

سنجش روحیه کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن در بین جوانان مهارت‌آموخته دوره

کارآفرینی در مقایسه با کارآموزان آموزش‌ندیده اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای زنجان*

سیده زهرا میرمحمد رضائی^۱

ماجده قلی‌پور^۲

چکیده

پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش آموزش‌های کارآفرینی در افزایش روحیه کارآفرینی آموزش‌دیدگان دوره کارآفرینی می‌باشد. روش تحقیق حاضر مطالعه علی - مقایسه‌ای و بصورت طرح همبستگی مقطعی مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل جوانان مهارت‌آموخته (۱۸ تا ۳۰ سال) دوره کارآفرینی به تعداد ۲۱۹ نفر (به روش همه پرسی) و کارآموزانی که در دوره‌های آموزشی مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای مهارت می‌آموزند ولی هنوز دوره کارآفرینی را سپری ننموده‌اند که جمعیت آماری ۴۳۳۲ را تشکیل می‌دهند به طریق نمونه‌گیری احتمالی و نوع تصادفی سیستماتیک آن با نمونه‌گیری به روش کوکران حجم نمونه ۲۰۳ نفر بدست آمد که به دلیل افزایش روایی و اعتبار پژوهش حاضر حجم نمونه از ۲۰۳ نفر به ۲۱۹ نفر افزایش یافت تا هر دو گروه مورد مقایسه دارای حجم یکسانی گردند. در نهایت از ۴۳۸ نفر از کارآموزان دو گروه مصاحبه کتبی به عمل آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS فرضیات مورد آزمون قرار گرفت و نتایج بدست‌آمده بیانگر این موضوع است که روحیه کارآفرینی کارآموزانی که دوره کارآفرینی را سپری کرده‌اند در مقایسه با کارآموزانی که آموزش کارآفرینی را سپری ننموده‌اند در ابعاد (توفیق طلبی، نیاز به استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام، مرکز کنترل، تمایل به مخاطره) بالاتر بوده به گونه ای که میتوان از کارکرد مثبت آموزش‌های کارآفرینی در جهت افزایش روحیه کارآفرینی و به تبع آن اشتغالزایی جوانان و کاهش بیکاری یاد کرد. از سویی با توجه به یافته‌ها کارآموزانی که دوره کارآفرینی را آموزش دیده‌اند نگرش‌های خود را در جهت پذیرش تغییر توسعه داده‌اند و احتمال اینکه با یک سری نگرش‌های خاص به سمت کارآفرینی متمایل شوند، زیاد می‌باشد. بنا بر این به منظور افزایش نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی پیشنهاد می‌گردد مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای، دانشگاه‌ها و مدارس در ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های کارآفرینی، فعال سازی دفاتر مشاوره کارآفرینی، شناسایی و معرفی کارآفرینان موفق به جوانان اهتمام ورزند.

کلید واژه: روحیه کارآفرینی، توسعه نگرش‌ها، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، جوانان.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۴/۱۰/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۳/۲۹

۱- گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mirmohammadrezaei@yahoo.com

۲- گروه جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران Majedeh_Gholipour@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مساله

تحولات و دگرگونی نظام‌های اجتماعی- اقتصادی عصر حاضر، ریشه در پیشرفت و تغییرات بوجود آمده در علم و تکنولوژی دارد که این به نوبه خود منجر به تغییرعلاقه‌ها و ذائقه‌ها گردیده است. بدون تردید سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی روبرو هستند، در این میان از کارآفرین به عنوان موتور حرکت توسعه اقتصادی یاد می‌کنند. اکثر کشورهای توسعه یافته در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی می‌باشند. موج گسترده فعالیت‌های اقتصادی و تکنولوژی همراه با تغییر فراگیر روش‌ها و نگرش‌ها طی دو دهه اخیر توجه بسیاری از سازمانها را به آموزش و همچنین جذب مدیران کارآفرین سوق داده است (احمد پور داریانی، ۱۳۸۴: ۱).

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعه آن، موجب گردیده موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. کشورهای مختلف راه حلی را که در سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آن روی آورده اند، توسعه فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان، ارائه آموزش‌های مورد نیاز به آنان و انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه بوده است. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش آمده را به سلامت پشت سر گذاشته و بحران‌هایی که وقوع آنها را در آینده پیش‌بینی می‌کردند را مهار نمایند. کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی کشورهای در حال توسعه در دهه‌های اخیر با توجه به نقش مؤثر کارآفرینان در توسعه جامعه، از این پتانسیل برای مقابله با مشکلاتی چون رکود، تورم، بیکاری و نبود امکان اشتغال بهره برداری کرده‌اند (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۷۴).

در واقع نیل به توسعه به عنوان یک هدف مهم و اساسی، در گرو استفاده بهینه از همه امکانات کشور به خصوص نیروی انسانی که به عنوان یکی از مهمترین و کلیدی ترین سرمایه های هر کشور محسوب میشود. با توجه به اینکه کشور ما در زمره جواترین کشورهای جهان قرار دارد و حجم عظیمی از نیروی آماده به کار و دارای پتانسیل بالقوه به خصوص قشر تحصیل کرده در آن به چشم می‌خورد، اهمیت کارآفرینی و آموزش آن بیش از پیش احساس می‌گردد. توسعه کارآفرینی در اقتصاد دانش مدار امروز امری حیاتی است و بارها توسط صاحب نظران مختلف این ضرورت تصدیق شده است به همین سبب در دنیای امروز آموزش کارآفرینی به شکل‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته است. آموزش کارآفرینی در دو دهه گذشته که (دهه طلایی کارآفرینی) نام گرفته در اکثر کشورها به عنوان یک ضرورت مطرح شده

است. این تفکر که کارآفرینان صرفاً دارای ویژگی ذاتی هستند، مورد پذیرش قرار نگرفته و اقدام به آموزش آن گردید است (اکبری، ۱۳۸۶، ۱۳).

از آنجایی که یکی از کارکردهای اصلی آموزش در مراکز فنی و حرفه‌ای، تربیت مهارت‌آموختگان ماهر و ایجاد روحیه و اندیشه کارآفرینی در آنان می‌باشد. ایجاد اندیشه‌ی کارآفرینی در مهارت‌آموختگان فنی و حرفه‌ای سبب می‌شود تا فرصت‌های اشتغال در جامعه افزایش یابد و به تبع آن شاهد افزایش اشتغال در کشور، شکوفایی اقتصادی و پیشرفت و توسعه پایدار در کشور باشیم (فیض، ۱۳۸۴). بنابراین، این پژوهش به دنبال این سؤال است که آیا ارائه آموزش‌های کارآفرینی به افراد در تغییر نگرش آنها به ایجاد تغییرات در زندگی مؤثر می‌باشد؟ و آیا این تغییر نگرش در تغییر روحیه افراد از کارجویی به کارآفرینی مؤثر است؟

۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

با ورود جامعه‌شناسان و روانشناسان به عرصه مطالعات و تحقیقات پیرامون کارآفرینی و کارآفرینان و نتایجی که از این تحقیقات حاصل شده، ضرورت کارآفرینی و توسعه آن بویژه آموزش کارآفرینی در بین جوانان در راستای اشتغال‌زایی بهره‌گیری از حجم نیروی آماده به کار بیش از پیش مشهود گردید و همین امر موجب افزایش تلاشها برای توسعه کارآفرینی و آموزش آن در دو دهه گذشته شده است. امروزه همگان دریافته‌اند که جوامعی که به منابع انسانی متکی بوده‌اند تا به منابع زیر زمینی، در بلندمدت موفق‌تر بوده‌اند. خصوصاً در عصر حاضر که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات می‌باشد، توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد (اکبری، ۱۳۸۶، ۷).

بنابراین کارآفرینی باعث بهبود کیفیت زندگی، توزیع متناسب درآمد و رفاه عمومی، بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره‌وری عظیم ملی، سود اجتماعی از طریق دولت و افزایش بهره‌وری می‌گردد (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۹۵).

امروزه صاحب‌نظران بر نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند. مهمترین این نقشها از این قرارند:

- ۱- کارآفرینی موجب گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان می‌شود و تشکیل سرمایه را بهبود می‌بخشد.
- ۲- کارآفرینی منجر به ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع می‌شود. بنابر این مشکلات بیکاری را کاهش می‌دهد.
- ۳- کارآفرینی به توسعه اقتصادی متوازن منطقه‌ای منجر می‌شود.

- ۴- کارآفرینی باعث کاهش تمرکز اقتصادی در جامعه می‌شود.
- ۵- کارآفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی بصورت عادلانه در جامعه می‌شود.
- ۶- کارآفرینی، منابع، سرمایه و مهارتها را که ممکن است بی استفاده و سرگردان باقی مانده باشند، بطور مؤثر به تحرک و حرکت وا می‌دارد.
- ۷- کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد زیرا کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدیدند.
- ۸- کارآفرینی تجارت خارجی را که جزء مهمی از توسعه اقتصادی کشورهاست ارتقاء می‌دهد.
- ۹- کارآفرینی موجب افزایش سود اجتماعی از طریق دولت می‌شود (احمد پور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۸: ۵۰).
- بنابراین از آنجایی که کارآفرینی در جامعه در اشتغال‌زایی و ایجاد اشتغال پایدار تأثیر بسزایی می‌گذارد و امروزه بسیاری از سازمان‌ها و مراکز آموزشی و دانشگاهی ضرورت کارآفرینی را در جامعه یاد آور می‌شوند نقش این آموزش‌ها در تغییر نگرش‌ها و روحیه کارآفرینی افراد مورد بررسی قرار گیرد.

