

عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش دیده در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفته گیلان

امین محمدی آلمانی*

امیر پورناصرانی**

علی داوری***

حمیدرضا رضایی کلیدبری****

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش دیده مراکز فنی و حرفه‌ای می‌باشد. از بین مهارت‌آموزان مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفته گیلان، ۴۰۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب و پرسشنامه محقق‌ساخته را تکمیل نموده‌اند. فرضیه‌های پژوهش با کاربرد روش مدل‌یابی معادلات ساختاری آزمون شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نگرش فردی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، نیاز به کسب موفقیت، تحمل ابهام و همچنین دارا بودن قوه نوآوری، عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان به شمار می‌روند. به علاوه، هنجارهای ذهنی و نگرش فردی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک‌شده دارند، اما تأثیر هنجارهای ذهنی بر نگرش فردی مورد تأیید قرار نگرفت.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، قصد کارآفرینانه، مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای، اشتغال، گیلان.

* کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، رشت،
Email: amin_mohammadi_almani@yahoo.com

** کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، رشت.

*** استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

**** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.

دریافت مقاله: ۹۲/۰۴/۱۹ تصویب نهایی: ۹۲/۰۶/۲۶

مقدمه

امروزه فاصله بین کشورهای جهان سوم با جهان صنعتی به قدری افزایش یافته است که سبب شده جهان سوم زبان علمی جهان پیشرفته و صنعتی را درک نکند. اکنون کشورهای جهان سوم با عقب‌ماندگی و معضلات بسیاری دست و پنجه نرم می‌کنند و یکی از مهم‌ترین مشکلات آنان مسئله اشتغال است (حسینی و عزیزی، ۱۳۸۶). بحران بیکاری^۱ به عنوان یک معضل تمامی جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و گاهی اوقات اثرات غیرقابل جبرانی برجای می‌گذارد. تجربه ثابت کرده است که پیامدهای اجتماعی بیکاری نه راه‌های فوری و ایدئولوژیک و اخلاقی دارد و نه محو همه‌جانبه، یکپارچه و کوتاه‌مدت آن امکان‌پذیر است (نوه‌ابراهیم و تندسته، ۱۳۸۷). متأسفانه در ایران نیز با توجه به رشد جمعیت جوان کشور در سال‌های اخیر نرخ بیکاری رشد چشمگیری داشته است (حسینی و عزیزی، ۱۳۸۶).

از آنجا که کشور ما نیز با معضل بیکاری جوانان روبه‌روست، شایسته است که راه‌حلی مناسب برای برون‌رفت از وضعیت موجود اندیشیده شود. این مهم ممکن نمی‌شود، مگر در سایه خلاقیت و نوآوری و توجه به مقوله کارآفرینی^۲؛ زیرا کارآفرینی قابلیت است که می‌تواند نظام‌های امروزی را در این برهه حساس نجات داده و به بقای آنان کمک کند. اهمیت کارآفرینان^۳ در این است که خلق ارزش می‌کنند. این ارزش ممکن است کشف دانشی جدید، ایجاد تکنولوژی نوین، بهبود تولیدات یا خدمات موجود و یا یافتن راه‌های گوناگون برای تولید کالاها و خدمات با صرف منابع کمتر باشد (محمدی آلمانی و پورناصرانی، ۱۳۹۱). کارآفرینان منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی و خدماتی هستند و موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و همچنین ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شوند. (گورول و آستان، ۲۰۰۶)^۴ بنابراین، توجه جدی به مقوله کارآفرینی، نتایجی چون افزایش فرصت‌های شغلی، بهبود بهره‌وری و افزایش سطح رفاه اجتماعی اقتصادی را به دنبال خواهد داشت. (عزیزی و همکاران، ۲۰۱۰)

