگر، دانش افزایشی شغلی و اقتصادی موجب بهبود ویژگی‌های درونی لازم برای کارآفرینی می‌شود. در نهایت بار رشد ویژگی‌های درون فردی لازم برای کارآفرینی است که کارآفرینی در عمل تحقق می‌یابد. سالم‌سازی محیطی نیز به عنوان کنش‌های و تعاملات انتخاب شد. در واقع متجلی شدن شخصیت کارآفرین در آموزش دهنده‌ای که در کنار دریافت آموزش‌های صحیح کارآفرینی، به دانش افزایشی شغلی می‌پردازد، منجر به ایجاد یک شرایط محیطی سالم برای

ایجاد کارآفرینی می‌شود که در نتیجه آن، کارآفرینی به عنوان نتیجه این کنش‌ها و تعاملات در عمل اتفاق می‌افتد.



شکل ۱. الگوی پارادایمی ارتباط بین مقوله‌های آموزش کارآفرینی

به منظور بررسی جزئیات و درک بهتر الگوی پارادایمی با جزئیات بیشتری تنظیم شده و ارتباطات دیگری که با توجه به سیر مصاحبه‌ها که به نظر می‌رسید بین شرایط مختلف برقرار باشد، ترسیم شد که نتایج آن در شکل ۲ ارائه شده است. با توجه به روند منطقی بین صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های درونی کارآفرینی در ارتباط متقابل با هم قرار دارند. استقلال و انگیزش درونی شرایطی را برای کارآفرین ایجاد می‌کند که کنترل بیشتری روی رفتارهای خود داشته باشد و خودنظم‌دهی و خطاهای شناختی خود را بهبود بخشد و در نتیجه همه این موارد، مهارت‌های اجتماعی و مدیریت فردی وی بالاتر رود. با این وجود، یک دور مثبت در این ویژگی‌ها وجود داشت و بالعکس هم نیز این روابط برقرار بود. به عبارتی دیگر، افزایش مهارت‌های اجتماعی و مدیریت فردی نیز باعث افزایش خودکنترلی و خودنظم‌دهی و در نتیجه

افزایش استقلال و انگیزش درونی می‌شد. همه این ویژگی‌ها، مستقیماً می‌توانست کارآفرینی را در فرد به همراه داشته باشد. با این وجود، انواع دانش‌های شغلی و ارتباطی نیز باعث بهبود شخصیت کارآفرین و همچنین روابط بین فردی و رقابت سالم‌تر می‌شد که در نتیجه آن، رفتارهای کارآفرینی بیشتر در فرد بود. هرچه بهتر برگزار شده دوره‌ها و رعایت اصول و پیش نیازهای آموزشی دوره‌های آموزش کارآفرینی نیز زمینه مناسب‌تری برای کنش این عوامل روی هم ایجاد می‌کرد. برگزاری اصول‌مند دوره‌های آموزش کارآفرینی از یک سو هم ویژگی‌های شخصیت کارآفرین را در فرد تقویت می‌کرد و از سوی دیگر، به ایجاد محیطی بهتر برای کارآفرینی کمک می‌کرد و باعث دانش‌افزایی می‌شد. در نهایت، این محیط سالم کارآفرینی بود که رفتارهای کارآفرینی را در عمل در پی داشت. هرچند خود این محیط سالم معلول ویژگی‌های درونی کارآفرین، برگزاری نظام‌مند دوره‌های آموزشی و دانش‌افزایی شغلی کارآفرینان بود.

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی کیفی محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی از نظر جوانان کارآفرین استان یزد بود. براساس مصاحبه‌های انجام شده، کارآفرینان محتوای مورد نیاز دوره‌های آموزش کارآفرینی را به چهار دسته درون فردی، بین فردی، شغلی و آموزشی تقسیم می‌کردند. بعد درون فردی شامل ابعاد مهارت‌های مدیریت فردی، استقلال طلبی، مهارت‌های اجتماعی، عوامل انگیزشی، استقلال طلبی، کنترل و جهت‌دهی مشکلات، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، خودنظم‌دهی عواطف و هیجان‌ها و شناسایی و اصلاح خطاهای شناختی می‌شد. مهارت‌های مدیریت فردی خود شامل مفاهیم قاطعیت، تصمیم‌گیری، هدف‌گذاری و خودآگاهی می‌شد. این یافته به طور کلی با مطالعه قنادی و نژاد و بیگدلی (۱۳۹۶)، سلمانی، حاجیلو و تلخاب،



