

## ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه مدت مهارت‌های کار آفرینی بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران

زهرا غلام پور<sup>۱</sup> و محسن کلیچ<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از اجرای پژوهش حاضر ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه مدت مهارت‌های کارآفرینی بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران بود. بنابراین، پس از مروری جامع بر متون مربوط در قالب روش تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی از پرسشنامه‌ای با ضریب پایایی ۰/۹۵. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات استفاده شد. همچنین، جامعه آماری شامل ۱۵۱۱ نفر از دانشگاهها، مراکز کارآفرینی، اداره کار و امور اجتماعی و جهاد دانشگاهی استان مازندران و نمونه آماری با توجه به محدودیت‌های موجود ۲۱۴ نفر بود. نتایج آزمون آماری فریدمن و تحلیل مدل معادلات ساختاری به ترتیب نشان دادند که حداقل یک زوج از رتبه‌های میانگین اثرگذاری ابعاد مختلف متغیرهای تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگیها و آموزش مهارتها، تفاوت معناداری با یکدیگر دارند و کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده اثربخشی دوره‌های آموزشی دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران نیز تأیید شده است.

**کلید واژگان:** دوره‌های آموزشی، مهارت‌های کارآفرین، دانشجویان و دانش‌آموختگان، مازندران.

### مقدمه

فعالیت‌های آموزشی هر کشور را می‌توان سرمایه‌گذاری یک نسل برای نسل دیگر دانست؛ هدف اصلی این سرمایه‌گذاری توسعه انسانی است؛ به عبارت دیگر، هدف فعالیت‌های آموزشی رشد آگاهی و توانایی‌های بالقوه انسان است. علاوه بر این، به‌طور کلی آموزش وسیله‌ای برای شناسایی مسائل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه و پی بردن به راه حل‌های مناسب برای آنهاست. از طرف دیگر، نظام آموزشی هر کشور از نظر نیروی انسانی و مشاغل ایجاد شده در آن بالاترین نسبت را در میان سازمانها و دستگاه‌های دولتی دارد. بر این اساس، نظام آموزشی را می‌توان یکی از پیچیده‌ترین زیرنظام‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دانست (Caufeman and Herman, 1996). از سوی دیگر، گرایش به سوی کارآفرینی

۱. کارشناس ارشد مدیریت، مدرس دانشگاه پیام نور بابل، بابل، ایران: gholipoursoodabe@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد اقتصاد، مدرس مرکز کارآفرینی و مرکز رشد واحدهای فناوری دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

مسئول مکاتبات: mohsenkelich@gmail.com

پذیرش مقاله: ۱۳۹۰/۴/۱۶

دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۱۲/۲۵

و کارآفرینان از اوایل دهه ۱۹۸۰ به بعد، همزمان با تأکید شرکتها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شدند، موجب هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه به درون شرکتها شد (Duncan and Kach, 1988). امروزه، بر اهمیت فرایندهای کارآفرینانه در شرکت‌های بزرگ بیش از گذشته تأکید شده است و محققان کانون توجه خود را به چگونگی القای مقوله کارآفرینی در ساختار اداری شرکت‌های بزرگ معطوف ساخته‌اند (Stevenson and Gumper, 1985). امروزه، کارآفرینی را به‌عنوان نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری می‌دانند و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره‌گیری از فرصتها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت به‌عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به‌وسیله آنها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنا بر اعتقاداتی، در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (Kuratko and Hodgetts, 1989).