-
1. Unemployment
 2. Entrepreneurship
 3. Entrepreneurs
 4. Gurool & Astan

در اقتصاد سنتی، سیستم بیش از حد بر قیمت متمرکز بود و اهمیت اختراع و نوآوری نادیده گرفته می‌شد، اما امروزه کارآفرینان با اختراع، نوآوری و خلق چیزی که جدیدتر و بهتر است به جامعه کمک می‌کنند. (کو و همکاران^۱، ۲۰۱۲) کارآفرینان همواره نقشی حیاتی در پیشرفت جوامع بر عهده داشته‌اند. همیشه در جست و جوی فرصت‌ها هستند و جهت موفقیت از عنصر خلاقیت بهره می‌برند. از نظر کارآفرینان تغییر امری معمولی و متداول به شمار می‌رود و از تغییر به عنوان یک فرصت بهره می‌برند. (رامیرز و همکاران^۲، ۲۰۱۰) از طرف دیگر، با ظهور اقتصاد دانش‌محور در کشورهای صنعتی در دهه‌های آخر قرن گذشته و به دنبال آن در برخی از کشورهای جنوب شرقی آسیا و امریکای لاتین، سرمایه انسانی نقشی محوری در توفیق این کشورها برای ورود به اقتصاد جدید ایفاء کرد. یکی از مهم‌ترین مقوله‌هایی که در این دوران برای تشکیل و تقویت سرمایه انسانی و تربیت کارگران و نیروهای ماهر دانش‌مدار مورد توجه قرار گرفت، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای^۳ بود. این آموزش‌ها نه تنها عهده‌دار تربیت نیروی کار مورد نیاز جامعه هستند، بلکه از طریق بسترسازی خوداشتغالی، به حل مشکل بیکاری نیز کمک می‌کنند. در واقع، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با توأم ساختن آموزش‌های نظری و عملی این امکان را برای آموزش‌دیدگان فراهم می‌کند تا همسویی بیشتری با نیازهای بازار کار داشته باشند و از این طریق، امکان بیشتری برای جذب آنها در فعالیتهای اقتصادی-اجتماعی فراهم می‌شود و همچنین سبب می‌شود که بیشتر به خوداشتغالی و تأسیس کسب و کارهای جدید ترغیب شوند. این آموزش‌ها از مزیت بازدهی در کوتاه‌مدت و یا میان‌مدت برخوردار هستند؛ در حالی که آموزش‌های کلاسیک به دلیل هزینه بالا، طولانی بودن دوره آموزش، سهم زیاد آموزش‌های نظری در آنها و در نتیجه بهره‌مندی اندک از عملیات کارگاهی، از جهت هماهنگی با نیازهای بازار کار و لذا جذب در آن دچار مشکل هستند. به همین دلیل، امروزه کشورهای جهان توجه ویژه‌ای به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای معطوف داشته‌اند؛ به طوری که این آموزش‌ها حتی به درون سیستم آموزش‌های آکادمیک این کشورها نیز نفوذ کرده است. (سلیمی فر و مرتضوی، ۱۳۸۴)

1. Koe et al
 2. Ramirez et al
 3. Technical and vocational trainings

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در بسترسازی کارآفرینی و خوداشتغالی نقش بسزایی دارند، اما باید توجه داشت که عامل انسانی مهم‌ترین جنبه کارآفرینی است و راه‌اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه در وهله اول یک تصمیم فردی و شخصی است و تنها به دلیل سپری ساختن آموزش‌های مربوطه رخ نمی‌دهد. در واقع، تأسیس یک کسب و کار جدید مستلزم طی دو مرحله تصمیم‌گیری و راه‌اندازی است که متأسفانه اکثر تحقیقات صورت‌گرفته در زمینه کارآفرینی توجه خود را به فرآیند راه‌اندازی کسب و کار، یعنی مرحله بعد از تصمیم‌گیری معطوف ساخته‌اند و نسبت به مرحله تصمیم‌گیری غفلت ورزیده‌اند. در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی نیز این امر نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که قبل از مرحله راه‌اندازی، مرحله تصمیم‌گیری قرار دارد. در مرحله تصمیم‌گیری به این امر توجه می‌شود که چه عوامل و عناصری باعث می‌شوند تا یک فرد تصمیم بگیرد که از میان گزینه‌های شغلی مختلف، راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را انتخاب کند. در این زمینه می‌توان نیت کارآفرینانه^۱ را به‌عنوان پیش‌درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کسب و کار جدید قلمداد کرد. (بارانی و همکاران، ۱۳۸۸) از این‌رو، آنچه در این زمینه اهمیت می‌یابد این است که چگونه می‌توان در مهارت‌آموزان در حال آموزش در مراکز فنی و حرفه‌ای تمایل به کارآفرینی ایجاد کرد تا در آنها قصد کارآفرینانه برای تصمیم به راه‌اندازی یک کسب و کار ایجاد شود. در نتیجه، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای می‌بایست به مسائلی فراتر از آشنایی صرف با مهارت‌های فنی و تخصصی بپردازد و برای ترغیب مهارت‌آموزان به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، باید بیشتر به این نکته توجه نشان دهند که چگونه در افراد نیت و قصد کارآفرینانه شکل می‌گیرد، چگونه می‌توان افراد را برای کارآفرین شدن تشویق کرد و در این مسیر، چه شرایط و ویژگی‌هایی در ایجاد قصد کارآفرینانه و اقدام به خوداشتغالی تأثیر خواهد داشت. از این‌رو، تحقیق حاضر با توجه به خلأ موجود در این زمینه با هدف بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای انجام پذیرفت. به عبارت دیگر، پژوهش حاضر در جست و جوی پاسخی مناسب برای این سؤال است که «عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان کدام‌اند؟».