(۱۳۹۷) و کانن و کریتنکز<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) همسو است. آن‌ها معتقدند در وهله اول آنچه در کارآفرینی حائز اهمیت زیادی است، هدف‌گذاری است. فرد در اولین گام باید بتواند مشخص کند که در نهایت چه اهدافی را به دست خواهد آورد. با تعیین هدف مسیر حرکت وی مشخص خواهد شد. تصمیم‌گیری نیز نقش مهمی در دستیابی به اهداف تعیین شده دارد، چرا که در مواقع بسیاری کارآفرین با موقعیت‌هایی مواجه می‌شود که بایستی در موقعیت‌های گرایش/گرایش یا اجتناب/اجتناب تصمیم‌گیری کند و ادامه کار موفق وی بستگی به این تصمیم‌ها دارد (کانن و کریتنکز، ۲۰۱۹). مهارت‌هایی مثل برخورد با نظر مخالف دیگران می‌تواند در این زمینه در تصمیم‌گیری بهتر موثر واقع شود (همیلتون، پاپاگورگ و پانده<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹) مولفه بعدی، مهارت‌های اجتماعی بود. این یافته به طور کلی با نتایج مطالعه عبدالملکی و همکاران (۱۳۸۷) همسو است. کارآفرینی مستلزم ایجاد روابط موثر با افراد مختلفی است که در رشد یک کارآفرین نقش زیادی را ایفا می‌کنند. ایجاد روابط اجتماعی و مقابله با کمرویی به عنوان دو مفهوم راهگشا در کسب مهارت‌های اجتماعی می‌تواند در ایجاد و بهبود مهارت‌های کارآفرینی نقش داشته باشد (محزون حقیقی، ۱۳۹۵). انگیزش نیز یکی دیگر از مقوله‌هایی بود که از نظر مصاحبه‌کنندگان در کارآفرینی نقش اساسی داشته و آموزش‌های کارآفرینی نیز باید این بعد را بیشتر مورد توجه قرار دهند. نتیجه بدست آمده همچنین با نظر آراستی، کنعانی و سیدقاسمی (۱۳۹۲) که انگیزش را یک عوامل مهم در کارآفرینی می‌دانند، همسو است. بر اساس نظریه‌های مرتبط با کارآفرینی، انگیزش برای فرایند انتقال کارآفرینان از یک مرحله به مرحله بعد حیاتی است (آلینا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰) و باعث می‌شود تا این افراد در رسیدن به اهداف خود مصمم‌تر باشند (میس، کلینگ و بورگ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶). یافته‌ها نشان داد در

1. Konon, A., & Kritikos, A. S.
2. Hamilton, B. H., Papageorge, N. W., & Pande, N.
3. Alina, B.
4. Meece, J, Glienke, BB & Burg, S.

دوره‌های آموزش کارآفرینی باید بر استقلال طلبی بیشتر تمرکز شود. این یافته با مطالعات ریف<sup>۱</sup> (۲۰۱۹)، نورالان و کوسار<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) و لیپست<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) که نشان دادند آموزش به جوانان در راستای کسب استقلال در کارآفرینی نقش دارد، همسوست. کنترل و جهت‌دهی مشکلات به عنوان یکی از عامل‌های موفقیت کارآفرین مطرح می‌شود چراکه کارآفرینی با مشکلاتی زیادی همراه بوده که نیازمند استفاده از شیوه‌های مقابله‌ای مناسب است (محمد، محمود و مصطفی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). مقابله بنا به تعریف لازاروس و فولکمن (۱۹۸۴) بعنوان فرایندی پیچیده، تابع ارزیابی‌های فرد و فشارهای موقعیتی است و عبارتست از تلاش‌های رفتاری و شناختی که دائماً در حال تغییرند و به منظور کنترل موقعیت‌ها و شرایطی که بطور بالقوه فشارزا و یا زیانبار ارزیابی می‌شود بکار می‌روند. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی که شامل مفاهیم عدم به تعویق انداختن کارها، عدم اهمال‌کاری، حفظ اراده، بی‌برنامگی، توانایی به پایان رساندن کارها، خلاقیت، ریسک‌پذیری و خویشتن‌داری بود، به عنوان یکی از عوامل موثر در کارآفرینی ارزیابی شد. این یافته‌ها همسو با مطالعات گروول و آتسان (۲۰۰۶)، منصور نژاد، نقشینه و احمدپور داریانی (۱۳۹۱) و محمدی و مرجانی (۱۳۹۳) همسو بود. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان از مواردی است که نقش مهمی در موفقیت آنها دارد. از سوی دیگر ویژگی مثبت کارآفرینی می‌تواند با آموزش و تمرین ایجاد و یا تقویت شوند. خودنظم‌دهی عواطف و هیجان‌ها نیز مفاهیم مواجهه با دلهره و اضطراب، اتکا به توانایی‌های خویش و امید را شامل شد. خودنظم‌دهی هیجانی شامل تلاش‌های منظم فرد به منظور جهت‌دهی به افکار، احساسات و عملکردهای فردی برای رسیدن به اهداف می‌شود (اعتماد اهری و تختی پور، ۱۳۹۴). از سوی دیگر ناامیدی و منفی بافی نسبت به شرایط، یکی از

1. Ryff, C. D.

2. Nurwulan, R. L., & Kausar, K.

3. Lipset, S. M.

4. Ahmad, W. M. R. W., Mohamed, A. A., & Mustaffa, F.

جنبه‌هایی بود که کارآفرینان در این پژوهش به از بین بردن آن در دوره‌های آموزشی تأکید داشتند. در همین راستا، انویج (۲۰۰۵) معتقد است که با تأکید بر روان‌شناسی مثبت می‌توان موفقیت کارآفرینان را افزایش داد. عدم شناسایی و وجود خطاهای شناختی مانع از آن می‌شوند که افراد واقعیات را آنگونه که هستند ببینند و بتوانند تصمیم‌گیری واقع‌بینانه‌ای داشته باشند (به نقل از احدی و مرادی، ۱۳۹۶). سه مفهوم نظم‌دهی افکار، شناسایی باورهای غلط و شناسایی افکار خودتخریب و قدرت تشخیص تصمیم‌های غلط از جمله عوامل موثر در شناسایی و اصلاح خطاهای شناختی است که در فرایند کارآفرینی نیاز به آموزش دارد.