از این رو، ضرورت آموزش کارآفرینی به‌صورت یک امر بدیهی درآمده است. پیشرفت و توسعه جوامع، سازمانها و مؤسسات در گرو ارتقای سطح دانش، مهارت، رفتار و بینش منابع انسانی است (Arend, 2007). آگاهی از میزان اثربخشی دوره‌های آموزشی و بازدهی حاصل از آنها برای مدیران و مسئولان می‌تواند بسیار با اهمیت باشد. با توجه به اهمیت کارآفرینی و آموزش کارآفرینان مطالعه در خصوص جنبه‌های ناشناخته این موضوع اهمیت شایانی دارد و می‌تواند راهگشای فعالیتهای آتی نظام آموزشی باشد. آگاهی از میزان اثربخشی دوره‌های آموزشی مهارت‌های کسب و کار می‌تواند پیش‌زمینه برای تعیین محتوای آموزشی جدید و ارائه الگو و مدل بهینه در آموزش کارآفرینان باشد. داشتن یک نظام آموزشی کارآمد و مدیریت صحیح و حرفه‌ای این نظام می‌تواند به‌عنوان گام مهمی برای رسیدن به این هدف تلقی شود.

در این پژوهش ابتدا متون تحقیق و مبانی نظری آن مرور و سپس، مسئله تحقیق ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه مدت کارآفرینی بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران بررسی و بعد از انجام دادن آزمونهای لازم موارد مورد نظر جمع‌بندی و نتایج و یافته‌های تحقیق ارائه شده است. پوستیگو با بررسی و ارزیابی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی دانشجویان در کشور آرژانتین به این نتیجه رسیده است که از نظر دانشجویان مهم‌ترین دوره‌ها برای آموزش کارآفرینی دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری است. دانشجویان خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده‌اند (Postigo, 2002).

پژوهش دیگری با عنوان «بررسی نیازهای آموزشی صاحبان کسب و کارهای کوچک» و با هدف مطالعه و بررسی نیازهای آموزشی مداوم صاحبان کسب و کارهای کوچک به‌منظور طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی برای دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشکده‌های فنی و مهندسی انجام شده است.

نمونه آماری این تحقیق ۱۸۳ نفر از صاحبان کسب و کارهای کوچک و جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه بوده است؛ در پایان افراد نمونه این تحقیق نیازهای آموزشی زیر را به ترتیب اولویت بیان کرده‌اند: ۱. امور مالی و کسب و کار؛ ۲. اصول حسابداری و مدیریت کسب و کار؛ ۳. نحوه شروع کسب و کار؛ ۴. برنامه‌ریزی کسب و کار؛ ۵. کارآفرینی و بازاریابی؛ ۶. مدیریت منابع انسانی و خرده‌فروشی (Musk, 2000).

کارایانیس و همکاران در تحقیقی به مطالعه تطبیقی آموزشها برای دانشجویان کارآفرینی در سه سطح زیر کارشناس، کارشناس و نیز دوره تحصیلات تکمیلی در دو کشور فرانسه و امریکا پرداخته و ضمن بیان نتایج و یافته‌های مختلف اشاره کرده‌اند که در کشور امریکا دیدگاهها و ادراکات افراد در خصوص کارآفرینی و آموزشهای مربوط به آن و نیز عوامل نهادی و محیطی مؤثر بر تأسیس و استمرار حیات شرکتهای کارآفرینانه، در مقایسه با کشور فرانسه، مثبت است (Carayannis et al., 2003).

هدف کلی پژوهش احمدی (Ahmadi, 2007) با عنوان «نیازسنجی آموزش کارآفرینی در بین دانشجویان دوره کارشناسی مهندسی برق دانشگاه تهران»، مشخص ساختن نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی بوده است. نتایج این تحقیق نشان داد که برنامه درسی دوره کارشناسی رشته مهندسی برق به نحو مطلوبی دانش و مهارتهای مورد نیاز در زمینه کارآفرینی را در دانشجویان ایجاد نکرده است و دانش‌آموختگان، حتی آنهایی که روحیه کارآفرینی بالایی دارند، پس از اتمام تحصیلات آمادگی ایجاد یک کسب و کار را برای خود ندارند. بدین دلیل که کوشش جدی برای مجهز کردن این قشر به دانش، نگرش و مهارتهای لازم در جهت موفقیت شغلی صورت نگرفته است. همچنین، نتایج این تحقیق نشان داده که دانش و مهارتهای کارآفرینی مورد نیاز دانشجویان در چهار زمینه به شرح زیر است: ۱. ایجاد انگیزه و تمایل برای ایجاد کسب و کار؛ ۲. دانش و مهارت امکان‌سنجی کسب و کار؛ ۳. توانایی ایجاد کسب و کار؛ ۴. ارزیابی وضعیت موجود و برنامه‌ریزی برای توسعه کسب و کار جدید.