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

انقلاب کارآفرینی سراسر کره زمین را فرا گرفته است و به طور غیرقابل انکاری دنیای کسب و کار را تحت تأثیر قرار داده است. (کوراتکو، ۲۰۰۵) امروزه همگان بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهمی که سبب شده تا کشورها به مقوله کارآفرینی توجه نشان دهند عبارت‌اند از: تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد (امین بیدختی و رحیمی جعفری، ۱۳۸۷). کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی پیچیده است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است (نوروززاده و رضایی، ۱۳۸۹) و از جهات گوناگونی مورد بررسی قرار گرفته است. اقتصاددانان به بررسی نقش‌های کاربردی کارآفرینی پرداخته‌اند (حیدری، ۱۳۸۸) و علاوه بر آن، علمی چون جامعه‌شناسی و مدیریت نیز در روند توسعه و تکامل کارآفرینی و همچنین ثبات و تعمیم آن نقش بسزایی داشتند. همچنین، حلقه رابط مابین پیدایش و تعمیم و تکامل کارآفرینی را می‌بایست در علم روان‌شناسی نیز جست و جو کرد. جایی که علم روان‌شناسی با بررسی سه اصل ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، رفتارشناختی کارآفرینان و شناخت کارآفرینانه، تحولات بنیادینی در مقوله کارآفرینی ایجاد کرد. از این رو می‌توان فلسفه وجودی کارآفرینی را متشکل از این چهار علم در نظر گرفت. (ناهید، ۱۳۸۸) صاحب‌نظران علوم مدیریت با استفاده از رویکرد رفتاری، کارآفرینی را فرایندی تعریف می‌کنند که سرانجام منجر به ایجاد کسب و کارهای جدید می‌شود. کارآفرینان تغییردهنده ارزش‌ها هستند. آنان خطرپذیرند، به سرمایه نیاز دارند، هیچ‌وقت سرمایه‌گذار نیستند، به درستی تصمیم می‌گیرند، همواره به دنبال تغییر بوده‌اند، قدرت شناسایی فرصت‌ها را دارند، مفاهیم و فنون مدیریتی را به کار می‌گیرند و همچنین رفتارگرا و عملگرا هستند (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۰).

واژه کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل از آنکه به زبان امروزی مطرح شود، در زبان فرانسه متداول شد. این واژه برگرفته از لغت فرانسوی *Entreprendre* به معنای «متعهد شدن» و معادل *Undertake* در زبان انگلیسی است که در سال ۱۸۴۸ از سوی جان استوارت میل به صورت واژه (*Entrepreneur*) وارد زبان انگلیسی شد. مفهوم کارآفرینی سابقه‌ای دویست ساله دارد و اولین کسی که این مسئله را مطرح ساخت،

فردی به نام کانتیلون است. در اوایل سده شانزدهم میلادی، کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌نامیدند. از آن زمان به بعد، دربارهٔ دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی به کار گرفته می‌شد. (قنبرعلی و زرافشانی، ۱۳۸۷) امروزه کارآفرینی یعنی کشف، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که موجب خلق کالاها و خدمات جدید می‌شوند. (جمشیدی‌فر و همکاران، ۱۳۸۹)

در واقع، کارآفرینی فرایندی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کاری نو، سازمانی جدید و نوآور (البته با پذیرش مخاطره و ریسک) می‌کند و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌شود. (اسچورن برگ^۱، ۲۰۱۲) کارآفرینان افراد، گروه‌ها یا مردمی هستند که اقدام به تأسیس و ادارهٔ یک کسب و کار جدید می‌کنند؛ به طوری که حداقل برای بیش از یک نفر شغل ایجاد شود. (کیرک وود^۲، ۲۰۰۷) طبق تعریف واژه‌نامهٔ وبستر، کارآفرین فردی است که متعهد می‌شود تا مخاطرهٔ یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند (کتسیکیس^۳ و کیرگیدو^۴، ۲۰۰۳). کارآفرینی واقعی زمانی رخ می‌دهد که افراد راه‌های متداول و همیشگی تفکر و عمل را کنار گذاشته و با نگاهی نو و متفاوت راه‌ها و ایده‌های جدید را به کار گیرند. (جمشیدی‌فر و همکاران، ۱۳۸۹) کارآفرینی چیزی فراتر از شغل و حرفه است و باید آن را یک شیوهٔ زندگی دانست که با ایجاد و انتقال آن به نسل جدید، بسیاری از مشکلات و آسیب‌های اجتماعی موجود برطرف می‌شود. (جانسن^۵ و ویز^۶، ۱۹۹۴)

از آنجا که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی، یک تصمیم داوطلبانه و آگاهانه به شمار می‌رود، نیت کارآفرینانه را می‌توان به عنوان پیش‌درآمد و عامل مؤثری بر رفتار کارآفرینی و یا تصمیم برای کارآفرین بودن قلمداد کرد. به طور کلی، در ادبیات روان‌شناسی، از نیت کارآفرینانه به عنوان یکی از عوامل زیربنایی رفتار برنامه‌ریزی شده یاد می‌شود؛ به عبارت دیگر، نیت یکی از بهترین عوامل پیشگوکنندهٔ رفتار به‌شمار می‌رود. الگوهای زیادی برای سنجش نیت کارآفرینانه ارائه شده است که مهم‌ترین و