بعد بین فردی شامل رفتارهای مخرب، روابط بین فردی کارآمد و انگیزاننده‌های اجتماعی و سازمانی است. از جمله رفتارهای مخرب، رقابت ناسالم و دوست‌های ناسالم است. اگرچه رقابت یکی از ارکان مهم در رشد کارآفرینان به شمار می‌رود (مارتین<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۰؛ از بامول و فورمال<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳) اما بسیاری از کارشناسان معتقدند که در رقابت ناسالم افراد به جای اینکه از راه‌های درست برای رشد و پیشرفت خود استفاده کنند، افکار و انرژی خود را صرف مسائلی می‌کنند که منجر به شکستشان می‌شود. کارآفرینی همچنین نیازمند وجود ارتباطات موثر بین افراد است. کارآفرینان نیاز دارند تا شبکه‌ای از ارتباطات موثر را برای خود ایجاد کنند که بتوانند از بر توانمندی‌ها و آگاهی‌های خود بیافزایند. در این راستا خلق محیط‌های دوستانه کارآفرینی و ایجاد گروه‌های کارآفرینی که تحت عنوان روابط بین فردی کارآمد نامگذاری شدند از مهارت‌هایی هستند که در موفقیت کارآفرینان نقش مهمی را ایفا می‌کنند. این یافته با پژوهش نعمتی، گرمی پور و محمدی چمناری (۱۳۹۴) همسوست. کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است، کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای

1. Martin, M.A.G.

2. Baumol, W. J.

آن و زمینه اجتماعی و اقتصادی آن وابسته است (پارسبان رضوی، ۱۳۸۳). انگیزاننده‌های اجتماعی و سازمانی شامل مواردی است که می‌تواند به رشد انگیزش کارآفرینان منجر شود. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش احمدپور داریانی (۱۳۹۵) همسواست. در توضیح می‌توان گفت که حمایت اطرافیان و به خصوص حمایت خانواده و جامعه از فرایند کارآفرینی می‌تواند در ایجاد، حفظ و تشدید انگیزش کارآفرینان نقش زیادی داشته باشد. نقش پشتیبانی دولت‌ها و حمایت آنها از کارآفرینی نیز یکی از مهمترین موارد بهبود کارآفرینی است (احمدپور داریانی، ۱۳۹۵). استراحت دادن و رسیدگی به تفریح و سرگرمی‌های مثبت و پرهیز از گرایش به لذت‌های زودگذر و توانایی کنترل آن یکی از مفاهیمی که می‌تواند افراد را مقابل آسیب‌های جسمی و روان‌شناختی ایجاد شده، بیمه نماید. برخی از کارآفرینان ممکن است به دلیل نداشتن مهارت‌های لازم در کنترل خویشتن، به لذت‌هایی روی بیاورند که آنها را از رسیدن به اهدافشان بازدارد (برتمز، ۲۰۱۲).

بعد شغلی شامل دانش قانونی، دانش اقتصادی، دانش تکنولوژی و شبکه‌سازی بود. مسیر کارآفرینی از یکسوی نیازمند داشتن اطلاعات لازم در خصوص قوانین مربوط به این حوزه است و از سوی دیگر ممکن است کارآفرینان با مشکلاتی مواجه شوند که دانش قانونی می‌تواند در رفع آن موثر باشد. عدم آشنایی با قوانین و به خصوص در سطح اداری که یک کارآفرین ممکن است برای انجام برنامه‌های خود مجبور به مراجعه مکرر به برخی از ادارات و سازمان‌ها باشد، ممکن است به عدم حصول نتایج دلخواه، اتلاف وقت، از بین رفتن منابع و کاهش انگیزه کارآفرین منجر شود. از سوی دیگر وجود قوانین کسب و کار، تامین منابع مالی لازم و همچنین قوانین مالی، مالیاتی و مرتبط با نیروی انسانی با تغییراتی روبرو است که در صورت عدم آشنایی کارآفرینان با این تغییرات مشکلات

متعددی ایجاد می‌شود. همچنین دیگر وجود فساد اداری در برخی از ارگان‌ها را نمی‌توان کتمان کرد. آشنایی با روش‌های مقابله با این فساد و احقاق حقوق از مسیرهای درست می‌تواند کارآفرینان را از ناکامی در دستیابی اهداف و همچنین گرفتار شدن در تخلفات قانونی رها سازد. همچنین کارآفرینی را نمی‌توان بدن در نظر گرفتن مسائل اقتصادی تعریف کرد. در واقع بخش زیادی از فعالیت‌های مربوط به این حوزه به نوعی با مسائل اقتصادی سروکار دارد. یکی از مهمترین دغدغه‌های کارآفرینان تازه‌کار نداشتن سرمایه اولیه و عدم مهارت کافی برای بدست آوردن آن است. این عدم آشنایی در برخی از موارد به ناامیدی و حتی انجام فعالیت‌های غیرقانونی می‌شود. لذا این افراد نیاز دارند تا آموزش‌هایی را در زمینه‌های کارآفرینی با سرمایه کم، آشنایی با منابع مالی دولتی، یا جذب سرمایه سرمایه‌گذاران و یا دیگر راه‌های مناسب جهت اخذ سرمایه اولیه آشنا شوند. دانش ارزی نیز یکی از مواردی است که به خصوص در عرصه رقابت با سایر کشورها، واردات مواد اولیه، دستگاه‌ها، فروش محصولات مورد نیاز است. عدم ثبات اقتصادی، بحران‌های اقتصادی و بخصوص مشکلات ناشی از تحریم‌ها، لزوم ارائه آموزش‌هایی در جهت مقابله با این تهدیدها را نشان می‌دهد. همچنین شناسایی بازار کار نیز از پیش‌نیازهای اصلی در مدیریت بازاریابی و فروش بشمار می‌رود. از این رو مباحث شناسایی بازار کار، بازاریابی و فروش از مهمترین مباحث مورد نیاز در حوزه کارآفرینی هستند و گذراندن دوره‌های آموزشی مربوط به آن از ملزومات کارآفرینی و در نهایت ورود به بازار تجارت و کسب و کار به شمار می‌رود (علیپور و ناصری کرا، ۱۳۹۳).