یارایی (Yaraei, 2005) مطالعه‌ای به‌منظور بررسی روحیات کارآفرینی در دانشجویان و مقایسه آن با مدیران صنایع انجام داده است. نتایج این تحقیق، که در خصوص دانشجویان دانشگاه شیراز صورت گرفته است، نشان داد که مدیران از انگیزه پیشرفت بالاتری نسبت به دانشجویان برخوردارند و در مقابل، میزان ریسک‌پذیری دانشجویان از مدیران صنایع بیشتر است. همچنین، این تحقیق نشان داد که بین ویژگیهای کارآفرینی دانشجویان با جنسیت، سن، محل تولد و سطح تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود ندارد.

تحقیق دیگری را بدری (Badri, 2006) با هدف تعیین میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان انجام داده است. نتایج این تحقیق نشان داد قابلیت‌های کارآفرینی در زمینه‌های استقلال طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت در دانشجویان بالاتر از میانگین قرار دارد و بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان سال اول و سال آخر تفاوت معناداری وجود دارد و همچنین، بین

قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان مراجعه کننده به مرکز کارآفرینی و سایر دانشجویان تفاوت معناداری مشاهده شده است، اما نمرات ریسک‌پذیری دانشجویان از متوسط نمره معیار پایین تر بوده و آموزش‌های دانشگاهی در پرورش ویژگی کارآفرینی دانشجویان مؤثر نبوده است.

در بسیاری از کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه طی چند دهه اخیر توجه خاصی به موضوع کارآفرینی و کارآفرینان شده است. دلیل توجه به موضوع، نقش مهم، مثبت و سازنده کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی، بهره‌برداری از این انرژی و نیروی بالقوه در مقابله با مسائل و چالش‌هایی نظیر تورم، رکود و به‌خصوص بیکاری بوده است. یکی از راه حل‌ها، آموزش نیروی انسانی و ارزیابی دوره‌های آموزشی آنان است. همچنین، برای بهبود و ارتقای آموزش کارآفرینان لازم است از نظام آموزشی صحیح و هماهنگ با دانش روز بهره جست. کارآفرینان به تغییر به‌عنوان یک پدیده معمولی می‌نگرند، همیشه در جستجوی آن هستند، به آن واکنش نشان می‌دهند و از آن به‌عنوان یک فرصت استفاده می‌کنند (Dunphy et al., 1994). کارآفرینان در رأس کسب و کارها قرار می‌گیرند، در جستجوی فرصت‌ها هستند و خلاقیت نیز ابزاری برای موفقیت آنها تلقی می‌شود. هر چند انگاره‌پردازی در باره ارزیابی آموزشی طی چند دهه گذشته تحول چشمگیری داشته است، استفاده از ارزیابی در فعالیتهای آموزشی به اندازه خود فعالیتهای آموزشی قدمت دارد، اما به کار گرفتن ارزیابی آموزشی به‌عنوان بازخوردی برای بهبود فعالیتهای آموزشی امری نسبتاً جدید است (Bazargan, 2002). از این رو، مسئله پژوهش حاضر این است که ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه مدت کارآفرینی بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران چیست و اولویت و اهداف ارائه این دوره‌های آموزشی چیست؟