1. Schurenberg
2. Kirkwood
3. Katsikis
4. Kyrgidou
5. Jansen
6. Wees

شناخته شده‌ترین آن نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آیزن است (بارانی و همکاران، ۱۳۸۸). نیت کارآفرینانه را به‌عنوان اولین اقدامی که فرد، قبل از آغاز رسمی راه‌اندازی کسب و کار و یا تولید و فروش اولیه مربوط به کسب و کاری انجام می‌دهد، تعریف می‌کنند. (رحمانیان کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱) با توجه به اهمیت مقوله کارآفرینی، تحقیقات متعددی در این زمینه در ایران و سایر کشورها صورت پذیرفته است که برخی از آنها به طور خلاصه در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱) برخی از تحقیقات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی

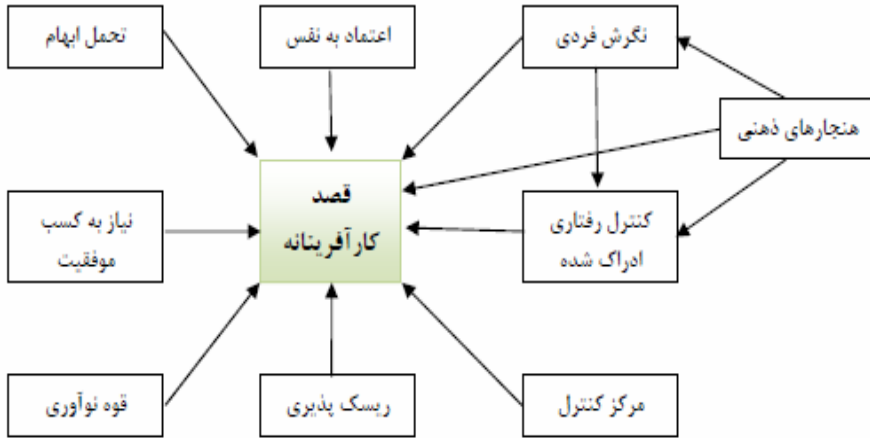
نام محقق (محققان)	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
آلتینای و همکاران (۲۰۱۲)	"تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی و آداب و سنن خانوادگی بر تمایلات کارآفرینانه"	نتایج تحقیق نشان داد که وجود فردی کارآفرین در خانواده و همچنین دارا بودن قوه نوآوری سبب تمایل فرد به ایجاد یک کسب و کار جدید می‌شود. ضمناً رابطه مثبتی میان تحمل ابهام و ریسک‌پذیری یافت شد و از طرف دیگر مشخص شد که میان ریسک‌پذیری و مرکز کنترل رابطه منفی وجود دارد. علاوه بر این، نیاز به موفقیت نیز سبب تمایل فرد به کارآفرینی می‌شود.
ارتونا و گورل (۲۰۱۱)	"نقش تعدیل‌گر آموزش عالی بر کارآفرینی"	طبق نتایج، برخی از ویژگی‌های شخصیتی نقش مهمی در ایجاد تمایل به کارآفرین شدن در دانشجویان ایفا می‌کنند. همچنین، دانشجویانی که سطح بالاتری از تحصیلات دانشگاهی دارند، بیشتر به کارآفرینی تمایل پیدا می‌کنند.
کانیزارس و گارسیا (۲۰۱۰)	"تأثیر تفاوت‌های جنسیتی در ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه"	نتایج تحقیق نشان داد که زنان تمایل کمتری به شروع فعالیت‌های کارآفرینانه دارند و ترس از عدم موفقیت و شکست، مهم‌ترین مانع بر سر راه ایجاد یک کسب و کار جدید است.
رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱)	"بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام"	نتایج نشان داد که متغیرهای باور به خودکارآمدی، حمایت خانواده و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارند، اما رابطه معناداری میان نگرش و قصد کارآفرینانه یافت نشد.
جعفرنژاد و همکاران (۱۳۹۰)	"تبیین عوامل اثرگذار بر فرایند کارآفرینی مستقل (مطالعه موردی: کارآفرینان شهرستان بندر انزلی)"	نتایج نشان داد که متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی به ترتیب بیشترین اثرگذاری مستقیم بر روی فرایند کارآفرینی مستقل را دارند.

نام محقق (محققان)	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
قاسمی و اسدی (۱۳۸۹)	"تحلیل عاملی عوامل مؤثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)"	جامعه آماری تحقیق شامل ۶۸۶ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب تعداد ۱۵۰ نفر به عنوان پاسخگو تعیین شدند. نتایج نشان داد، متغیرها شامل چهارعامل آموزشی، روان‌شناختی، ارتباطی و دانشگاهی هستند.
بدری و دیگران (۱۳۸۵)	"بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان"	نتایج نشان داد که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینه استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بود، اما نمرات ریسک‌پذیری از متوسط نمره معیار پایین‌تر بود. همچنین، آموزش‌های دانشگاهی در پرورش ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مؤثر نبوده است.