دانش تکنولوژی شامل مفاهیم آشنایی با فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک، آشنایی با تکنولوژی‌های مربوطه، به روزرسانی اطلاعات و انتخاب مسیر علمی درست است. نتیجه بدست آمده با پژوهش (زارعی، مرادی و زرنگاریان، ۱۳۹۱) همسوست. کارآفرینان هم در زمینه تولید کالا و هم ارائه خدمات نیازمند آشنایی با تکنولوژی‌های جدید

هستند چرا که عدم آشنایی با آن می‌تواند به ناتوانی در رقابت با سایرین و حتی حذف آنها بیانجامد. بروز بودن اطلاعات کارآفرینان و شناسایی نیازهای مشتریان و خدمات گیرندگان و همچنین ارتباط درست با علم و فناوری می‌تواند در این مسیر راهگشا باشد. عدم آشنایی کارآفرینان با تکنولوژی‌های روز دنیا می‌تواند آنها را از بازار رقابت و فروش باز دارد (پوررشیدی؛ پورشیععلی و سیدی، ۱۳۹۳). شبکه‌سازی نیز یکی از مقوله‌هایی بود که توسط بسیاری از شرکت‌کنندگان در پژوهش بر آن تاکید شد. این مقوله شامل مفاهیم ساختارهای شبکه‌ای و ارتباطات اداری است. نتیجه بدست آمده با پژوهش نقابی و همکاران (۱۳۹۱) که نشان دادند بین رفتار شبکه‌سازی و رفتار کارآفرینانه، رابطه معناداری وجود دارد همسوست. شبکه‌سازی به توانایی فردی، برای توسعه و حفظ روابط با دیگرانی که توان کمک در شغل یا حرفه را به فرد دارند، اطلاق می‌شود (فورت و دوگرتی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). پژوهش‌های پیشین نیز نشان می‌دهد که فرصت‌های کارآفرینانه با تعداد ارتباطات شخص کارآفرین در شبکه‌ای رابطه مستقیم دارد (ضیاء، رضوانی و بیاتی، ۱۳۹۶) و افزایش مهارت شبکه‌سازی کارآفرینان منجر به مشروعیت بیشتر کسب و کارهایشان شده و در نتیجه می‌توانند کارآفرینانه‌تر عمل کنند (نقابی و همکاران، ۱۳۹۱).

در نهایت، بعد آموزشی شامل محتوای آموزشی، پیش نیازهای آموزش و عوامل ساختاری و قانونی است. سطحی بودن آموزش‌ها، عدم ارائه منابع معتبر آموزشی، عدم ارائه برنامه‌های هدایت و مشاوره و تئوریک بودن محتوای آموزشی به عنوان مشکلات مرتبط با محتوای آموزش‌های ارائه شده در دوره‌های کارآفرینی بود. نتیجه بدست آمده با پژوهش‌های پیشین از جمله پژوهش روشن و همکاران (۱۳۹۴)، همسوست. جانسون<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، به نقل از روشن و همکاران، (۱۳۹۴) معتقد است محتوای آموزش باید چهار حوزه