هر مدل مفهومی به‌عنوان نقطه شروع و مبنایی برای انجام یافتن مطالعات و تحقیقات است، به‌گونه‌ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آنها را مشخص می‌کند (Edwards, 2000)؛ به‌عبارت دیگر، می‌توان گفت که به‌صورتی ایده‌ال مدل مفهومی یا همان نقشه ذهنی<sup>۳</sup> و ابزار تحلیلی<sup>۴</sup> یک راهبرد برای شروع و انجام دادن تحقیق است، به‌گونه‌ای که در حین اجرای تحقیق متغیرها، روابط و تعاملات بین آنها بررسی و آزمون می‌شوند و حسب ضرورت تعدیلاتی در آنها صورت می‌گیرد و عواملی نیز از آنها کم یا به آنها اضافه می‌شود (Sautter and Leisen, 1999). به‌منظور آزمون قابلیت اجرایی بودن یک مدل در حالت کلی می‌توان از سه روش استفاده کرد که عبارت‌اند از:

۱. اجرای مدل در دنیای واقعی (Koontz et al., 1986; Alvani, 2002).

۲. استفاده از روش دلفی<sup>۵</sup> یا نظرسنجی از خبرگان (Mulford and Klomglan, 1982).

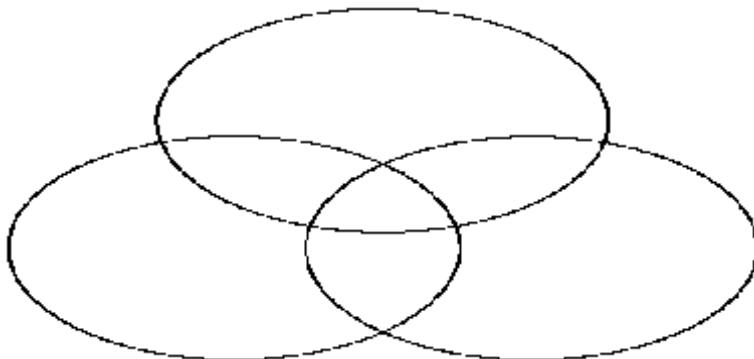
۳. استفاده از فنون ریاضی و شبیه‌سازی (Barjis and Dietz, 2000).

### 3. Mental Map

### 4. Analytical Instrument

### 5. Delphi

در این پژوهش مورد اول؛ یعنی اجرای مدل در دنیای واقعی استفاده و مدل مفهومی تحقیق به‌گونه‌ای طراحی شده است که بتوان اولاً نیازهای آموزشی کارآفرینانه را در سه حوزه یاد شده تعیین و ثانیاً آنها را نسبت به یکدیگر اولویت‌بندی کرد.



نمودار ۱- چارچوب مفهومی طرح تحقیق (Aghajani and Khodabakhshi, 2008)

یکی از اهداف آموزش و ترویج کارآفرینی تحریک انگیزه‌ها در افرادی است که خصوصیات کارآفرینانه دارند. شناخت این افراد از تواناییهای خود و آگاهی‌دادن در این زمینه و برانگیختن آنها از اصلی‌ترین وظایف آموزش کارآفرینی است. تحریک انگیزه‌هایی از قبیل میل به کسب ثروت، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، تمایل به ساختن چیزی نو، قبول نداشتن شیوه‌های موجود، قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی که لیاقتش را ندارد و نظایر آن موجب می‌شود که فرد در مسیر کارآفرین شدن قرار گیرد (Aghajani and Khodabakhshi, 2008).