۳- اهداف آموزش کارآفرینی

در واقع هدف از آموزش کارآفرینی تربیت و پرورش افراد خلاق و نوآور است. این قبیل دوره‌ها به دنبال استفاده از فرصت‌های مناسب فراهم شده، مخاطره‌پذیری، تمایل به حل مشکلات، بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد می‌باشند. بطور کلی در آموزش رشته کارآفرینی اهداف متعددی مورد نظر است که برخی از آنها عبارتند از:

الف) کسب دانش مربوط به کارآفرینی

ب) حل مشکلات اشتغال و بهبود بهره‌وری

ج) شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه

د) القای مخاطره‌پذیری با استفاده از فنون تحلیلی

و) جدید نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر (بوگراو، ۱۹۹۱).

بنابراین هدف کلی این پژوهش، بررسی روحیه کارآفرینی در بین جوانان مهارت‌آموخته دوره کارآفرینی در مقایسه با کارآموزانی که هنوز دوره کارآفرینی را آموزش ندیده‌اند، در اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان زنجان می‌باشد.

همچنین اهداف جزئی تحقیق شامل:

- تعیین تأثیر توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر بر روحیه کارآفرینی در بین جوانان مهارت-آموخته دوره کارآفرینی در مقایسه با آموزش ندیدگان
 - تعیین تأثیر الگوی نقش بر روحیه کارآفرینی
 - تعیین تأثیر عوامل فردی (جنس، سن، وضعیت تاهل، میزان سواد وضعیت شغلی) بر روحیه کارآفرینی جوانان کارآموز
- همچنین شناخت و عملکرد آموزشهای کارآفرینی بر افزایش روحیه کارآفرینی جوانان، هدف کاربردی این پژوهش می باشد.

۴- تعریف مفاهیم اساسی

۴-۱- مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای متعهدشدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه فرهنگ وبستر «کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند» (احمدپور، ۱۳۸۴: ۴). از کارآفرینی تعاریف متعددی شده است، دانشمندان علوم اجتماعی، روانشناسی، اقتصادی و مدیریت هر یک تعاریف خاصی را برای کارآفرینان دارند. اما آنچه که در اکثر آنها مشترک است اینست که کارآفرینان محور توسعه اقتصادی بوده و با تخریب روش کهن و ناکارآمد قبلی و جایگزینی آنها با شیوه‌های کارآمد و نوین به نظام اقتصادی پویایی می-بخشند (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸: ۴).

۴-۲- کارآفرین کیست؟

اصطلاح کارآفرین Entrepreneur در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار «ژوزف شومپتر» بکار برد. این اقتصاددان را پدر علم کارآفرینی می‌نامند. او بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر افراد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش‌ها و راه‌حل‌های جدید جایگزین راه کارهای ناکارآمد و کهن قبلی شود (تخریب خلاق). تفکرات و آراء «شومپتر» با انقلاب اطلاعات و شروع عصر فرا صنعتی از ارزش و اهمیت خاصی برخوردار شد. زیرا کارآفرینان به عنوان عاملین تغییر و فرایند کارآفرینی به عنوان فرایند تغییر و تحول در نظام اقتصادی مورد توجه قرار گرفت. «پیتر دراگر» معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچکی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول

می‌نماید. همچنین مخاطره‌پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید. برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچ‌گاه سرمایه‌گذار نیست. کارآفرین همیشه به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و آنها را شناسایی می‌کند. «جفری تیمونز^۱ کارآفرین را ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ می‌داند. بنابراین کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا باشد و توان پیدا کردن خلا و فرصتها را دارد. و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید از هیچ اقدام به ارزش آفرینی از هیچ کند. (صمد آقایی، ۱۳۸۰: ۱۸).

۳-۴- آموزش کارآفرینی

کینزبرگ (۱۹۹۴) در یک تعریف ساده آموزش کارآفرینی فرایندی نظام مند، آگاهانه و هدف گرا می‌باشد که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌گردند. در واقع، آموزش کار آفرینی فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده می‌شود که افزایش بهبود توسعه نگرش‌ها، مهارتها و توانایی‌های افراد غیرکارآفرین را در پی خواهد داشت (هیسریچ، ۱۹۹۸، به نقل از ذبیحی، ۱۳۸۷: ۱۷).

۴-۴- تاریخچه آموزش کارآفرینی

گرچه کاربرد واژه کارآفرینی سابقه ای چند ساله دارد، ولی تحقیقات این رشته از اوائل دهه ۷۰ میلادی در آمریکا شروع شد. این تحقیقات در پی تحقیقات جامعه‌شناختی و ارزشی بوجود آمده در سطح جامعه بود که منجر به ایجاد میلیونها کسب و کار خود اشتغال گردید. در سال ۱۹۷۳ مراکز فنی و حرفه‌ای کالگری مجوز دریافت دوره کارشناسی ارشد را دریافت کرد و کارآفرینی به عنوان یکی از زمینه‌های اصلی مورد توجه قرار گرفت با انتشار نتایج تحقیقات دیویدبریج در سال ۱۹۷۹، در خصوص روند اشتغال‌زایی و استخدام در ایالات متحده در طی سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۹۷۶ مبنی بر اینکه ۸۱ درصد مشاغل جدید توسط مشاغلی کوچک با حد اکثر ۱۰۰ کارمند ایجاد شده‌اند، توجه به مفهوم کارآفرینی وارد مرحله تازه‌ای شد. چرا که بریج نشان داد شرکتهای کوچکتر با بهره‌گیری از آموزش‌های کارآفرینی توانسته‌اند سهم بیشتری در رشد اقتصادی آمریکا داشته باشند (هولم و موسلی، ۱۹۹۶). در ژوئن سال ۱۹۸۵ میلادی مراکز فنی و حرفه‌ای کالگری به ارزیابی نتایج برگزاری یکی از دوره‌های آموزش کارآفرینی خود پرداخت. نتایج این

دوره نشان می‌داد که سرمایه‌گذاری به نسبت کوچکی در آموزش کارآفرینان دارای کسب و کارهای کوچک منجر به ایجاد ارزش افزوده فراوانی گردیده و تأثیر زیادی در ایجاد فرصت‌های استخدام و تسهیل ایجاد سرمایه داشته است. در سال ۱۹۹۰ میلادی تحقیق در مورد آموزش کارآفرینی همچون یک رشته جدید مورد توجه قرار گرفت و بر مواری همچون توسعه روشهای تحقیق برای سنجش اثر بخشی آموزش کارآفرینی متمرکز شد (گیپ، ۱۹۸۷).

۴-۵- تاریخچه آموزش کارآفرینی در جهان

امروزه تجربیات فراوانی در سراسر دنیا راجع به طراحی برنامه، ارتقاء و ایجاد انگیزه و کمک به کارآفرینی از طریق آموزش آن وجود دارد که تعدادی از آنها در اینجا مطرح می‌شود:

۱- هندوستان: در هند مؤسساتی همچون مؤسسه توسعه کارآفرینی هند و سایر سازمان‌های آموزشی ایالتی و ... تلاش‌های قابل ملاحظه‌ای را برای اداره برنامه‌های کوتاه مدت و بلندمدت کارآفرینی، با توجه به گروه‌های هدف مورد آموزش، انجام می‌دهند و در حال حاضر تحقیقات و آموزش کارآفرینی در این مؤسسات در سطح خوبی صورت می‌گیرد. علاوه بر آن آموزش کارآموزانی که می‌توانند در نقاط مختلف کشور کارکنند، اثر بخشی این آموزشها را دو چندان کرده است. در این زمینه مؤسسات توسعه کارآفرینی هند به عنوان یک مؤسسه معتبر هندی، به آموزش می‌پردازد. این مؤسسه پیشگام جنبش کارآفرینی در سراسر هند بشمار می‌رود و این ایده را دنبال می‌کند که کار آفرینان لزوماً کارآفرین متولد نمی‌شوند. بلکه کارآفرینی را باید از طریق فعالیت‌های مدون و مناسب آموزش داد.

۲- سنگاپور: در سنگاپور دوره‌های آموزشی متعددی در خصوص کارآفرینی توسط مراکز فنی و حرفه‌ای و مؤسسات پلی تکنیک برگزار می‌شود. در این رابطه یکی از مراکز آموزش کارآفرینی، مراکز فنی و حرفه‌ای نانیانگ است. از برنامه‌های مهم این مراکز توسعه مهارت‌های شخصی است. در این برنامه درسی شرکت کنندگان به منظور تکمیل دانش فنی مورد نیاز خود، مهارت‌های شخصی مهمی همچون کارآفرینی و خلاقیت را می‌آموزند.

۳- استرالیا: وزارت آموزش فنی و حرفه‌ای آموزش‌دهنده مدیریت و کارآفرینی در استرالیا است و اهدافی همچون ارتقاء ظرفیت برای دروس توسعه مدیریت و ایجاد مشوق‌هایی برای بهبود کیفیت، اعطاء گواهینامه صلاحیت به کارآموزان و شرکت‌های کوچک، ایجاد نشست‌های حضوری و ارائه کمک‌های مالی و ... در جهت ارتقاء مهارت‌های انسانی، رهبری و استراتژیک کارآفرینان تلاش می‌کند.

۴- فیلیپین: در فیلیپین نیز در دهه ۷۰ میلادی، مراکز فنی و حرفه‌ای مرکزی این کشور، مؤسسه صنایع کوچک را تحت پوشش دانشکده مدیریت بازرگانی تأسیس کرد که مسئولیت عمده آن انجام

تحقیقات، آموزش و خدمات توسعه صنعتی بود. سیستم آموزش رسمی فیلیپین در گذشته معطوف به تربیت فارغ‌التحصیلانی بود که بجای ایجاد کار و شغل برای خود به دنبال پیدا کردن کار بودند. این رویکرد باعث صنایع سرمایه بر و بزرگ و باعث افزایش مهاجرت می‌شد. بنابراین تلاش مراکز فنی و حرفه‌ای برای ترویج کارآفرینی سبب رشد اشتغال و کاهش مهاجرت به شهرهای بزرگ شد (عظیمی، ۱۳۸۸: ۱۴).

۴-۶- سابقه کارآفرینی در ایران

علیرغم اینکه در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هم از اواخر دهه ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محفل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری جوانان و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در برنامه اخیر، توسعه کارآفرینی در سطح وزارت خانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و فلزات، وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی همچنین موسسه جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آنها، مطرح شده است.