چارچوب نظری پژوهش

برای انجام تحقیقات علمی و نظام‌مند، چارچوبی علمی و نظری مورد نیاز است که در این تحقیق برای بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای از مدل ارائه شده از سوی فریرا و همکاران (۲۰۱۲) استفاده شده است. طبق این مدل (شکل ۱) ۹ عامل نگرش فردی^۱، هنجارهای ذهنی^۲، کنترل رفتاری ادراک شده^۳، مرکز کنترل درونی^۴، ریسک‌پذیری^۵، اعتماد به نفس^۶، نیاز به کسب موفقیت^۷، تحمل ابهام^۸ و همچنین دارا بودن قوه نوآوری^۹ از عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه به‌شمار می‌روند که در ادامه به روابط میان آنها پرداخته شده است.

1. Personal attitude
2. Subjective norms
3. Perceived behavioral control
4. Internal locus of control
5. Propensity to risk
6. Self confidence
7. Need for achievement
8. Tolerance of ambiguity
9. Innovativeness



شکل (۱) مدل پژوهش (Ferreira et al, 2012)

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به پیشینه و ادبیات موضوع و همچنین چارچوب نظری تحقیق حاضر، فرضیه‌های ذیل برای بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه تدوین گردیده‌اند:

۱. فرضیه ۱. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر نگرش فردی دارند.
۲. فرضیه ۲. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارند.
۳. فرضیه ۳. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک شده دارند.
۴. فرضیه ۴. نگرش فردی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک شده دارد.
۵. فرضیه ۵. نگرش فردی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۶. فرضیه ۶. کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۷. فرضیه ۷. مرکز کنترل درونی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۸. فرضیه ۸. ریسک‌پذیری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۹. فرضیه ۹. اعتماد به نفس تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۱۰. فرضیه ۱۰. نیاز به کسب موفقیت تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۱۱. فرضیه ۱۱. تحمل ابهام تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
۱۲. فرضیه ۱۲. قوه نوآوری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ دسته‌بندی تحقیقات بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها، یا به عبارت دیگر، طرح تحقیق، تحقیقی توصیفی به‌شمار می‌رود که به توصیف ویژگی‌های نمونه و سپس تعمیم این ویژگی‌ها به جامعه آماری پرداخته است و از آنجا که در یک مدل چندمتغیره به بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه می‌پردازد، برحسب روش، از نوع همبستگی است. همچنین، پژوهش حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش، تمامی مهارت‌آموزانی را که در سال ۱۳۹۱ در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفته گیلان آموزش دیده‌اند در بر می‌گیرد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و به‌منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق، از روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شده است. از آنجا که روش مدلیابی معادلات ساختاری^۱ تا حدود زیادی با برخی جنبه‌های رگرسیون چندمتغیری شبیه است، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چندمتغیری، برای تعیین حجم نمونه در مدلیابی معادلات ساختاری، استفاده کرد. در تحلیل رگرسیون چندمتغیری نسبت تعداد نمونه (مشاهدات) به متغیرهای مستقل نباید از ۵ کمتر باشد. در غیراین صورت، نتایج حاصل از معادله رگرسیون چندان تعمیم‌پذیر نخواهد بود. به‌طورکلی، حجم نمونه در روش‌شناسی مدلیابی معادلات ساختاری می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری‌شده تعیین شود (هومن، ۱۳۸۴). یعنی:

$$5q \leq n \leq 15q \quad (1)$$

طبق این فرمول، $q =$ تعداد متغیرهای مشاهده‌شده (گویه‌های پرسش‌نامه) و $n =$ حجم نمونه است. با توجه به اینکه پرسشنامه این پژوهش ۳۰ گویه دارد. بنابراین، با در نظر گرفتن مقدار متوسط ۱۰ مشاهده به ازای هر گویه، تعداد نمونه لازم ۳۰۰ محاسبه می‌شود. برای دریافت پاسخ‌های بیشتر تعداد ۴۰۰ پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس در میان مهارت‌آموزان در حال آموزش در مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفته گیلان توزیع شد که از این تعداد، ۳۱۷ عدد پرسشنامه قابل قبول جمع‌آوری شد که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در پژوهش حاضر، از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شده است که شامل دو بخش سؤالات عمومی و تخصصی می‌باشد. بخش اول در رابطه با اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان است و از سه