چنان‌که ذکر شد، ویژگی‌هایی که موجب کارآفرین شدن فرد می‌شود ارثی نیست، بلکه اکتسابی است و بنابراین، پرورش این ویژگی‌ها در افراد مختلف ضرورت دارد. برخی از افراد در محیط‌هایی پرورش می‌یابند که زمینه برای تحریک انگیزه‌ها و پرورش ویژگی‌های آنها فراهم است و لذا، در صورتی که این افراد کسب و کاری را شروع کنند، اغلب با موفقیت همراه خواهد بود. اما بیشتر مردم در چنین محیط‌هایی قرار ندارند و لذا، ایجاد انگیزه و پرورش ویژگی‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی برای آنان لازم است. این ویژگی‌ها شامل مواردی همچون آموزش تفکر خلاق، بالا بردن ریسک‌پذیری، بالا بردن قدرت تحمل ابهام، دادن اعتماد به نفس، فرصت شناسی و دادن اطلاعات آموزشی در باره خصوصیات شخص از طریق مرکز کنترل است (Aghajani and Khodabakhshi, 2008).

آموزش‌های یادشده به سه دوره تقسیم می‌شوند: قبل از تأسیس شرکت، زمان تأسیس شرکت و بعد از تأسیس شرکت (اداره شرکت). در دوره قبل از تأسیس، فرد کارآفرین چگونگی راه‌اندازی یک کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام دادن کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی و نظایر آن را می‌آموزد. در زمان تأسیس، وی باید در زمینه مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار، امور

حقوقی و نظایر آن آگاهی و تبحر لازم را کسب کند. توانایی مدیریت توسعه و رشد شرکت، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار و یافتن بازارهای جدید نیز از جمله مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین بعد از تأسیس شرکت به‌شمار می‌روند. کلیه هدفها و مراحل یادشده به‌منظور ایجاد انگیزه در افراد و پرورش کارآفرینان جدید، آگاهی دادن، هدایت و تشویق کارآفرینان برای کسب مهارت‌های لازم و ارائه آموزش‌های لازم برای کسب مهارت‌های مورد نیاز به کارآفرینان صورت می‌گیرد و طی آنها برای موفقیت کارآفرینانی که قبلاً هیچ‌گونه سابقه و زمینه محیطی لازم برای آنان فراهم نبوده، ضروری است (Aghajani and Khodabakhshi, 2008).

اثربخشی<sup>۶</sup> عبارت از میزان دستیابی به اهداف است. معنای اثربخشی این است که در آموزش دانشجویان تا چه حد و در چه زمانی به هدفی که از آموزش در مرحله برنامه‌ریزی داشته‌ایم، نایل شده‌ایم و نتیجه به‌دست آمده از فراگیری تا چه حد برای جامعه مطلوبیت دارد. بنابراین، می‌توان گفت که کارایی بدون دستیابی به اثربخشی معنادار نیست (Shojaei, 1996).

در واقع، منظور از اجرای دوره‌های آموزشی مختلف این است که فراگیران طی دوران تحصیل خود افرادی مؤسس تربیت شوند. این افراد شامل پیشروان در فعالیتها، ماجراجویان، جسوران، مبتکران، فرصت‌طلبان، جاه‌طلبان و ترقی‌خواهان هستند (Gibb, 1987)، به‌عبارت دیگر، در این قبیل دوره‌ها هدف بهبود انگیزه و گرایشهای افراد به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام است.

آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدفگراست که طی آن افراد غیرکارآفرین، ولی دارای توان بالقوه، به‌صورت خلاق تربیت می‌شوند. در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای کارآفرینی استفاده می‌شود که در نتیجه، افزایش، بهبود و توسعه نگرشها، مهارتها و تواناییهای افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (Feizi and Moghadasi, 2005). مهلبیگ آموزش کارآفرینی را از ترقیات کارآفرینی می‌داند، چون در آموزش کارآفرینی بررسی می‌شود که کارآفرینان موفق چه کاری انجام می‌دهند، نه فقط اینکه چه کسانی هستند (Mahlberg, 1995).

ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی به‌صورت مطلق و در پایان یک دوره آموزشی رویکرد کاملی نیست. اثربخشی و کیفیت آموزش لازم است در طول فرایند آموزش ایجاد و تضمین شود و در پایان این فرایند، برای اطمینان از صحت اقدامات و تحقق اهداف، بررسی و اندازه‌گیری صورت گیرد (Zarei, 2006). در خصوص مفهوم ارزیابی اثربخشی آموزش تعریف جامع و مشخصی وجود ندارد و این بدین دلیل است که فرایند دستیابی به آن کار دشواری است؛ به‌عبارت دیگر، می‌توان گفت که ارزیابی اثربخشی آموزش؛ یعنی اینکه تا حدودی تعیین کنیم آموزش‌های انجام شده تا چه حد به ایجاد مهارت‌های

- مورد نیاز سازمان به صورت عملی و کاربردی منجر شده است. با توجه به مدل مفهومی فوق و تحقیقات انجام شده توسط دیگران فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر بیان می‌شود:
۱. ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت کارآفرینی (با توجه به متغیر تحریک انگیزه‌ها) بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران؛
  ۲. ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت کارآفرینی (با توجه به متغیر پرورش ویژگی‌ها) بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران؛
  ۳. ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت کارآفرینی (با توجه به متغیر آموزش مهارت‌ها) بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران.

## روش پژوهش

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل دانشجویان و دانش‌آموختگانی است که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده‌اند و تعداد آنها، که از دانشگاه‌های استان، مراکز کارآفرینی، اداره کار و امور اجتماعی و جهاد دانشگاهی استان مازندران جمع‌آوری شده است، حدود ۱۵۱۱ نفر است. در پژوهش حاضر نمونه آماری برابر با ۲۱۴ در نظر گرفته شده است. به منظور پاسخگویی به سؤالات پژوهش ضمن آزمون روایی و پایایی پرسشنامه، پس از استخراج داده‌های جمع‌آوری شده و تجزیه و تحلیل آنها، تبیین سؤالات از طریق اجرای آزمونهای آماری مربوط نظیر ران تست<sup>۷</sup>، آلفای کرونباخ<sup>۸</sup>، فریدمن<sup>۹</sup> و مدل معادله ساختاری<sup>۱۰</sup> صورت گرفته است. نرم افزارهای آماری مورد استفاده برای تجزیه و تحلیلها SPSS و Lisrel بوده است.

اعتبار؛ یعنی اینکه ابزار اندازه‌گیری تا چه حد می‌تواند متغیر مورد نظر را اندازه‌گیری کند و قابلیت اعتماد؛ یعنی اینکه ابزار اندازه‌گیری انتخاب شده، در صورت تکرار اندازه‌گیری متغیرها در شرایط یکسان، تا چه حد نتایج مشابهی ارائه می‌کند (Bazargan et al., 2005). پایایی عبارت از این است که در صورت استفاده از وسیله اندازه‌گیری سنجش متغیر و صفتی در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر، نتایج مشابهی از آن به دست آید؛ به عبارت دیگر، ابزار پایا یا معتبر ابزاری است که از خاصیت تکرارپذیری و سنجش نتایج یکسان برخوردار باشد (Bazargan et al., 2005). به منظور تعیین پایایی و قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری نیز روشهای مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آنها سنجش سازگاری درونی آن است (Conca et al., 2004). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود (Cronbach, 1951). این روشی است که در اغلب تحقیقات

7. Run Test

8. Alpha Chronbach

9. Friedman

10. Structure Equation Modeling

از آن استفاده می‌شود (Peterson, 1994). پرسشنامه تحقیق حاضر دارای قابلیت اعتماد است، زیرا مقدار آلفا ۰/۹۵۵۹ است و از آنجا که ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده بیش از ۰/۷ است، از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