آموزش کارآفرینی، امروزه در کشورهای صنعتی و فراصنعتی بخش قابل توجهی از برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها را به خود اختصاص داده است. در ایالات متحده، بیش از ۵۰ دانشگاه (۲۲ دانشگاه در بالاتر از ۵ رشته تحصیلی)، آلمان ۴۲ دانشگاه، سوئد ۸ دانشگاه، ایتالیا ۵ دانشگاه، فنلاند ۶ دانشگاه، اتریش ۷ دانشگاه، مالزی ۴ دانشگاه، مجارستان ۷ و در تایوان و بنگلادش و اندونزی حداقل ۲ دانشگاه، کارآفرینی را تدریس می‌کنند. در ایران نیز طی سالهای اخیر، مراکز کارآفرینی کار خود را در دانشگاه‌های کشور آغاز کرده‌اند که این مراکز مسئول تحقیق و آموزش را بر عهده دارند. در کشور ما در چند ساله اخیر به موضوع کارآفرینی توجه شده و قبل از آن، به جز چند مورد خاص، تقریباً سابقه‌ای در زمینه فعالیت در خصوص آن وجود نداشته است (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۱۲۶).

۴-۷- سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و آموزش کارآفرینی

طبق تعریفی که در توصیه‌نامه شماره ۸۸ سازمان بین‌المللی کار در مورد آموزش فنی و حرفه‌ای شده است «آموزش فنی و حرفه‌ای به معنای هر نوع آموزش برای اشتغال است که بوسیله آن دانش یا مهارت

فنی، شغلی یا سرپرستی بتواند حاصل شود و یا پیشرفت نماید اعم از اینکه این تعلیم ر داخل و یا خارج مؤسسه تولیدی باشد و شامل بازآموزی نیز می‌گردد».

این آموزش باید بر حسب موقعیت و متناسب با بازار کار اجرا و گسترش یابد باید با همکاری کارگر و کارفرما صورت گیرد. امروزه در خصوص اهمیت آموزش بطور کلی و آموزش‌های فنی و حرفه ای بطور اخص اتفاق نظر کامل وجود دارد.

واکنش مؤثر در قبال تغییرات سریع فناوری، رقابتی شدن بازارها، تغییر در رجحان‌های مشتریان، ارباب رجوع و عرضه‌کنندگان، تغییر در ارزشهای اجتماعی و تحولات در وضعیت عمومی اقتصادی کشورها در گرو پذیرش آموزش به عنوان یک امر اجتناب‌ناپذیر است و به این دلیل طیف گسترده‌ای از آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در اقصی نقاط جهان و به شیوه‌های متنوع ارائه می‌شود (یونیوک، ۱۹۹۷: ۱۴). بنابراین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای آموزش‌هایی هستند که به هدف ارتقاء و انتقال دانش کار و ایجاد مهارت‌ها و افزایش بهره‌وری، بهنگام کردن و ارتقای معلومات و تجارب شاغلان، رشد استعدادها و بارز و به فعلیت در آوردن استعدادها و نهفته برای تصدی مشاغل و حرف گوناگون انجام می‌شود تا توانایی افراد را برای انجام دادن کاری که به آنها محول میشود به سطح مطلوب برساند.

یکی از فعالیت‌های مهمی که در مراکز آموزش فنی و حرفه ای می‌تواند در زمینه توسعه کارآفرینی گامهای اساسی بردارد، تدوین و اجرای دوره‌ها و کارگاه‌های آموزش مرتبط با اشتغال و کارآفرینی به منظور ارتقاء دانش کاربردی، نحوه تجاری سازی مهارت‌های شغلی و راه‌اندازی کسب و کار و تغییر نگرش دانش‌آموختگان است. این دوره می‌تواند در غالب دوره‌های آموزشی کوتاه مدت برای کلیه کارآموزان رشته‌های مختلف این مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای و یا بصورت واحدهای درسی الزامی در کلیه رشته‌ها قرار داده شود.

مجموعه آموزش‌های فوق‌الذکر یا تلفیق آنها در قالب دوره‌های آموزشی مختلف می‌بایست با هدف آشنایی فراگیران با مفهوم فرصت‌های شغلی، شیوه‌های راه‌اندازی یک کسب و کار، شناسایی منابع شغلی و کارآفرینی، آموزش معیارهای ارزیابی فرصت و تجزیه و تحلیل آن، روش‌های تبدیل فرصت به درآمد، آگاهی‌سازی در خصوص موانع فرصت‌یابی (فردی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، سازمانی و...) و نحوه تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها، نحوه ایده‌پردازی و تبدیل ایده‌ها به فرصت‌های شغلی، معرفی و تحلیل مسیر شغلی یک کارآفرین بصورت مطالعات موردی، شناسایی استعدادها و ویژگی‌های فردی دانش‌آموختگان و هدایت و رهبری آنها، با استفاده از شیوه‌های آموزشی مؤثر و اثربخش ارائه گردد (عظیمی، ۱۳۸۸: ۱۴).

۵- ادبیات پژوهش

۵-۱- کارآفرینی از دیدگاه اقتصاد دانان

کار آفرینی اولین بار اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تا کنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح نموده‌اند، در ادامه، بر اساس سیر تاریخی، تعارف کارآفرینی و کارآفرین از دیدگاه اقتصاد دانان بررسی می‌گردد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۵). از دیدگاه برنارد دو بیلدور^۱ خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهایی نامعین و فروش به بهایی طبق قرارداد. ریچارد کاننیلون به سه عنصر اصلی فعالیت کارآفرینان اشاره می‌نماید که شامل محیط همراه با عدم قطعیت، نداشتن توانایی برابر با فساد و تباهی، سرمایه اولیه را خودشان فراهم می‌آوردند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۵). جان باتیست سی^۲ معتقد است کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را که بکار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را بر عهده می‌گیرد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۶).

بررسی نظریه‌های اقتصادی کارآفرینی نشان می‌دهد که سه دوره متمایز را می‌توان تشخیص داد:

دوره اول: در فاصله زمانی بین ۱۷۷۰ تا ۱۹۳۰ قرار دارد شامل نظریات دو مکتب کلاسیک و نئو کلاسیک می‌باشد و در این دوره کار آفرین در کانون اندیشه و تفکر اقتصادی جای دارد. نظریه‌های «آدام اسمیت»، «اج ورث»، «مارشال»، «هاولی»، «کلارک»، «فیشر» و «نایت» از نظرات و تفکرات حاکم بر این دوره نشأت می‌گیرد. به عبارت دیگر، مکاتب کلاسیک، نئو کلاسیک، نهادیون و مارکسیست‌ها در این دوره جای می‌گیرند.

دوره دوم: دوره‌ای است که در آن برخلاف مرحله اول، بحث کارآفرینی در اندیشه اقتصادی کم رنگ می‌شود. دلایل این امر از دید صاحب‌نظران متفاوت است. عده‌ای منشأ کم‌رنگ شدن کار آفرینی را به جایگزین شدن واژه سرمایه دار به جای کارآفرین توسط «آدام اسمیت» نسبت می‌دهند و عده‌ای دیگر دلیل آنرا در نظریات «کینز» مبنی بر ایفای نقش کارآفرین توسط دولت جستجو می‌کنند.

دوره سوم: دوره توجه مجدد به کارآفرینی در اندیشه‌های اقتصادی است که طلایه‌دار آن مکتب نوین اتریش است که «مایسز» و «کرزنر» از برجستگان این مکتب بشمار می‌روند. فرض اساسی در این دوره بر

1 - Benard De Belidor

2 - Jean Baptiste Say

رفتار شناسی استوار است. علاوه بر مکتب فوق، مکاتب شیکاگو، نهادیون و مکتب سنتی اتریش - آلمان نیز تا حدی در این طبقه جای می گیرند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۶۹).

۵-۲- کار آفرینی در دیدگاه جامعه شناسان و روانشناسان

کلیه محققینی که از جنبه های غیر اقتصادی (جامعه‌شناختی و روانشناختی) به مطالعه کار آفرینی پرداخته‌اند، ابعاد مختلفی از جمله رویکرد رفتاری در مقابل ویژگی‌ها، رویکرد تک‌بعدی در مقابل چند بعدی، رویکرد ایستا در مقابل فرایند را بررسی کرده و علاوه به مفاهیمی از قبیل تفاوت‌های شرکت‌های کوچک با شرکت‌های نوپا، شرکت‌های کوچک با شرکت‌های کار آفرین، تفاوت‌های بین مدیر و کار آفرین و شرکت‌های بزرگ با شرکت‌های کوچک و فرق بین کارآفرین با غیر کارآفرین پرداخته‌اند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۷۵).

برخلاف رویکرد ویژگی‌ها که بر ویژگی‌های شخصیتی فرد تأکید دارد رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های کارآفرین تأکید دارد. در این دیدگاه پدیده کارآفرینی همچون یک فرایند انگاشته می‌شود که در آن سازمان‌های جدید ایجاد می‌شوند. ایجاد و تأسیس سازمان‌های جدید نتیجه فرایندی پیچیده و رخدادی محتوایی می باشد که متغیرهای بسیاری بر آن تأثیر می‌گذارد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۱۰۳).

عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد، شامل تجارب و سوابق شخصی و فردی وی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. به عبارتی در دیدگاه رفتاری کارآفرینی یعنی ایجاد یک شرکت نوپا، چنانکه قرار باشد که پدیده کارآفرینی مورد تشویق قرارگیرد و رشد داده شود، در اینصورت باید بر روی فرایندی تمرکز کرد که به موجب آن، سازمان‌های جدید بوجود می‌آیند. کارآفرین کسی نیست که بطور ثابت وجود خارجی داشته باشد، بلکه کارآفرینی نقشی است که افراد به منظور ایجاد شرکت‌های نوپابه عهده می‌گیرند. به عبارت دیگر در دیدگاه رفتاری، فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرایند کارآفرینی مورد توجه قرار می‌گیرد و دیدگاه رفتاری پوشش‌دهنده دیدگاه شخصیتی و ویژگیها نیز می‌باشد و علاوه بر ویژگیهای شخصیتی در این دیدگاه طیف وسیع دیگری از ویژگیهایی همچون سن و سال، تحصیلات، خانواده، کودکی و عوامل تجربی فرد همچون پذیرش الگوی نقش، نارضایتی شغلی، اخراج از کار نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. بطور کلی این دسته از ویژگیها تحت عنوان عوامل جمعیت شناختی و تحت دو دسته ویژگیهای تجربی و پیشینه فرد مورد توجه قرار می‌گیرد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۱۰۵).

- ماکس وبر^۱

ماکس وبر از راه مطالعه روابط بین توسعه اقتصادی نظام سرمایه‌داری و مذهب پروتستان دامنه تحقیقات خود را وسعت داد و به این نتیجه رسید که بدعت عمده در اصول فکری مسیحیان پروتستان وجود داشته که آنها را از پیشگامان نظام سرمایه‌داری نموده است. این سه بدعت عبارتند از:

۱- عدم هر گونه واسطه میان خالق و مخلوق ۲- دخالت عقل در ایمان ۳- کوشش در راه بهبود معاش یا اخلاق کار

بدعت سوم از نظر وبر نقش اصلی را در توسعه اقتصادی و صنعتی نظام سرمایه‌داری بازی کرده است. وبر در کتاب خود تحت عنوان «اخلاق پروتستان و روحیه سرمایه‌داری» که در سال ۱۹۰۴ به چاپ رسید، تأکید می‌کند که بین اخلاق پروتستانی و طرز زندگی پروتستان‌ها و پیشرفت اقتصادی سرمایه‌داری رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری همین اخلاق پروتستانی و طرز تفکر پروتستانها بوده است. این خصیصه اخلاقی موجب می‌شود که فرد احساس مسئولیت و در نهایت دقت و کارایی، وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این همه وی اولین محققى بود که بیان نمود ارزشهای عقیدتی و درونی فرد مستقیماً به رفتار کار آفرینی منتهی میشود (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۷۷).

بر اساس نظر وبر کارآفرینی یک فرایند اجتماعی است که در آن کارآفرین با اشتیاق و پشتکار در کار خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌گردد و شخصیت، ارزش‌ها، نگرشها و باورهای فرد نسبت به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با سایر افراد جامعه شکل گرفته و تکامل پیدا می‌کند. بنابر این بر اساس نظراو جامعه و باورها و ارزش‌های آن نقش مهمی در ایجاد کارآفرینی دارند و همچنین کار آفرینان نیز نقش بسیار مؤثری در ایجاد تحولات ارزشمند و نجات جامعه از بند عادات و سنت‌های بی اساس و بی فایده اما مرسوم ایفا می‌کنند (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۱۱۴).

- مک کله لند

مک کله لند معتقد است که عامل عمده عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است. مک کله لند سعی کرده است که رابطه نامعلومی را که ماکس وبر بیان کرده بود، از راه تجربه بدست آورد. بطور دقیق‌تر او معتقد است که در انسان سه نیاز وجود دارد:

۱- نیاز به توفیق یا توفیق طلبی ۲- نیاز به قدرت ۳- نیاز عاطفی یا احساس تعلق

1 -Max Weber

او با آزمون نیاز به توفیق نتیجه می‌گیرد که با اینکه روحیه انسان برای توفیق در دوران کودکی شکل می‌گیرد، ولی در عین حال می‌توان با یک برنامه صحیح آموزشی، روحیه خلاق و رسالت کاری را در افراد بوجود آورد. از این نتایج این نکته استنباط می‌شود که علیرغم نظریه وبر با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می‌توان همان رسالت کاری را که ناشی از اخلاق پروتستانی است، در جوامع غیر پروتستانی نیز بوجود آورد. بنابراین بر اساس نظریه مک کله لند جوامع غیر پروتستانی نیز می‌توانند با ایجاد روحیه کاری لازم شرایط را برای صنعتی شدن مهیا سازند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۷۹)

- جان استوارت میل^۱

جان استوارت میل ضمن ابداع واژه کارآفرینی در ادبیات انگلیس، به عنوان اولین فردی است که عامل مخاطره‌پذیری را به عنوان عامل اصلی تمایز بین مدیر و کارآفرین معرفی نمود (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۱۱۷).

- تالکوت پارسونز

برای بیان چگونگی ارتباط بین کارآفرین و نهادهای اجتماعی می‌توان از AGIL پارسونز می‌توان استفاده کرد. در این قالب علم کارآفرینی با چهار عامل اقتصاد، سیاست، جامعه و فرهنگ در حال کنش می‌باشد و این ارتباط به معنای کنش متقابل بین کارآفرینی و نهادهای جامعه است.

الف: رابطه اقتصاد و کارآفرینی به معنای تعامل بین دو طیف فعالیت‌های علمی کارآفرینی از یک طرف و مجموعه‌ای از نهادها، فعالیت‌ها و مقوله بازار، صنعت، خدمت و تولید می‌باشد.

ب: رابطه سیاست و کارآفرینی حاکی از نوع نگرش نظام سیاسی مسلط به مقوله کارآفرینی و سیاستگذاری در این عرصه می‌باشد.

ج: رابطه کارآفرینی با جامعه با دید ارزش‌های اجتماعی مدافع ارزش‌های کارآفرینانه در جامعه است یا با آنها مغایرت دارد و این ارتباط باید به گونه‌ای باشد که کارآفرین خود را در جامعه غریبه احساس نکند و خود را به عنوان عضو مؤثر جامعه قلمداد کند.

د: در ارتباط فرهنگ و کارآفرینی باید ارزش‌ها و هنجارها و باورهای موجود در فرهنگ عمومی متناسب با فعالیت خلاق کارآفرین باشد (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۱۱۷).

- باندورا^۱

باندورا برای سنجش تحول و ثبات در جامعه دو مؤلفه «انعطاف محیطی» و «اعتماد به خود» را مؤثر می‌داند. بر اساس نظر باندورا اگر انعطاف محیط یعنی پاسخگوبودن محیط در برابر تحولات بالا باشد و اعتماد به قابلیت‌های فرد هم بالا باشد در این شرایط عمل اجتماعی او با دلگرمی انجام می‌شود. اما اگر اعتماد به انعطاف محیط پایین باشد یعنی فرد تصور نماید که موقعیت موجود، پاسخگوی خواسته‌های او نیست و محیط امکان بروز استعداد و خلاقیتش را به او نمی‌دهد، در اینصورت عمل اجتماعی او با اعتراض انجام می‌گیرد و در این وضعیت است که شاهد اعتصابها، تظاهرات، تحصن‌ها و فرار مغزها می‌شویم. تفاوت و دوگانگی دیگری که میان اعتماد به انعطاف محیط و اعتماد به قابلیت‌های خود وجود دارد، اینست که اگر اعتماد به انعطاف محیط بالا و اعتماد به قابلیت‌های فردی پایین باشد و آن فرد معتقد باشد که موقعیت مناسبی در جامعه دارد، ولی از او کاری بر نمی‌آید در اینجاست که عمل اجتماعی با افسردگی انجام می‌گیرد. بنابر این اگر بخواهیم عمل اجتماعی در جامعه با دلگرمی انجام پذیرد تنها خلاقیت، کارآفرینی و قابلیت‌های فردی کافی نیست بلکه باید محیط را نیز انعطاف‌پذیر و پویا و خلاق نمود تا میزان اعتماد به محیط نیز افزایش یابد. بنابراین در فرهنگ عمومی باید تحولاتی ایجاد شود تا جامعه از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت کند (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳: ۱۱۹).

۶- پیشینه پژوهش

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

- شرمون (۲۰۰۵) کایریرای (۲۰۰۳) هیسریچ و همکارانش (۲۰۰۵)، دیکنز و فویل (۲۰۰۲) نیاز توفیق طلبی و وجود کانون کنترل درونی را جزء لاینفک کار آفرینی متصور شده‌اند (زاللی و دیگران، ۱۳۸۶). بونز (۲۰۰۱) ویژگی‌های کارآفرینی دانش‌آموختگان دانشگاهی در مرحله‌ی راه اندازی و توسعه‌ی کسب و کار مورد توجه قرار داده است و بر اساس اولویت به صورت بلندپروازی (الویت اول)، خلاقیت (اولویت دوم)، استقلال‌طلبی (الویت سوم)، رهبری (الویت چهارم) و بردباری (اولویت پنجم) می‌داند.

- جونز و انگلیش (۲۰۰۴) معتقدند آموزش کارآفرینی افرادی را برای خلق ایده‌ها و انجام تحقیقات تقویت می‌کند، کاربرد تجاری این ایده‌ها را بالا می‌برد و در نهایت مهارت‌های حفظ و بهبود شرکت‌های نوپا را در افراد ایجاد می‌کند. در واقع، کارآفرینی توجه فزاینده و علاقه‌ی مداومی را دریافت می‌کند و به نظر می‌رسد که بیش از یک بحث کوتاه مدت و زودگذر باشد (به نقل از کرد نایبج و زالی، ۱۳۸۶).

- به زعم کوگس (۱۹۹۶) بالا بردن باور خودکامیابی افراد، هدف اصلی آموزش کارآفرینی است تا از این طریق، آنها در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای جدید موفق باشند. همچنین گاراوان و اوسینید (۱۹۹۴) معتقدند که اگر آموزش کارآفرینی می‌خواهد مؤثر واقع شود، نه تنها دانش واقعی و مهارت‌های مناسب را در کلاس ارائه کند، بلکه از طریق شبیه‌سازی کسب و کارهای جدید، موفقیت کسب و کارها و ظرفیت فرآیندهای کارآفرین جهت انجام چنین کارهایی را بالا ببرد (به نقل از کرد نایبج و زالی، ۱۳۸۶).