سؤال تشکیل شده که درباره سطح تحصیلات، جنسیت و سن آنها است. نتایج حاصل از داده‌های پرسشنامه نشان داد که ۶۷/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۲/۱ درصد زن هستند. همچنین، ۱۵/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان زیر ۲۰ سال، ۵۱/۹ درصد بین ۲۰ تا ۲۹، ۳۰/۵ درصد بین ۳۰ تا ۳۹ سال و ۲/۴ درصد بالاتر از ۴۰ سال سن دارند. همچنین، مشخص شد که ۲۴/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. در بخش دوم، ۳۰ سؤال تخصصی مربوط به متغیرهای تحقیق مطرح شد. برای سنجش سؤالات، طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از "کاملاً مخالفم" (۱) تا "کاملاً موافقم" (۵) مورد استفاده قرار گرفته است. برای بررسی اعتبار پرسشنامه از روش روایی^۱ محتوا استفاده شده است. به این صورت که پس از طراحی، پرسشنامه در اختیار تنی چند از اساتید روش تحقیق و مدیریت قرار گرفت و پس از مطالعه و رفع اشکالات آن، توزیع نهایی صورت پذیرفت. بنابراین، پرسشنامه مورد استفاده به‌عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌های این پژوهش دارای اعتبار مناسب بوده یا به عبارتی روا است. به منظور تعیین پایایی^۲، قبل از توزیع نهایی یک مطالعه مقدماتی، به‌وسیله توزیع پرسشنامه در میان ۳۰ نفر از مهارت‌آموزان صورت گرفت و سپس از طریق نرم‌افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. با توجه به اینکه حداقل ضریب پایایی لازم برای پرسشنامه‌های پژوهشی ۰/۷۰ است و از آنجا که ضریب آلفای کرونباخ به‌دست آمده برای تحقیق حاضر ۰/۸۶ است، بنابراین، می‌توان گفت که پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است.

یافته‌های تحقیق

الف) شاخص‌های برازندگی مدل

گام اول در آزمون مدل تحقیق برآورد تناسب یا برازش مدل است، بنابراین، در تحقیق حاضر ابتدا مدل تحقیق با استفاده از شاخص‌های برازندگی مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آن در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول (۲) شاخص‌های برازش مدل

شاخص تناسب	$df\chi^2 /$	RMSEA	GFI	CFI	NFI
دامنه مقبول	< 3	< 0.1	≥ 0.9	≥ 0.9	≥ 0.9
نتیجه تحقیق	۱/۷۹	۰/۰۶۳	۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۹۳

1. Validity
2. Reliability

نرم‌افزار لیزرل^۱ شاخص‌های مختلفی را برای برازش مدل ارائه می‌کند. به کمک این شاخص‌ها می‌توان در مورد قابل قبول بودن یا نبودن کل مدل قضاوت و تصمیم‌گیری کرد. با توجه به بزرگ بودن حجم نمونه، شاخص χ^2 برای ارزیابی مدل مناسب نیست و شاخص‌های ریشه میانگین مجذور خطاها (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص نرم‌شده برازش (NFI) و شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI) ملاک‌های مناسب برای قضاوت در مورد برازندگی مدل است. نتایج ارزیابی برازش کل مدل نشان می‌دهد که مدل نظری تحقیق با داده‌های تجربی مورد استفاده سازگاری و توافق دارد. این نتیجه بر اساس آماره ریشه میانگین مجذور خطاها (RMSEA) با مقدار ۰/۰۶۳ به دست آمده است. مقدار کمتر این معیار، نشان‌دهنده برازش بهتر مدل است و اگر این مقدار بین ۰/۰۵ تا ۰/۰۸ به دست آید، می‌توان گفت که مدل تحقیق از لحاظ تناسب با داده‌ها مدل مطلوبی است. سایر شاخص‌های برازندگی مدل شامل GFI، NFI و CFI به‌طور کلی، بین صفر تا یک متغیر هستند و ضرایبی که بالاتر از ۰/۹۰ باشند، قابل قبول در نظر گرفته می‌شوند. با توجه به مقادیر شاخص‌های محاسبه‌شده می‌توان مدل تحقیق را مناسب ارزیابی نمود. یعنی مدل تحقیق از لحاظ تناسب با داده‌ها، مدل مطلوبی است.

ب) آزمون فرضیه‌ها

در تحقیق حاضر، به‌منظور آزمون فرضیات از روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شده است. مدلیابی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیره است که به پژوهشگر امکان می‌دهد، مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به‌گونه‌ای هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق بر اساس مدل معادلات ساختاری، در جدول (۳) به‌صورت خلاصه ارائه شده است. نتایج حاصل از آزمون مدلیابی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که در تحقیق حاضر تمامی فرضیات به غیر از فرضیه شماره یک در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفتند.