## یافته‌ها

فرض صفر: شماره‌های اعضای نمونه آماری انتخاب شده به صورت تصادفی نیستند.  
فرض یک: شماره‌های اعضای نمونه آماری انتخاب شده به صورت تصادفی هستند.  
آزمون ران تست: نتیجه آزمون ران تست بر مبنای معیار میانه نشان داد که تعداد داده‌های مثبت بیشتر از منفی‌هاست و لذا، تعداد ران ۸۹ شده و بر مبنای آن  $Z$  منفی شده و سطح معناداری نیز کوچک‌تر شده است. در نهایت، به صورت خلاصه می‌توان گفت که با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده با توجه به سه معیار میانگین، میانه و کاستوم کمتر از پنج درصد ( $Sig \leq 0/05$ ) است، لذا، فرض صفر رد می‌شود؛ یعنی اینکه شماره‌های اعضای نمونه آماری انتخاب شده به صورت تصادفی بوده‌اند.

**آزمون فریدمن:** آزمون رتبه‌بندی فریدمن با استفاده از نظرهای پاسخ‌دهندگان و بر اساس میزان اهمیت تخصصی آنها، ابعادی را که در بخش متون شناسایی و در قالب سؤالات تحقیق پرسیده شده است، اولویت‌بندی می‌کند. باید توجه داشت که در تحقیق حاضر هدف مشخص ساختن میزان اثربخشی هر یک از این ابعاد است و لذا، هر یک از ابعادی که رتبه میانگین بیشتری را به خود اختصاص دهد، رتبه بالاتری را کسب خواهد کرد. در مقاله حاضر به دلیل پرهیز از افزایش حجم مطالب فقط سه اولویت اول در جداول قرار داده شده است.

## ۱. اولویت بندی اثرگذاریهای تحریک انگیزه‌ها

جدول ۱- نتیجه آزمون تحریک انگیزه‌ها

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معناداری	درجه آزادی	کای دو	تعداد
رد $H_0$	۰/۰۵	۰/۰۰۰	۵	۲۱۱/۱۵۱	۲۱۴

نتیجه آزمون نشان داد که با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کمتر از پنج درصد است ( $Sig \leq 0/00$ )، لذا، فرض صفر رد می‌شود؛ یعنی اینکه حداقل یک زوج از رتبه‌های میانگین اثرگذاری ابعاد مختلف متغیر تحریک انگیزه‌ها تفاوت معناداری با یکدیگر دارند.



جدول ۲- اولویت بندی اثرگذاری بعد تحریک انگیزه‌ها

ردیف	عوامل اثرگذار	میانگین	انحراف معیار	رتبه میانگین	رتبه بندی اثرگذاری
۱	قبول نداشتن شیوه‌های موجود	۴/۴۷۶۶	۱/۲۲۰۶۸	۴/۷۷	اول
۲	تمایل به ساختن چیزی نو	۳/۹۱۸۲	۱/۰۷۵۱۰	۴/۰۳	دوم
۳	قرار نگرفتن در پایگاه اجتماعی	۳/۷۶۱۷	۱/۳۱۱۴۶	۳/۵۶	سوم

همان‌گونه که در جدول ۲ نشان داده شده است، قبول نداشتن شیوه‌های موجود، تمایل به ساختن چیزی نو و قرار نگرفتن در پایگاه اجتماعی به ترتیب با میانگین رتبه‌های ۴/۷۷، ۴/۰۳ و ۳/۵۶ در اولویت اول، دوم و سوم اثرگذاری بعد تحریک انگیزه‌های تحقیق حاضر قرار گرفته‌اند.

## ۲. اولویت بندی اثرگذاریهای ابعاد تشکیل دهنده متغیر پرورش ویژگیها

جدول ۳- نتیجه آزمون پرورش ویژگیها

تعداد	کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۲۱۴	۱۳۱/۹۷۵	۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	رد $H_0$

نتیجه آزمون نشان داد با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کمتر از پنج درصد است ( $Sig \leq 0/00$ )، لذا، فرض صفر رد می‌شود؛ یعنی اینکه حداقل یک زوج از رتبه‌های میانگین اثرگذاریهای ابعاد مختلف متغیر پرورش ویژگیها با یکدیگر تفاوت معناداری دارند.