- مطالعات نشان داده اند که عامل سن در اشتیاق به راه‌اندازی کسب و کارهای جدید تأثیر دارد. طیف بهینه‌ی سن، ۱۸ تا ۳۴ سال تعیین شده (دی جورج و فایول، ۲۰۰۵) در آمریکا از هر ۱۰ دانش‌آموز دبیرستانی، هفت نفر به راه‌اندازی کسب و کار خود اشتیاق دارند (پتراکیس و بورلتیدیس، ۲۰۰۵). این امر اهمیت دوره‌ی دبیرستان را در آماده‌سازی دانش‌آموزان برای راه‌اندازی کسب و کار نشان می‌دهد. همچنین مشاهده شده است که رفتارها و تمایلات کودکان و نوجوانان (از قبیل ریسک‌پذیری، بی‌پروایی، کنجکاوی و ...) کاملاً حالت کارآفرینانه دارد (دیوی، ۲۰۰۵). در مطالعات (کلافتن، ۲۰۰۰؛ پترمن و کندی، ۲۰۰۳؛ راسموسن و سورهم، ۲۰۰۶) تأیید شده است که افراد شرکت‌کننده در دوره‌های کارآفرینی نسبت به کسانی که در دیگر دوره‌های شغلی شرکت کرده‌اند کسب و کارهای بیشتری راه‌اندازی کرده‌اند. مطالعات ودن جال (۲۰۰۵) نشان داد اغلب کارآفرینان سطح سواد متوسطی دارند، برای مثال، کارآفرینان کشور اسلوانی از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲، با اکثریت ۴۵ درصد و کارآفرینان آمریکا از سال ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۱ با اکثریت ۴۰ درصد، دارای مدرک دیپلم بوده‌اند. میانگین جهانی نیز اشاره به همین واقعیت دارد (شاه و همکاران، ۲۰۰۴ به نقل از حسینی‌خواه، ۱۳۸۷).

- مک لارتی (۲۰۰۵)، پترمن و کندی (۲۰۰۳) به ترتیب، در مطالعاتشان به این نتیجه می‌رسند که نظام آموزشی از طریق آموزش کارآفرینی سبب شده که فارغ‌التحصیلان، ایده کسب و کار خود را در دوران تحصیل ترسیم کنند و کسب و کاری را برای خود راه‌اندازی کنند و نیت، تجربه و تمایلاتشان به کارآفرین شدن افزایش یابد. در همین رابطه ماسال و بیبا (۲۰۱۰) اذعان دارد که نظام‌های آموزشی با اجرای آموزش کارآفرینی، سبب می‌شوند که فراگیران با فعالیت‌های گوناگون مرتبط با یادگیری مواجه شوند و این نوع آموزش آنها را در دستیابی به مهارت‌های اکتشاف آماده می‌سازد. بنابراین سیستم‌های آموزشی بایستی برای

ترقی و پیشرفت آموزش کارآفرینی بیاندیشند؛ چرا که نسل جوان نیاز دارند که بدانند چطور در برابر محیط‌های ناامن و پیچیده و قوانین و مقررات متغیر بازار کار به طور انعطاف‌پذیر عمل کنند. ساختار نظام آموزشی باید طوری تنظیم گردد که فارغ‌التحصیلان بتوانند در آینده به صورت کارآفرین در جامعه فعالیت نظریه‌ی نگرش کارآفرینانه در مطالعات اخیر در حوزه‌ی کارآفرینی به نقش و جایگاه عوامل شناختی و جریان‌ات اجتماعی مؤثر در رفتار کارآفرینی بسیار تأکید شده است و نظریه‌ی نگرشی در زمینه‌ی کارآفرینی تاریخی استواری از تحقیق و تلاش در زمینه‌های عملی و نظری را دارا می‌باشد (رابینسون و همکاران ۱۹۹۱).

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

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

- امین بیدختی (۱۳۸۳) پژوهشی را با عنوان «نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه خوداشتغالی» انجام داد. نتایج نشان داد که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تا حد زیادی می‌توانند در هر یک از بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات برای فراگیران اشتغال ایجاد نمایند و همچنین مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای می‌توانند تا حد زیادی در فراهم‌آوردن فرصت‌های شغلی و تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص موفق عمل کنند.

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

۷- نظریه‌های تحقیق

۷-۱- نظریه‌های متغیر وابسته

محققین فهرست‌های متعددی از انواع روحیات و ویژگی‌های کارآفرینان را ارائه نمودند که مهمترین آنها به قرار ذیل می‌باشد:

۱- نیاز به توفیق یا توفیق طلبی: از دیدگاه «مک کله لند» نیاز به توفیق عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی. افراد با نیاز به توفیق بالا مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترسی و همچنین نسبت به عملکرد خود؛ به بازخورد مکرر و منظم زمانی نیاز دارند. این افراد ترجیح می‌دهند تا شخصاً مسئولیت حل مشکلات؛ تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی خود به عهده گیرند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۴: ۸۹). همچنین به میل مداوم برای دستیابی به سطوح بالای کارایی برای خوشایند خود، برای رسیدن به یک استاندارد بالا، برای انجام کار بهتر نسبت به آنچه در گذشته انجام شده و به دست آوردن خودانگیزگی تا بهترین در آنچه که مسئول آن هست، اشاره دارد (ماتیو، ۲۰۱۰).

۲- مرکز کنترل: عقیده فرد نسبت به اینکه عاقبت و سرانجام وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی می‌باشد را مرکز کنترل می‌نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف نموده‌اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنها می‌باشد؛ سرنوشت آنها را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتیجه عملکردهایشان مؤثر می‌دانند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۴: ۸۹).

۳- تمایل به مخاطره‌پذیری: تمایل به مخاطره‌پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. هنگام در نظر گرفتن هرگونه مخاطره؛ دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند؛ یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت پر مخاطره و دیگری امکان احتمالی مشهود شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت است (احمد پور داریانی، ۱۳۸۴: ۸۹). به تمایل فرد در نشان دادن خطر یا دوری از خطر هنگامی که با موقعیت‌های خطرناک مواجه می‌شود، اشاره دارد (گورل و آتسان، ۲۰۰۶).

۴- نیاز به استقلال: نیازه استقلال از ویژگی‌هایی است که به عنوان یک نیروی بسیاربرانگیزاننده مورد تأکید واقع شده است. مک کرین و فلانینگال (۱۹۹۶) در واقع نیاز به استقلال را می‌توان به صورت عبارتی نظیر کنترل داشتن بر سرنوشت خود؛ کاری را برای خود انجام دادن تعریف کرد. میل به استقلال؛ نیروی انگیزشی برای کارآفرینان معاصر است. لذا آزادی عمل؛ پاداش دیگر کارآفرینی است.

۵- خلاقیت: خلاقیت همانا توانایی خلق فکرهای جدید است که این فکرها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز منجر شوند. در دایره‌المعارف علوم اجتماعی از خلاقیت چنین تعاریفی ذکر شده است: «برخی آن را توانایی هستی‌بخشیدن به پدیده‌ای جدید تعریف نموده‌اند و عده‌ای دیگر آن را نه به عنوان توانایی بلکه به عنوان فرایند روانشناختی یا فرایندهایی که از طریق آنها محصولات جدید و

ارزشمند خلق می‌شوند؛ تعریف کرده‌اند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۴: ۸۹). به گفته پیتز دراکر (۱۹۸۵) وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که بدون نوآوری نتیجه‌ای حاصل نمی‌کند (بورقانی فراهانی، ۱۳۸۲).

۶- تحمل ابهام: قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت بعنوان بخشی از زندگی؛ توانائی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه بدانیم آیا موفق خواهیم شد یا خیر (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۸۹). توانایی واکنش مثبت به موقعیت‌های مبهم و تصمیم‌گیری تحت شرایط مبهم و اطلاعات ناکافی است (گورل و آتسان، ۲۰۰۶).

۲-۷- نظریه‌های متغیر مستقل

۱-۲-۷- توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر

یک نگرش اساساً عبارت است از نشانه‌ی ارزیابی هماهنگ شناختی و عاطفی تجربه شده درباره‌ی یک موضوع خاص. به عبارتی، نگرش‌ها قضاوت‌های ارزیابی شده‌ای هستند که به صورت هماهنگ و یکپارچه در ارتباط با ابعاد شناختی و عاطفی هستند. این ارزیابی‌های انتزاعی به صورت کاملاً قوی، غیرضمنی و پایدار، رفتار نگرشی مداوم به دنبال دارند (کرانو و پرسالین، ۲۰۰۸). نگرش در حال حاضر به عنوان نوعی واکنش به شرایط مساعد و نامساعد در موضوعات خاصی اشاره می‌کند. بسیاری از نظریه پردازان بر روی این امر توافق دارند که نگرش‌ها به عنوان نشانه‌ای در حافظه و به عنوان بخشی از ساختار دانش محسوب می‌شود. با این وجود توافق عمومی بر روی تعریف نگرش وجود ندارد (اسکامپ و شولتز، ۲۰۰۴). نگرش‌ها حالات پیچیده‌ی انسانی است که بر رفتار فرد نسبت به افراد، چیزها یا رویدادها اثر می‌گذارد. بسیاری از پژوهشگران در نوشته‌های خود بر مفهوم نگرش به عنوان نظامی از اعتقادات تأکید کرده و آن را مورد مطالعه قرار داده‌اند (فستینگر، ۱۹۵۷).