جدول (۳) نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتایج	آماره t	ضریب برآورد شده	فرضیه‌ها
عدم تأیید	۰/۹۴	۰/۰۶	فرضیه ۱. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر نگرش فردی دارند.
تأیید	۲/۳۵	۰/۱۴	فرضیه ۲. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارند.
تأیید	۴/۶۳	۰/۳۰	فرضیه ۳. هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک شده دارند.
تأیید	۷/۵۶	۰/۵۵	فرضیه ۴. نگرش فردی تأثیر مثبتی بر کنترل رفتاری ادراک شده دارد.
تأیید	۴/۳۱	۰/۲۷	فرضیه ۵. نگرش فردی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۳/۴۹	۰/۱۸	فرضیه ۶. کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۳/۸۶	۰/۲۳	فرضیه ۷. مرکز کنترل درونی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۷/۹۶	۰/۶۳	فرضیه ۸. ریسک‌پذیری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۷/۱۳	۰/۵۰	فرضیه ۹. اعتماد به نفس تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۵/۲۴	۰/۳۶	فرضیه ۱۰. نیاز به کسب موفقیت تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۳/۱۸	۰/۱۶	فرضیه ۱۱. تحمل ابهام تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.
تأیید	۸/۸۵	۰/۷۱	فرضیه ۱۲. قوه نوآوری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد.

نتیجه‌گیری

با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که امروزه کشور ما با آن مواجه است، ضروری است راهکارهای جدید برای رفع معضل بیکاری به‌ویژه در قشر جوان جامعه اندیشه شود. این امر ممکن نمی‌شود، مگر، در سایه خلأقت و نوآوری و توجه به مقوله کارآفرینی؛ از این‌رو، در تحقیق حاضر تلاش شد تا عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای مورد بررسی قرار گیرد. نتایج حاصل از آزمون مدل معادلات ساختاری نشان داد که عواملی چون نگرش فردی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، نیاز به کسب موفقیت، تحمل ابهام و همچنین دارا بودن قوه نوآوری بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان تأثیر مثبتی دارند که این نتایج همسو با نتایج تحقیقات محققان پیشین از جمله فریرا و همکاران (۲۰۱۲)، کوئه و همکاران (۲۰۱۲)، فینی و همکاران (۲۰۱۲)، آلتینای و همکاران (۲۰۱۲)، محمدی آلمانی و پورناصرانی (۱۳۹۱)، رحمانیان کوشکی و دیگران (۱۳۹۱) و همچنین بارانی و همکاران (۱۳۸۸) است.

با توجه به نتایج تحقیق، ضرورت آموزش‌های مربوط به کارآفرینی در مراکز فنی و حرفه‌ای بیش از پیش نمایان می‌شود. سیستم آموزش و مهارت‌آموزی در این مراکز باید به‌گونه‌ای طراحی شود که فرهنگ کارآفرینی در قلب و روح مهارت‌آموزان نهادینه شود و ارزش واقعی کارآفرینی به درستی به آنان تفهیم شود و تلاش شود تا شیوه‌های مدرن آموزش کارآفرینی شناسایی و به‌کار گرفته شوند؛ زیرا افراد هنگامی که از دانش کافی و متناسب با یک کسب و کار برخوردار باشند، بیشتر به سوی کارآفرین شدن سوق پیدا می‌کنند. تمامی آموزش‌ها باید به سمتی برود که نگرش و ذهنیتی مثبت از کارآفرینی برای مهارت‌آموزان ایجاد شود. از طرف دیگر، با فراهم ساختن تسهیلات مالی و غیرمالی برای حمایت از طرح‌های کارآفرینانه مهارت‌آموزان و همچنین دعوت از نمونه‌های موفق مهارت‌آموزان کارآفرین و الگو قرار دادن آنها می‌توان نگرش و ذهنیت مثبت نسبت به کارآفرینی ایجاد کرد. همچنین، تلاش شود که روحیه ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، نیاز به کسب موفقیت، اعتماد به نفس و خلاقیت و نوآوری در آنان تقویت شود. افراد باید یاد بگیرند که برای خود خلق فرصت کنند و با قبول مسئولیت‌پذیری به‌کار پردازند. افراد باید بتوانند فرصت‌ها را شناسایی کنند و به‌صورت مستقل، توان ایجاد یک کسب و کار را داشته باشند. با توجه به نقش بی‌بدیل مقوله کارآفرینی در رفع معضل بیکاری، ضروری است تا شرایطی فراهم شود که افراد بیش از پیش به کارآفرینی تمایل نشان دهند و مستقل از دولت در اقتصاد کشور نقش ایفا کنند. در کل می‌توان گفت که ویژگی‌ها و خصوصیات فردی و روان‌شناختی افراد بر قصد کارآفرینانه آنان تأثیر دارند، هرچند که تا اندازه‌ای این ویژگی‌ها به‌صورت ارثی است، اما بخش اعظم آن را فرد می‌تواند در محیط و اجتماع کسب کند و قابل آموزش و یادگیری است. اینجاست که برنامه‌ریزی و توجه به این مقوله به امری ضروری بدل می‌شود.