1. Forret, M. L., & Dougherty, T. W.

2. Johnson

دانش و اطلاعات، مهارت‌های مدیریت کسب و کار، مهارت‌های شخصی کارآفرینانه و مهارت‌های عمومی را در برداشته باشد. سطحی بودن آموزش‌ها و عدم برنامه‌ریزی درست برای ارائه مواد درسی و در کنار آن استفاده و ارائه منابع معتبر باعث می‌شود که کارآفرینان دانش و مهارت‌های لازم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق را فراگیرند. از سوی دیگر ارتباط مبانی تئوریک با کاربرد آن در صنعت و مراکز خدماتی می‌تواند به کاربردی کردن این آموزش‌ها بیانجامد (پالانیکومار، شانمگاسوندار و لاتا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). پیش‌نیازهای آموزش مفاهیمی را چون عدم نیازسنجی آموزشی برای رده‌های پائین سنی، فرهنگ‌سازی ناقص و عدم ارائه برنامه‌های انگیزشی برای جذب مخاطبین جدید، عدم سطح بندی دوره‌ها، تبلیغات نامناسب و همچنین حجم زیاد آموزش گیرندگان شرکت‌کننده در دوره‌ها را در بر گرفت. نیازسنجی آموزشی برای رده‌های پائین سنی یکی از ضرورت‌هایی است که اغلب کشورهای پیشگام در حوزه کارآفرینی به آن توجه زیادی داشته‌اند. کاپلارز<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹)، معتقدند که ادغام آموزش کارآفرینی در برنامه و محتوای درسی در سنین پائین، فرهنگ‌سازی در خصوص اهمیت کارآفرینی و همچنین سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند به رشد کارآفرینی منجر شود. عوامل ساختاری و قانونی به ضعف‌های موجود در قوانین، بخشنامه‌ها و همچنین مشکلات ساختاری ارگان‌ها و موسسات برگزار کننده دوره‌ها اشاره دارد و شامل مفاهیم ضعف ارگان‌های ذیربط در برگزاری دوره‌ها، عدم تخصیص بودجه و منابع مالی لازم برای برگزاری دوره‌ها، ناهمگونی شرکت کنندگان و عدم پایش مناسب و همچنین موازی کاری توسط متولیان آموزش است. نتیجه بدست آمده با پژوهش دیوگولو و کورگان<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) که نشان داد عدم کارایی نظام‌های آموزشی و منابع مالی لازم برای برگزاری دوره‌ها، ناهماهنگی بین

1. Palanikumar, K, Shanmugasundar, G & Latha, B.
2. Capelleras, J. L.
3. Duygulu, E & Kurgun, O. A.

دستگاه‌های اجرایی می‌تواند در کاهش کیفیت آموزش و دیربازده بودن سرمایه‌گذاری‌ها شود، همسوست.

در نهایت، بررسی الگوی پارادایمی که برای دستیابی به زمینه نظری داده‌ها با استفاده از برداشت‌های محققان از متن مصاحبه‌ها بدست آمد، نشان داد که شروع آموزش کارآفرینی بایستی از تقویت انگیزش درونی و حس استقلال جوان باشد. متأسفانه به علت تغییر الگوهای زندگی و مجرد جوانان تا سال‌های پایانی جوانی و در نتیجه وابسته شدن آن‌ها چه از لحاظ مالی و چه عاطفی به خانواده، انگیزه اصلی برای داشتن یک شغل مستقل و به دور از حمایت خانواده از بین رفته است. بسیاری از جوانان نیز می‌خواهند همین الگوی وابستگی به خانواده را در شغل نیز ادامه دهند. آن‌ها تمایل دارند با داشتن مشاغل دولتی و یک حقوق ماه به ماه، جدای از کیفیت کاری که انجام می‌دهند، تحت حمایت دولت در بیایند. این مسئله با روح کارآفرینی که همراه با خلاقیت، نوآوری و تلاش برای بدست آوردن موقعیت‌های جدید و خطررها کردن جایگاه امن فعلی است، تضاد بسیاری دارد. لذا آموزش کارآفرینی بایستی با از بین بردن وابستگی، ایجاد حس استقلال در جوان شروع شود. از سویی دیگر افزایش انگیزه جوانان خصوصاً با توجه به وضعیت واقعی کشور، بسیار ضروری به نظر می‌رسد. این مساله همچنین نباید با ایجاد امید واهی همراه باشد. چنانچه برخی از موسسات که گاهی مجوز خاصی نیز ندارند به برگزاری دوره‌های آموزشی مبتنی بر امید واهی تحت عنوان‌هایی مانند "روان‌شناسی موفقیت" و "موفقیت در بیست روز" و... می‌کنند و با دادن امیدهای واهی در قالب مباحث غیرعلمی مانند قانون جذب و تکنولوژی فکر و...، بیشتر از اینکه باعث افزایش انگیزه جوانان شوند، آنها را دلسرد کرده و با دادن امیدهای زودگذر و نرسیدن به اهداف بلند مدت، باعث ناامیدی آن‌ها در طولانی مدت می‌شوند. مرحله بعدی آموزش کارآفرینی طبق الگوی پارادایمی، بایستی با کنترل خطاهای شناختی و