به دلایلی چند، از جمله دلایل عملی، در این تحقیق به نظر مطلوب می‌رسد که بر جنبه‌ای از نگرش‌ها که مربوط به عمل است، تأکید شود. اینکه یک نگرش ممکن است از اعتقادات پیچیده ناشی شود و با عواطف همراه و به وسیله‌ی آنها مستحکم می‌شود، مورد تأیید است، اما سؤال اساسی این است که «نگرش چه عملی را پشتیبانی می‌کند؟» پاسخ کلی به این سؤال این است که نگرش بر انتخاب عمل شخصی تأثیر می‌گذارد. پس تعریف نگرش این است که نگرش حالتی روانی است که بر انتخاب فرد در مورد عمل شخصی اش نسبت به یک شی مشخص یا رویداد تأثیر می‌گذارد (آر. ام. گانیه، ۱۹۸۵). نگرش یکی از سه نوع بازدهی یادگیری (اطلاعات کلامی، ایجاد یا تغییر نگرش‌ها و کسب مهارت‌های حرکتی) می‌باشد. نوعی

که آنقدر که به عمل و هیجان مربوط است به دانش مربوط نیست. این بازده یادگیری حالتی اکتسابی از یادگیرنده است که نگرش خوانده می‌شود (آر. ام. گانیه، ۱۹۸۵).

۷-۲-۲- نظریه‌ی نگرش کارآفرینانه

در مطالعات اخیر در حوزه کارآفرینی به نقش و جایگاه عوامل شناختی و جریانات اجتماعی مؤثر در رفتار کارآفرینی بسیار تأکید شده است و نظریه نگرشی در زمینه کارآفرینی تاریخچه استواری از تحقیق و تلاش در زمینه‌های عملی و نظری را دارا می‌باشد (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱). بر اساس الگوی نگرشی ارائه شده توسط رابینسون و همکاران آنچه که در زمینه کارآفرینی قابل بحث می‌باشد، موضوع نگرش-هاست. در دیدگاه آنها احتمال اینکه فرد با یک سری نگرش‌های خاص به سمت کارآفرینی متمایل شود، زیاد می‌باشد. به عقیده آنها، نگرشها در مقایسه با ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیک پیش‌بینی‌کننده‌ی بهتری هستند. همچنین نگرش‌ها آموخته می‌شوند و ضمن اینکه تا حدی به نحوه‌ی تربیت، ارزش‌های خانوادگی، محیط کاری و اجتماعی بستگی دارند، در طی زمان و در تعاملات فرد با دیگران و محیط‌های مختلفی که فرد در آن زندگی و کار می‌کند، قابل تغییر می‌باشند.

۷-۲-۳- یادگیری نگرش

شرایطی که مناسب یادگیری نگرش‌هاست و ابزاری که تغییر در نگرش را به وجود می‌آورند موضوع-های تقریباً پیچیده‌ای هستند که درباره‌ی آنها خیلی چیزها برای کشف شدن باقی مانده است. چندین اظهار نظر متناقض در مورد کارایی روش‌های تغییر نگرش توسط مارتین وبریکز (۱۹۸۶) بررسی شده‌اند. روش-های آموزشی که در ایجاد نگرش‌های مطلوب باید به کار روند به نحو قابل ملاحظه‌ای با روش‌هایی که برای یادگیری مهارت‌های ذهنی و اطلاعات کلامی قابل به کار بستن هستند متفاوت هستند (آر. ام. گانیه، ۱۹۸۵).

۷-۲-۴- آموزش نگرش‌ها

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

آموزش یعنی تسهیل یادگیری، به عبارتی دیگر آموزش شرایط و موقعیتی فراهم می‌کند که فراگیر بتواند با آسانترین راه به یادگیری موضوع موردنظر دست پیدا کند و یادگیری را به ایجاد تغییرات نسبتاً مداومی که در رفتار بالقوه‌ی فرد در اثر تجربه حاصل شده باشد، تعریف می‌کنند. یکی از اصول یادگیری نگرش‌ها این است که نگرش‌های افراد به صورت غیرمستقیم بیشتر تحت تأثیر موقعیت قرار می‌گیرند. یعنی موقعی که افراد در موقعیتی قرار می‌گیرند که به صورت غیرمستقیم در نگرش‌های آنها کار می‌شود، بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند تا به صورت مستقیم. به عبارت دیگر، پیام درس باید به صورت نیابتی فراگیران را از موضوع درس مطلع سازد (کرپیندورف، ۱۳۷۳).

۸- چهارچوب تحقیق

چهارچوب تحقیق مبتنی بر رهیافت کارکردگرایی است. بر اساس نظریه کارکردگرایی جامعه انسانی به عنوان یک نظام یا سیستم اجتماعی تلقی می‌شود که درون این سیستم اجتماعی هر عنصری دارای یک وظیفه، کارکرد و یا نقش در ارتباط با اجزاء دیگر و کل سیستم است لذا در این پژوهش فرض بر این است که آموزش‌های دوره کار آفرینی دارای کارکردهای مثبت بوده و به افزایش روحیه کارآفرینی کمک می‌نماید و افزایش روحیه کارآفرینی نیز به نوبه خود دارای کارکرد مثبت اشتغالزایی در جامعه خواهد بود. بنابراین از نظریه‌های مک کله لند، مک کرین و فلانینگال و پیتر دراگر در خصوص روحیه کارآفرینی و فستینگر و مارتین و بریگز در خصوص روش‌های تغییر نگرش به عنوان چارچوب این پژوهش استفاده گردید.

۹- فرضیه‌های تحقیق

- ۱- روحیه کارآفرینی در بین جوانان مهارت آموخته کارآفرینی بیشتر از کارآموزانی است که هنوز آموزش کار آفرینی را نگذرانده‌اند.
- ۲- توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر در بین کارآموزانی که آموزش دوره کار آفرینی را گذرانده‌اند بیشتر از سایر کارآموزانی است که این دوره را سپری نکرده‌اند.
- ۲- به نظر می‌رسد توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر بر روحیه کارآفرینی جوانان مؤثر است.

۱۰- روش تحقیق

این پژوهش یک مطالعه علی مقایسه ای و بصورت مقطعی و روش پیمایشی انجام پذیرفته است. ابزار جمع آوری اطلاعات تکنیک مصاحبه کتبی (پرسشنامه محقق ساخته) می باشد. جامعه آماری پژوهش کارآموزان اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان زنجان در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۳ می باشد. به منظور مقایسه دو گروه، از جوانان کارآموز (۱۸ تا ۳۰ سال) که در کلاس های آموزش فنی و حرفه ای جهت مهارت آموزی در رشته های مختلف شرکت نموده اند و دوره کار آفرینی را نیز همزمان با دوره هایی که می گذرانند گذرانده اند، به روش همه پرسی به تعداد ۲۱۹ نفر و کارآموزانی که در کلاس های آموزش فنی و حرفه ای جهت مهارت آموزی شرکت کرده اند ولی هنوز دوره کار آفرینی را نگذرانده اند که جمعیت آماری ۴۳۳۲ را تشکیل می دهند به طریق نمونه گیری احتمالی و نوع تصادفی سیستماتیک آن با نمونه گیری به روش کوکران حجم نمونه ۲۰۳ نفر بدست آمد که به دلیل افزایش روایی و اعتبار پژوهش حاضر حجم نمونه از ۲۰۳ نفر به ۲۱۹ نفر افزایش یافت تا هر دو گروه مورد مقایسه دارای حجم یکسانی گردند. در نهایت از ۴۳۸ نفر از کارآموزان دو گروه مصاحبه کتبی به عمل آمد. در تحقیق حاضر از اعتبار سازه ای به روش سازه ای - اکتشافی و اعتبار صوری استفاده گردیده و جهت سنجش پایایی ابزار تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شده آلفای بدست آمده (۰/۸۸ تا ۰/۷۰) بدست آمد. جهت پردازش (استخراج - طبقه بندی - سنجش) آماره ها نیز از طریق نرم افزار spss/pc+ استفاده گردیده است.

۱۰-۱- تعاریف نظری و عملیاتی

روحیه کارآفرینی: ویژگی هایی که برای کارآفرینی ضروری است
 شاخصهای روحیه کارآفرینی: نیاز به توفیق - نیاز به استقلال - تمایل به مخاطره - تحمل ابهام
 خلاقیت - مرکز کنترل
 توسعه نگرشها در جهت پذیرش تغییر: آپورت نگرش را عبارت از آمادگی ذهنی و عصبی میدانند که با تجربه سازمان می یابد و بر واکنشهای فرد نسبت به تمامی موضوعها و موقعیتهای وابسته به نگرش، تاثیر مستقیم و پویایی بر جای می گذارد. همچنین نگرش را منظومه ای از عناصر شناختی، عاطفی و رفتاری می دانند (ستوده، ۱۳۷۸:۱۶۶). شاخصهای توسعه نگرشها در جهت پذیرش تغییر شامل: پذیرش تغییرات و هماهنگی با تغییرات می باشد.

۱۱- یافته‌های تحقیق

۱۱-۱- یافته‌های توصیفی

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی عوامل فردی

درصد	دو گروه	متغیر	
		زن	مرد
۲۲/۱	آموزش دیده دوره کار آفرینی	زن	جنسیت
۲۷/۸	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۲۷/۸	آموزش دیده دوره کار آفرینی	مرد	جنسیت
۲۲/۲	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۲۱/۲	آموزش دیده دوره کار آفرینی	زیر دیپلم و دیپلم	تحصیلات
۲۶/۹	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۷/۸	آموزش دیده دوره کار آفرینی	فوق دیپلم	
۷/۸	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۲۰/۳	آموزش دیده دوره کار آفرینی	لیسانس	
۱۳	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۰/۷	آموزش دیده دوره کار آفرینی	کارشناسی ارشد و دکتری	
۲/۳	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۷/۳	آموزش دیده دوره کار آفرینی	شاغل	وضعیت اشتغال
۱۲/۳	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		
۴۲/۷	آموزش دیده دوره کار آفرینی	بیکار	
۳۷/۷	آموزش ندیده دوره کار آفرینی		

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی حجم نمونه مورد مطالعه بر حسب روحیه کارآفرینی به تفکیک آموزش دوره کارآفرینی

		روحیه کارآفرینی			جمع
		پائین	متوسط	بالا	
کارآموزان آموزش دیده	فراوانی	۵۲	۷۵	۹۲	۲۱۹
	درصد	۲۳/۷۴	۳۴/۲۵	۴۲	۱۰۰
کارآموزان آموزش ندیده	فراوانی	۹۹	۷۳	۴۷	۲۱۹
	درصد	۴۵/۲۱	۳۳/۳۳	۲۱/۴۶	۱۰۰