منابع

- امین بیدختی، ع.ا.؛ رحیمی جعفری، ع (۱۳۸۷). بررسی ضرورت و راه‌های توسعه رشته‌های کارآفرینی دانشگاهی. *ماهنامه کار و جامعه*، شماره ۹۶-۹۷، ص ۳۳-۲۴.
- بارانی، ش؛ اطهری، ز.؛ زرافشانی، ک (۱۳۸۸). بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). *توسعه کارآفرینی*، سال ۲، شماره ۶، ص ۷۳-۹۵.
- بدری، ا؛ لیاقتدار، م.ج؛ عابدی، م.ر؛ جعفری، ا (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان. *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۴۰، ص ۷۳-۹۰.
- جعفرنژاد، ا؛ کیاکجوری، ک؛ رودگرزاد، ف (۱۳۹۰). تبیین عوامل اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل (مطالعه موردی: کارآفرینان شهرستان بندرانزلی). *توسعه کارآفرینی*، سال ۴، شماره ۱۳، ص ۶۹-۸۷.
- جمشیدی فر، م؛ خرمی، ش؛ راحلی ح (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز. *مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، سال ۳، شماره ۳، ص ۵۳-۶۴.
- حسینی، س.م؛ عزیزی، ب (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر در توسعه روحیه و مهارت‌های کارآفرینی در میان دانشجویان سال آخر دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران. *مجله علوم کشاورزی ایران*، دوره ۲-۳۸، شماره ۲، ص ۲۵۱-۲۴۱.
- حیدری، ن (۱۳۸۸). بررسی رابطه مؤلفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی. *ماهنامه کار و جامعه*، شماره ۱۰۹، ص ۴۱-۴۷.
- رحمانیان کوشککی، م؛ چیزری، م؛ هواسی، ع (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۴، شماره ۱۵، ص ۱۲۵-۱۴۴.
- سلیمی فر، م؛ مرتضوی، س (۱۳۸۴). سرمایه انسانی و کارآفرینی در رویکرد فنی و حرفه‌ای (مورد مطالعاتی خراسان). *مجله دانش و توسعه*، شماره ۱۷، ص ۸۵-۶۳.
- قاسمی، ج؛ اسدی، ع (۱۳۸۹). تحلیل عاملی عوامل مؤثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران). *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی*، جلد ۲۴، شماره ۱، ص ۲۲-۱۳.

قنبرعلی، ر؛ زرافشانی، ک (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی راهی به سوی اشتغال‌زایی. *ماهنامه کار و جامعه*، شماره ۹۶-۹۷، ص ۶۴-۷۵.

محمدی آلمانی، ا؛ پورناصرانی، ا (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان به کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت). *مجموعه مقالات اولین همایش ملی بررسی راهکارهای ارتقاء مباحث مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمان‌ها، گچساران*. ۱۳۹۱.

ناهید، م (۱۳۸۸). چپستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه. *مجله بررسی‌های بازرگانی*، شماره ۳۴، ص ۳۹-۵۸.

نوروززاده، ر؛ رضایی، ن (۱۳۸۹). مشوق‌ها و بازدارنده‌های مؤثر در روحیه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان مراکز آموزش عالی علمی کاربردی کشاورزی. *فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، شماره ۱۲، بهار ۱۳۸۹، ص ۷۵-۹۰.

نوه ابراهیم، ع؛ تندسته، ا (۱۳۸۷). مطالعه شاخص‌های کارآفرینی در بین دانش‌آموزان سال آخر سه شاخه نظری، فنی حرفه‌ای و کار دانش (مدارس متوسطه شهرستان گرمسار). *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، سال دوم، شماره ۲، ص ۱۴۶-۱۳۳.

هومن، ح (۱۳۸۴). *مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل*، تهران: سمت، چاپ اول.

Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499.

Azizi, B., Hosseini, J. F., Hosseini, M., & Mirdamadi, M. (2010). Factors influencing the development of entrepreneurial education in Iran's applied-scientific educational centers for agriculture. *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, 5(1), 77.

Cañazares, S. M. S., & García, F. J. F. (2010). Gender differences in entrepreneurial attitudes. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29(8), 766-786.

- Ertuna, Z. I., & Gurel, E. (2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship. *Education + Training*, 53(5), 387 – 402.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R.G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424 – 440.
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey. *Education and Training*, 48(1), 25-38.
- Jansen, P. G. W., & van Wees, L.L.G.M. (1994). Conditions for Internal Entrepreneurship. *Journal of Management Development*, 13(9), 34 – 51.
- Katsikis, L. N., & Kyrgidou, L. P. (2003). Entrepreneurship in teleology: the variety of forms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(2), 209-231.
- Kirkwod, J. (2007). Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(1), 39-59.
- Koe, W. L., Sa'arib, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (40), 197 – 208.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (29), 577–598.
- Ramirez, A. R., Orejuela, A. R & Vargas, G.M. (2010). New Perspectives for the Managerial Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 203-219.
- Schurenberg, Eric. (2012). What's an Entrepreneur? The Best Answer Ever. <http://www.inc.com/eric-schurenberg/the-best-definition-of-entrepreneurship.html>.