هیجانی همراه باشد. به عبارتی دیگر، بعد از افزایش انگیزش و حس استقلال جوان، بایستی به وی در خصوص مدیریت افکار و هیجان‌های خود آموزش داد. در ابتدای شروع کارآفرینی، ممکن است فرد تصورات غلطی از مفهوم کار، ثروت، و تلاش داشته باشد و همین تصورات باعث ایجاد هیجان‌های زودگذر و خطرناک در وی شود. دیده می‌شود بسیاری از جوانان وقتی یک شغلی را شروع می‌کنند، به علت عدم موفقیت در مدیریت افکار و هیجان‌های خود در مراحل اولیه، تصمیم‌هایی می‌گیرند که باعث از بین رفتن سرمایه و تلاش آن‌ها شده و شکست شغلی را برایشان به همراه دارد. از سویی دیگر، باید اشتباهات و خطاهای فکری و هیجانی که کارآفرینان با آن ممکن است مواجه شوند، موبه مودر دوره‌های آموزشی با ذکر مثال توضیح داده شوند تا از این مشکل در مراحل اولیه کارآفرینی پیشگیری شود. مرحله بعدی آموزش، بایستی شامل آموزش مهارت‌های بین فردی و اجتماعی باشد. یک کارآفرین حداقل برای فروش محصولات تولیدی خودش احتیاج به روابط اجتماعی دارد. اینکه شبکه‌های بازاریابی خود را چگونه شکل دهد، چگونه با دیگران ارتباط برقرار کرده و اعتماد آن‌ها را جلب کند، بایستی جزء دوره‌های آموزش کارآفرینی قرار گیرد. هر سه مرحله بالا، مراحل مقدماتی آموزش کارآفرینی هستند که در آن فرد برای برگزاری مهمترین بخش از دوره آموزشی آماده می‌شود. این بخش شامل آموزش‌هایی است که تحت عنوان "شخصیت کارآفرین" نام می‌گیرد. آشنایی با انواع ریسک، تفکر سیال، خلاقیت و نوآوری، برنامه‌ریزی، حفظ اراده و تلاشگری از جمله مفاد آموزشی این دوره هست. تأکید بر این بخش بایستی بیش از سایر بخش‌های دیگر باشد تا کارآفرین بتواند نوآوری و خلاقیت را هرچند اندک، شروع کند. مثال‌های کاربردی، معرفی فرصت‌های پیش رو و... می‌تواند در این زمینه به وی کمک کند. بلافاصله بعد از این دوره آموزشی، باید بخش بعدی آموزش شروع شود. بخش بعدی آموزش کارآفرینی، شامل دانش‌افزایی است. اساس تبدیل خلاقیت و نوآوری به کار در

عمل، با افزایش دانش در حیطه‌های مختلف شغلی امکان‌پذیر است. نکته جالبی که در این پژوهش بدست آمد این بود که دانش‌افزایی نباید فقط در قالب دانش‌افزایی رسمی انجام شود. دانش‌افزایی رسمی شامل آشنایی با بازار کار، نظام سرمایه، نظام بانکی، شرایط بازار و... است. دانش‌افزایی غیررسمی شامل مواردی همچون ایجاد لابی ارتباطی برای فروش بهتر محصولات، دور زدن تحریم‌ها و... می‌شود. اینکه فرد بتواند شبکه‌های ارتباطی را برای پیشبرد بهتر تولید محصولش به کار گیرد، چیزهایی است که فقط از طریق تجربه بدست می‌آید و در کتاب و مقالات قابل دسترسی نیستند. اینگونه آموزش‌ها باید توسط افرادی که خود این مسیر را طی کردند انجام شود. آشنایی با تکنولوژی‌های روز، نحوه جستجوی منابع علمی، و... همه در قالب این دوره‌ها قرار می‌گیرند که به یک شخصیت کارآفرین اجازه نوآوری می‌دهند. همه قسمت‌های آموزش کارآفرینی بایستی در سایه اجرای درست اصول آموزشی و برگزاری دوره انجام شود. ابتدا پیش نیازهای آموزش مانند نیازسنجی، فرهنگ‌سازی و تبلیغات بایستی انجام شوند. سپس محتوای آموزش به درستی با توجه به سطح درک شرکت‌کنندگان تنظیم شود و در نهایت عوامل ساختاری مانند جلب حمایت ارگان‌ها، بودجه بندی و... نیز باید لحاظ شود. در نهایت با شروع کارآفرینی توسط فرد، آموزش‌ها تمام نمی‌شوند. نحوه رقابت سالم در یک بازار آزاد، جلب حمایت نهادهای مختلف اقتصادی، و حتی جلب حمایت خانواده و اطرافیان، ایجاد محیط‌های کارآفرینی و سالم، و در نهایت همه آنچه سالم‌سازی محیطی نام می‌گیرد، پس از شروع اولیه کارآفرینی توسط جوانان بایستی آموزش داده شود و با شروع کارآفرینی توسط فرد، آموزش‌ها تمام نمی‌شود. پیشنهاد می‌شود، برای بهتر دریافت کردن مباحث دوره‌های آموزشی، حتی پس از تکمیل دوره توسط جوانان، مجدداً این دوره‌ها آموزش داده شوند. زیرا درک مباحث توسط فردی که کار را در عمل شروع کرده می‌توانند کاملاً متفاوت باشد و همان مطالبی که در دوره قبلی

ممکن بود فرد سرسری از آن‌ها بگذرد، الان بهتر درک کرده و یادگیری بیشتری در وی اتفاق می‌افتد. پژوهش حاضر نیز همچون سایر پژوهش‌ها دارای محدودیت‌هایی بود که می‌توان به مواردی چون متفاوت بودن آموزش‌های ارائه شده به افراد شرکت کننده در پژوهش، با توجه به متفاوت بودن محتوای آموزشی مراکز برگزار کننده این آموزش‌ها و همچنین عدم کنترل متغیرهای مدخله گر چون وضعیت اجتماعی و اقتصادی کارآفرینان اشاره کرد. با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود در محتوای آموزشی دوره‌های کارآفرینی فعلی تجدید نظر به عمل آید و آموزش‌ها شامل مواردی شوند که این مفاهیم را در بر گیرد.

### تقدیر و تشکر

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی مصوب اداره کل ورزش و جوانان استان یزد می‌باشد. بدینوسیله نویسندگان کمال تشکر و قدردانی خود را از جناب آقای شریعتی، طالبی و سرکار خانم اسلامی و همچنین از کلیه شرکت‌کنندگان پژوهش اعلام می‌دارند.