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی حجم نمونه مورد مطالعه بر حسب توسعه نگرشها به تفکیک آموزش دوره

کارآفرینی

		توسعه نگرشها درجهت پذیرش تغییر			جمع
		پائین	متوسط	بالا	
کارآموزان آموزش دیده	فراوانی	۴۰	۷۷	۱۰۲	۲۱۹
	درصد	۱۸/۲۶	۳۵/۱۶	۴۶/۵۸	۱۰۰
کارآموزان آموزش ندیده	فراوانی	۱۱۲	۶۳	۴۴	۲۱۹
	درصد	۵۱/۱۴	۲۸/۷۷	۲۰/۰۹	۱۰۰

یافته‌های توصیفی تحقیق نشان می‌دهد ۲۲/۱ درصد از کارآموزان آموزش دیده مرد و ۲۷/۸ درصد زن می‌باشند. ۲۷/۸ درصد از کارآموزان آموزش ندیده مرد و ۲۲/۲ درصد از زنان تشکیل می‌دهند. بیشترین درصد (۴۸/۱ درصد) در هر دو گروه در ابتدا مربوط به پاسخگویی می‌شود که تحصیلات زیر دیپلم یا دیپلم دارند بعد پاسخگویی که مدرک لیسانس دارند (۳۳/۳ درصد) و کمترین درصد (۳ درصد) در هر دو گروه مربوط به پاسخگویی می‌شود که تحصیلات کارشناسی ارشد و دکترا دارند. ۴۲/۷ درصد از کارآموزان آموزش دیده بیکار و ۷/۳ درصد شاغل می‌باشند. ۳۷/۷ درصد از کارآموزان آموزش - ندیده بیکار و ۱۲/۳ درصد شاغل می‌باشند، چنانچه مشهود است بیشترین درصد پاسخگویان در هر دو گروه بیکار می‌باشند لذا ضرورت آموزش دوره کارآفرینی در جهت اشتغالزایی آنها مشهود است. توسعه نگرشها درجهت پذیرش تغییر در بین ۱۰۲ درصد کارآموزان آموزش دیده بالا و در حالی که در ۴۴ درصد کارآموزان آموزش ندیده توسعه نگرشها بالا می‌باشد، بنابراین نگرشها درجهت پذیرش تغییر در بین کارآموزان آموزش دیده دوره کارآفرینی بالاتر از کارآموزانی است که دوره‌های کار آفرینی را سپری نکرده اند. همچنین یافته‌ها بیانگر این است که روحیه کارآفرینی در بین ۹۲ درصد کارآموزان آموزش دیده بالا می‌باشد، در حالی که در بین ۴۷ درصد کارآموزانی که دوره کار آفرینی را نگذرانده، درصد بالایی از روحیه کار آفرینی مشاهده می‌گردد. بنابراین روحیه کارآفرینی در بین کارآموزان آموزش دیده دوره کارآفرینی بالاتر است.

۱۱-۲- یافته‌های استنباطی

در این بخش از تحقیق سعی شده است تا فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار گیرند. در آمار استنباطی هدف این است که بتوانیم پارامترهای جمعیتی را از روی آماره‌های نمونه‌ای بر آورد نماییم. به عبارت دیگر هدف آمار استنباطی بر آورد ارزش‌های جمعیتی از روی ارزش‌های نمونه‌ای است. به

منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق و مقایسه میان دو گروه از آزمون مقایسه میانگین‌ها برای گروه‌های مستقل استفاده گردید که در جدول ذیل تمامی رابطه‌ها نشان داده شده است.

جدول شماره ۴: آزمون T گروه‌های مستقل بر حسب متغیر آموزش و روحیه کار آفرینی

خطای انحراف معیار		انحراف معیار	میانگین	فراوانی	آموزش دوره کارآفرینی
۰/۹۵۹۶۹		۱۴/۲۰۲۱۳	۱۲۶/۱۵۵۳	۲۱۹	آموزش دیده
۰/۷۰۱۲۵		۱۰/۳۷۷۵۸	۱۱۱/۶۵۷۵	۲۱۹	آموزش ندیده

آزمون لون (برابری واریانس)	آزمون برابری میانگین							فاصله اطمینان(۰/۹۵)	
	F	معنی داری	T (مقدار آماره)	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین	انحراف معیار	حد پایین	حد بالا
								۱۲/۱۶۱۶۳	۱۶/۸۳۳۸۱
واریانس بین گروهی	۱۴/۸۰۱	۰/۰۰۰	۱۲/۱۹۷	۴۳۶	۰/۰۰۰	۱۴/۴۹۷۷۲	۱۴/۴۹۷۷۲	۱۲/۱۶۱۶۳	۱۶/۸۳۳۸۱
واریانس درون گروهی			۱۲/۱۹۷	۳۹۹/۱۵۱	۰/۰۰۰	۱۴/۴۹۷۷۲	۱۴/۴۹۷۷۲	۱۲/۱۶۱۶۳	۱۶/۸۳۴۴۱

با توجه به آزمون مقایسه میانگین‌ها برای گروه‌های مستقل، چون میزان معنی‌داری آزمون به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و مقدار t به دست آمده ۱۲/۱۹۷ با درجه آزادی ۳۹۹/۱۵۱ بالاتر از مقدار t جدول استاندارد می‌باشد بنابراین در سطح اطمینان بالای ۰/۹۹ می‌توان گفت بین دو گروه (کارآموزان آموزش دیده / آموزش ندیده) به لحاظ روحیه کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد به طوری که در ستون میانگین‌ها مشاهده می‌گردد می‌توان گفت نمره روحیه کارآفرینی در بین کارآموزان آموزش دیده بالاتر از کارآموزان آموزش ندیده می‌باشد؛ لذا فرض H1 تأیید و فرض H0 رد می‌گردد.

جدول شماره ۵: آزمون T گروه‌های مستقل بر حسب متغیر توسعه نگرشها و آموزش

خطای انحراف معیار		انحراف معیار	میانگین	فراوانی	آموزش دوره کارآفرینی
۰/۲۹۶۰۶		۴/۳۸۱۲۷	۱۶/۹۵۸۹	۲۱۹	آموزش دیده
۰/۲۶۷۰۶		۳/۹۵۲۱۱	۱۵/۰۹۵۶	۲۱۹	آموزش ندیده

	آزمون لون (برابری واریانس)		آزمون برابری میانگین						
	F	معنی داری	T (مقدار آماره)	درجه آزادی	سطح معنی داری	تفاوت میانگین	انحراف معیار	فاصله اطمینان (۹۵٪)	
								حد بالا	حد پایین
واریانس بین گروهی	۱/۷۴۹	۰/۱۸۷	۴/۶۷۳	۴۳۶	۰/۰۰۰	۱/۸۶۳۰۱	۰/۳۹۸۷۱	۱/۰۷۹۳۸	۲/۶۴۶۶۵
واریانس درون گروهی			۴/۶۷۳	۴۳۱/۴۴۷	۰/۰۰۰	۱/۸۶۳۰۱	۰/۳۹۸۷۱	۱/۰۷۹۳۸	۲/۶۴۶۶۵

با توجه به آزمون مقایسه میانگین‌ها برای گروه‌های مستقل، چون میزان معنی‌داری آزمون به دست‌آمده کمتر از $0/05$ می‌باشد و مقدار t به دست آمده $4/637$ با درجه آزادی $431/447$ بالاتر از مقدار t جدول استاندارد می‌باشد.

بنابراین در سطح اطمینان بالای 99% می‌توان گفت بین دو گروه (کارآموزان آموزش‌دیده / آموزش‌ندیده) به لحاظ تغییر دید و نگرش نسبت به قبول تغییرات زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد به طوری که در ستون میانگین‌ها مشاهده می‌گردد می‌توان گفت نمره تغییر دید و نگرش نسبت به قبول تغییرات زندگی در بین کارآموزان آموزش‌دیده بالاتر از کارآموزان آموزش‌ندیده می‌باشد؛ لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می‌گردد.

جدول شماره ۶: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای توسعه نگرشها و روحیه کارآفرینی

	روحیه کارآفرینی	توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییرات
روحیه کارآفرینی	ضریب پیرسون	۰/۳۶۲**
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰
	تعداد	۲۱۹
توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییرات	ضریب پیرسون	۰/۳۶۲**
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰
	تعداد	۲۱۹

بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین توسعه نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییرات و روحیه کارآفرینی کارآموزان (آموزش‌دیده) رابطه معنی‌دار ($p=0/362$)، وجود دارد و با توجه به سطح معنی‌داری آن که برابر با ($sig = 0/000$) می‌باشد، این مقدار کوچکتر از سطح معنی-

داری قابل قبول ($\text{sig} = 0/05$) است، بنابراین با اطمینان بالای ۹۹٪ می‌توان گفت بین دو متغیر فوق رابطه معنی‌دار وجود دارد که این رابطه مثبت، مستقیم و افزایشی می‌باشد، بدین معنی که هر قدر نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییرات توسعه یابد به همان میزان نیز روحیه کارآفرینی افزایش می‌یابد و بالعکس. بنابراین می‌توان گفت فرضیه فوق مورد تأیید قرار می‌گیرد و شدت این رابطه نسبتاً پایین می‌باشد.

۱۲- نتیجه گیری و پیشنهادها

در عصر تحول کنونی و با توجه به ضرورت‌های سطح کلان (گرایش روزافزون به کوچک‌سازی شرکت‌های بزرگ، تغییرات جهانی در الگوهای کسب و کار، توسعه اقتصاد بازار در اکثر نقاط جهان و ایجاد فرصت‌های جدید)، توجه جدی به نسل جوان و بالفعل ساختن ظرفیت نامحدود جوانان، لازمه شکار فرصت‌های نهفته در این تغییر و تحولات به ظاهر مخرب و مانع‌ساز است.

ضرورت‌های سطح خرد نیز متوجه متمایز ساختن کشورمان از دیگر کشورها و اشاره به نقاط قوت و ضعف آن در حوزه اقتصاد دارد که با اهمیت دادن به آموزش کارآفرینی در سطوح مدارس، دانشگاهی و کارآموزی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای، می‌توان فرصت‌ها را شکوفا کرده نقاط ضعف را از میان برداشت و در نتیجه توسعه اقتصادی کشور را ممکن ساخت. از اینرو تلاش‌ها برای آموزش کارآفرینی به منظور کشف و پرورش استعداد جوانان توجیه می‌شود (حسینی خواه، ۱۳۸۷).

پژوهشگران بر این امر تأکید دارند که اغلب ویژگی‌های کارآفرینی اکتسابی هستند. بنابراین، باید تلاش شود، زمینه‌ای فراهم گردد تا محیط مناسب و آموزش‌هایی که ویژگی‌ها، تجربیات و شایستگی‌های لازم را در دانش‌آموزان تقویت کند، ایجاد شود.

نتایج بررسی‌ها نشان داد که کارآفرینی، صرفاً یک ویژگی ارثی و انتسابی نیست، بلکه می‌تواند یک ویژگی اکتسابی باشد که با مهیاکردن مجموعه‌ای از شرایط لازم، می‌توان آن را در مدارس آموزش داد و آموخت.

ترویج صحیح فرهنگ کارآفرینی و نهادینه شدن آن در جامعه، به میزان قابل توجهی، به آموزش صحیح و ایجاد نگرش‌های سازنده کارآفرینی وابسته است. در این پژوهش براساس دیدگاه کارکردگرایان اهمیت اساسی آموزش واضح بوده و آموزش به بقای نظام و انتقال فرهنگی - همبستگی اجتماعی، نوجویی، حفاظت و رشد فردی کمک می‌نماید. بنابراین در جهت افزایش تاثیر کارآفرینی بر روند اشتغالزایی و رشد اقتصادی کشور، تلاش در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینی به افراد و جوانان جویای کار

ضروری است. هدف از آموزش کارآفرینی تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل آموزشهای خود افرادی مؤسس باشند و کسب و کاری جدید را ایجاد نمایند.

طبق دیدگاه های مختلف در خصوص نگرشها، نقش حک شده ای بر سنگ خارا نیستند که تغییر شکل ندهند. انسان همواره در فرایند جامعه پذیری در معرض تغییر و دگرگونی قرار دارد. این دگرگونی اعم از اینکه برای او محسوس باشد یا نباشد با الگوهای شناختی خود او ممکن است انجام گیرد و انسان همواره براساس یادگیری، نگرشهای خود را تغییر می دهد. طبق تئوری تزیسه و کرومکا در عنصر ادراکی که شامل اطلاعات فرد درباره موضوع نگرش که همان کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی در افراد می باشد بوسیله آموزش، اطلاعات فرد درباره نسبت به کارآفرینی تغییر می کند و در جریان عنصر ارزشیابانه، به قضاوت و ارزیابی نسبت به کارآفرینی می پردازند و در نهایت از آنها انتظار میرود آمادگی برای پاسخ که همان رفتار کارآفرینانه است را از خود بروز دهند.

بنابر این پیشنهاد می گردد:

- مؤسسات آموزشی اعم از دبیرستانها، مراکز آموزش حرفه ای، دانشکده ها و دانشگاه ها آموزش های لازم را جهت توسعه کارآفرینی و فرهنگ سازی در دستور کار خود قرار دهند، در آموزش ها باید به ابداع و خلاقیت بها داده شود نه محفوظات.

- تشکیل تیم ها یا گروه های کارآفرینی از کارآموزان یک کارگاه یا فیمابین کارآموزان چند کارگاه آموزشی که مهارت های آنان برای ایجاد کسب و کار با راهنمایی های مربیان و مشاوران هدایت شغلی و آموزشی مراکز از ابتدای شروع دوره، به گونه ای که در پایان دوره همزمان با اخذ گواهینامه مهارت یک واحد تولیدی یا خدماتی توسط کارآموزان مهارت آموخته ایجاد شده باشد و همچنین حمایت مالی از آنان از طریق اعطای تسهیلات بانکی و ...

- استخدام کارشناسان کارآفرینی در مراکز از بین نخبگان رشته های مختلف که خود واحدهای اقتصادی را قبلاً در جامعه راه اندازی نموده اند، از جمله تولیدکنندگان موفق، صنعتگران موفق، کارآفرینان برتر و ...

- پودمانی نمودن آموزشهای فنی و حرفه ای و متناسب نمودن اجرای آموزش هر پودمان با کار در محیط واقعی به جای آنکه یک دوره طولانی مدت و کسل کننده در داخل مراکز و بدون ارتباط واقعی با محیط کار برگزار گردد.

- نقش کارآفرین در توسعه صنعتی، اقتصادی و ایجاد اشتغال در جامعه باید به صورت یک باور همگانی درآید و این اعتقاد به وجود آید که در دنیای امروز و در «اقتصاد دانش محور» رشد و توسعه از طریق نوآوری و خلاقیت امکان پذیر است.

--برگزاری سمینارهای آموزشی و تهیه جزوات آموزشی که بطور وسیع در اختیار جوانان بویژه دانش‌آموختگان قرار گیرد

--شناسایی و معرفی الگوهای موفق کارآفرین به منظور امکان استفاده از تجارب آنها به جوانان
-سازمان‌های توسعه ای باید با حمایت مالی و همکاری دانشگاه‌ها نسبت به ایجاد مراکز توسعه کسب و کار کوچک (SBDC) تلاش جدی نموده تا هسته‌های کارآفرینی در این مراکز شکل گیرند.
- مراکز مالی حمایت‌کننده از کارآفرینان در سراسر کشور فراگیر گردد. دولت و مؤسسات مسؤل توسعه فناوری با مکانیزمی (ساز و کاری) مناسب این مراکز را پشتیبانی و بخشی از خطر سرمایه‌گذاری را قبول نمایند.

- قوانین و مقررات مالی و مالیاتی به گونه‌ای تدوین شود که انگیزه لازم جهت فعالیت‌های کارآفرینی به وجود آید.

- تعیین هدفهای آموزشی و تربیتی با توجه به احتیاجات و مشکلات اجتماعی بطوریکه هدف‌ها زاینده فعالیت‌های فعلی و جاری بوده و تغییرات فرهنگی را مورد توجه قرار دهند.

فهرست منابع

- ۱- احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۴). کار آفرینی (تعاریف - نظریات - الگوها)، انتشارات شرکت پردیس، تهران.
- ۲- احمد پور داریانی، محمود؛ عزیزی، محمد، (۱۳۸۶) کارآفرینی، محراب قلم، تهران.
- ۳- احمد پور داریانی، محمود؛ مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۵). مبانی کار آفرینی، انتشارات فر اندیش، تهران.
- ۴- اکبری، کرامت‌اله، (۱۳۸۶)، توسعه کارآفرینی، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- ۵- امین بیدختی ع.ا، (۱۳۸۳)، نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در توسعه خوداشتغالی در استان سمنان، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال چهارم، شماره شانزدهم، صفحه ۵۰-۳۷.
- ۶- بور قانی فراهانی، س، (۱۳۸۲)، نگاهی به کارآفرینی و ویژگیهای کارآفرینان، مجموعه روانشناسی و علوم تربیتی، اصلاح و تربیت، ۲(۲۱)، ۳۵-۳۴.
- ۷- توسلی، غلام عباس، (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی، انتشارات سمت، تهران.

- ۸- حسینی‌خواه، ع، (۱۳۸۷)، امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس، نشریه اطلاع رسانی و کتابداری، مطالعات برنامه درسی، شماره ۱۱، ص ۹۴-۶۶.
- ۹- ذبیحی، محمدرضا؛ مقدسی، علیرضا، (۱۳۸۵)، کارآفرینی از تئوری تا عمل، نشر جهان فردا.
- ۱۰- زالی، م.ر، (۱۳۸۴). بررسی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان، پردیس دانشگاه مازندران.
- ۱۱- زالی، محمدرضا؛ مدهوشی، مهرداد؛ کردنائیچ، اسدالله (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران، فصلنامه مدرس علوم انسانی.
- ۱۲- شاه حسینی، علی، (۱۳۸۳). کارآفرینی، نشر آبیژ، تهران.
- ۱۳- صمد آقایی، جلیل، (۱۳۸۳)، سازمان‌های کار آفرین، مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.
- ۱۴- فیض، دو فیض، (۱۳۸۴). طراحی الگوی تعاملی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، کارآفرینی و بازار کار، مجموعه مقالات کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، مرجع الکترونیکی علوم مدیریت ایران.
- ۱۵- کیویستو، پیتر، (۱۳۷۸). اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران.
- ۱۶- هیسریچ، رابرت دی ؛ پیترز، مایکل پی، (۱۳۸۳). کارآفرینی، ترجمه علیرضا فیض بخش، انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.

- 17-Bygrave, W.D. & Hofer, C.W.(1991). *The organizing about entrepreneurship. Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16, 2, 13-22.
- 18-Crano, W.D, Prislín, R (2008). *Attitude and attitude change*. Psychology press.NY: Taylor & francis group.-18
- 19-Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 20-Gagne, R.M. (1985). *The conditions of learning* (4th ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- 21- Gibb, A. (1987). Enterprise culture- its meaning and implications for education and training". *European Industrial Training Journal*, 2, 15-32.
- 22-Guroi, Y. & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students some insights for entrepreneurship education and training in Turkey.*Education & Training*, 48(1), 25-38.
- 23-Hulme, D. and P.Mosley (1996). *Finance Against Poverty and Role of Entrepreneurship*.Routledge Publishing, London, England.11.NO.2.

- 24-Robinson, Peter B., Stimpson, David V., Huefner, Jonathan C., Hunt, H. Keith (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 50, 13-31.

Archive of SID