### منابع

- احمدی، ب.، و مرادی، ف. (۱۳۹۶). رابطه ذهن آگاهی با خطاهای شناختی: نقش تعدیل کننده تحصیلات. *سالمنشناسی*، ۲ (۳)، ۱-۱۰.
- احمدپور داریانی، م. (۱۳۹۵). کارآفرینی. تهران: انتشارات محراب قلم.
- اشرفی، س.، و نجفی هزارجریبی، ح. (۱۳۹۷). اثربخشی آموزش کارآفرینی بر مسیر شغلی دانش‌آموزان. *علوم تربیتی*، ۲۵ (۲)، ۱۰۸-۹۱.
- اعتماد اهری، ع.، و تختی پور، م. (۱۳۹۴). بررسی رابطه میزان خود نظم دهی و خودکارآمدی با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان دبیرستان‌های دخترانه (دوره دوم) منطقه ۲ تهران. *تحقیقات مدیریت آموزشی*، ۷ (۲۵)، ۳۳-۶۴.
- اکبری، ک. (۱۳۹۷). توسعه کارآفرینی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- آراستی، ز.، کنعانی، ا.، و سیدقاسمی، ن. (۱۳۹۲). انگیزه صنعت‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش شباهت‌ها و تفاوت‌ها. *نشریه زن و در توسعه و سایست*، ۱۱ (۱)، ۱۰۰-۸۳.

پارسبان رضوی، م. (۱۳۸۳). والدین ICT و تعلیم و تربیت. انتشارات نما. (مجله الکترونیکی مرکز اسناد و مدارک علمی ایران).

پوررشیدی، ر.، پورشیشعلی، ا.، و سیدی، س. (۱۳۹۳). بررسی اهمیت نقش تجارت الکترونیک بر کارآفرینی. دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت پذیری، ساری، مرکز کارآفرینی و ارتباط با صنعت دانشگاه مازندران  
توحیدی، ز.، سروش، ع.، و الحسینی، ح. (۱۳۹۴). بررسی وضعیت اشتغال پذیری جوانان ایران. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۴ (۲۹)، ۱۷-۳۳.

حسینی فرد، ت.، و میرعرب، ر. (۱۳۹۵). بررسی نقش آموزش کارآفرینی در ارتقاء کیفیت کارآفرینی. دومین همایش ملی مباحث نوین در حسابداری، مدیریت و کارآفرینی، مینودشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مینودشت.  
روشن، م.، سیفی، ا.، عبدالمهدی، ب.، نوکانی، ژ.، و بنی‌جمالی، ز. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین آموزش کارآفرینانه معلم (اهداف، محتوا، ضرورت، شیوه و محیط آموزشی) با روحیه کارآفرینانه دانش‌آموزان متوسطه شهر تهران. اندیشه‌های نوین تربیتی، ۱۱ (۱)، ۱۵۱-۱۷۹.

زارعی، ه.، مرادی، د.، و زرنگاریان، ی. (۱۳۹۱). بررسی نقش انتقال تکنولوژی در توسعه کسب و کار و کارآفرینی. سومین همایش ملی مهندسی صنایع و سیستم، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.  
زالی، م.، مدهوشی، م.، و کردنائیچ، ا. (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران). فصلنامه‌ی مدرس علوم انسانی، ۳ (۱۱)، ۸۱-۱۱۲.

سعیدی کیا، م. (۱۳۸۹). اصول و مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات کیا.  
سلمانی، م.، حاجیلو، م.، و تلخاب، ا. (۱۳۹۷). سنجش مؤلفه‌های شخصیت در گرایش روستاییان به کارآفرینی (مورد مطالعه: شهرستان خداآهنده). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۰ (۲)، ۴۳۱-۴۴۷.

شفیع‌آبادی، ع. (۱۳۹۶). راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل. تهران: انتشارات رشد.  
ضیاء، ب.، و وقارموسوی، م. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر آموزش‌های رسمی کارآفرینی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۹ (۱)، ۹۹-۱۱۷.

ضیاء، ب.، و وقارموسوی، م. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر آموزش‌های رسمی کارآفرینی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۹ (۱)، ۹۹-۱۱۷.

عبدالملکی، ج.، یوسفی‌افراشته، م.، پیرمحمدی، م.، سبک‌رو، م.، و محمدی، ن. (۱۳۸۷). بررسی رابطه‌ی مهارت‌های کارآفرینی با کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: مدیران میانی شرکت ایران خودرو). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱ (۲)، ۱۰۳-۱۳۰.

عسکری ندوشن، ع.، و صباغچی، م. (۱۳۹۷). ارزیابی نیازهای جوانان و اولویت‌های سیاستی مرتبط با آنان در شهریزد با به کارگیری الگوی اهمیت - عملکرد. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۹ (۲)، ۳۹-۶۴.

علم بیگی، ا.، جلیلیان، س.، و لطیفی، س. (۱۳۹۶). تاثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان اسلام آباد غرب). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی

- علیپور، ح.، و ناصری کرا، ص. (۱۳۹۳). بررسی رابطه مدیریت فروش و بازاریابی. اولین همایش ملی حسابداری، حسابرسی و مدیریت، اصفهان.
- محزون حقیقی، پ. (۱۳۹۵). شناسایی موانع بازخوردگیری از اساتید کارآفرینی، مورد مطالعه دانشکده کارآفرینی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- محمدی، ا.، و مرجانی، ع. (۱۳۹۳). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی کتابداران (مطالعه‌ی موردی: کتابخانه‌ی مرکزی آستان قدس رضوی). پژوهش‌نامه‌ی کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۴ (۱)، ۱۵۳-۱۶۸.
- مردانشاهی، م.، و آقاجانی، ح. (۱۳۹۵). نقش آموزش کارآفرینی بر افزایش خلاقیت دانشجویان. فصلنامه علمی-پژوهشی نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۴ (۸)، ۳۳-۴۲.
- منصورى نژاد، ع.، نقشینه، ن.، و احمدپور داریانی، م. (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۸ (۳)، ۴۴۹-۴۶۸.
- نعمتی، م.، کرمی پور، م.، و محمدی چمناری، ح. (۱۳۹۴). رابطه مهارت‌های ارتباطی و مهارت‌های کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی و خوارزمی. نشریه پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۹ (۳۱)، ۲۸۵-۳۲۵.
- نقابی، س.، زعفریان، ر.، یوسفی، م.، و رضوانی، م. (۱۳۹۱). تبیین نقش رابطه‌ی رفتار شبکه‌سازی در رفتار کارآفرینانه (مطالعه موردی: شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری). توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۵)، ۴۳-۲۵.
- هادی‌زاده مقدم، ا.، و رحیمی فیل‌آبادی، ف. (۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی. تهران: انتشارات جانان.
- Ahmad, W. M. R. W., Mohamed, A. A., & Mustafa, F. (2018). Problem solving skills developments through entrepreneurship. *Journal of Social Sciences Research*, 2, 472-476.
- Alina, B. (2010). Entrepreneurial Motivations: Are Women Driven By Different Motivators Than Men? (II—Some Evidence for EU and Romania). *Economic Science Series*, 19 (2), 358-364.
- Baumol, W. J. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds. *Journal of business venturing*, 8 (3), 197-210.
- Bertrams, A. (2012). How minimal grade goals and self-control capacity interact in predicting test grades. *Learning and Individual Differences*, 22 (6), 833-838.
- Capelleras, J. L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2019). Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: The moderating role of regional entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 52 (1), 3-25.
- Duygulu, E., & Kurgun, O. A. (2009). The effect of managerial entrepreneurship behavior on employee satisfaction: Hospitality managers dilemma. *African Journal of Business Management*, 3 (11), 615-726.
- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2001). Correlates of networking behavior for managerial and professional employees. *Group & Organization Management*, 26 (3), 283-311.

- Gem, T. (2012). Global Entrepreneurship Monitor 2011 Executive Report .Babson College .Babson Park .MA .USA/ LBS .London .UK.
- Hamilton, B. H., Papageorge, N. W., & Pande, N. (2019). The right stuff? Personality and entrepreneurship. *Quantitative Economics*, 10 (2) , 643-691.
- Hisrich, R. D., Peters, M.P., & Shepherd, D. A. (2005). *Entrepreneurship*. (Sixth Edition). New York: Irwin/ McGraw- Hill.
- Ismail, M., Khalid, S. A., Othman, M., Jusoff, H. K., Rahman, N. A., Kassim, K. M., & Zain, R. S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4 (10) , 54-60.
- Konon, A., & Kritikos, A. S. (2019). Prediction based on entrepreneurship-prone personality profiles: sometimes worse than the toss of a coin. *Small Business Economics*, 53 (1) , 1-20.
- Lipset, S. M. (2018). Values, education, and entrepreneurship. In *Promise Of Development* (pp. 39-75). Routledge.
- Martin, M. A. G., Picazo, M. T. M., & Navarro, J. L. A. (2010). Entrepreneurship, income distribution and economic growth. *International entrepreneurship and management journal*, 6 (2) , 131-141.
- Meece, J. L., Glienke, B. B., & Burg, S. (2006). Gender and motivation. *Journal of school psychology*, 44 (5) , 351-373.
- Neuman, L. (2006). *Social Research Methods: uantitative and Qualitative Approaches*. Third edition, London: Allyn and Bacon
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44 (2) , 361-379.
- Nurwulan, R. L., & Kausar, K. (2019). entrepreneurship independence of youth (study of entrepreneurship training program for bjb bank csr at pkpu hi west java institute). *The International Conference on Innovation of Small Medium-sized Enterprise (ICIS) 2019* (Vol. 1, No. 1, pp. 276-286).
- Palanikumar, K., Shanmugasundar, G., & Latha, B. (2019). Role of Industry in Entrepreneurship Education: Implementation and Success Factors. Available at: [zttp://library.ediindia.ac.in:8181/xmlui/handle/123456789/7923](http://library.ediindia.ac.in:8181/xmlui/handle/123456789/7923)
- Porfeli, E. J., & Skorikov, V. B. (2010). Specific and diversive career exploration during late adolescence. *Journal of Career Assessment*, 18 (1), 46-58.
- Ryff, C. D. (2019). Entrepreneurship and eudaimonic well-being: Five venues for new science. *Journal of business venturing*, 34 (4) , 646-663.
- Sondari, M. (2013). Is Entrepreneurship Education Really Needed?: Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention. *The 5th Indonesia International Conference on Innovation .Entrepreneurship and Small Business (IICIES 2013)*.