جدول ۴- اولویت بندی اثرگذاری بعد پرورش ویژگیها

ردیف	عوامل اثرگذار	میانگین	انحراف معیار	رتبه میانگین	رتبه بندی اثرگذاری
۱	قدرت تحمل ابهام	۳/۷۵۸۹	۱/۰۷۹۶۴	۴/۱۴	اول
۲	خلاقیت و نوآوری (تفکر خلاق)	۳/۸۰۰۰	۱/۲۲۳۲۵	۳/۹۴	دوم
۳	فرصت شناسی	۳/۵۹۸۱	۱/۰۵۱۳۶	۳/۶۲	سوم

همان‌گونه که در جدول ۴ نشان داده شده است، قدرت تحمل ابهام، خلاقیت و نوآوری (تفکر خلاق) و فرصت شناسی به ترتیب با میانگین رتبه‌های ۴/۱۴، ۳/۹۴ و ۳/۶۲ در اولویت اول، دوم و سوم اثرگذاری بعد پرورش ویژگیهای تحقیق حاضر قرار گرفته‌اند.

### ۳. اولویت بندی اثرگذاریهای ابعاد تشکیل دهنده متغیر آموزش مهارت‌ها

جدول ۵- نتیجه آزمون آموزش مهارت‌ها

تعداد	کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۲۱۴	۲۰/۴۳۸	۴	۰/۰۰۰	۰/۰۵	رد $H_0$

نتیجه آزمون نشان داد با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کمتر از پنج درصد است ( $Sig \leq 0/00$ )، لذا فرض صفر رد می‌شود؛ یعنی اینکه حداقل یک زوج از رتبه‌های میانگین اثرگذاریهای ابعاد مختلف متغیر آموزش مهارت‌ها با یکدیگر تفاوت معناداری دارند.

جدول ۶- اولویت بندی اثرگذاری بعد آموزش مهارت‌ها

ردیف	عوامل اثرگذار	میانگین	انحراف معیار	رتبه میانگین	رتبه بندی اثرگذاری
۱	کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی	۳/۸۸۳۲	۱/۰۸۶۸۰	۳/۱۷	اول
۲	چگونگی کسب و کار	۳/۹۴۳۹	۱/۲۹۵۲۲	۳/۱۶	دوم
۳	مسائل مالی، اقتصاد و امور حقوقی	۳/۹۳۰۸	۱/۳۶۷۹۴	۳/۱۰	سوم

همان‌گونه که در جدول ۶ نشان داده شده است، متغیرهای کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی، چگونگی کسب و کار و مسائل مالی، اقتصاد و امور حقوقی به ترتیب با میانگین رتبه‌های ۳/۱۷، ۳/۱۶ و ۳/۱۰ در اولویت اول، دوم و سوم اثرگذاری بعد آموزش مهارت‌های تحقیق حاضر قرار گرفته‌اند.

### الگوی معادلات ساختاری

در این قسمت روابط یکپارچه و متعامل بین متغیرها در قالب معادلات رگرسیون ساختاری با نرم‌افزار Lisrel انجام شده است. بدین‌منظور، سه آزمون برآوردی، سه آزمون استاندارد و نیز سه آزمون Tvalues انجام شد و رابطه بین متغیرهای مشهود(مستقل) و متغیر منکون(وابسته) به‌صورت یک به یک مورد و یک به چند مورد بررسی و آزمون شد تا میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها مشخص شود که نتایج نمودارها و نتایج آزمون‌ها نیز ارائه شده است.

### ۱. الگوی اثرگذاری تبیین کننده در بعد تحریک انگیزه‌های آموزش‌گیرندگان طرح‌های زودبازده بر اساس مدل معادلات ساختاری (SEM<sup>۱۱</sup>)

جدول ۷- مشخصات متغیرهای تشکیل دهنده تحریک انگیزه‌ها

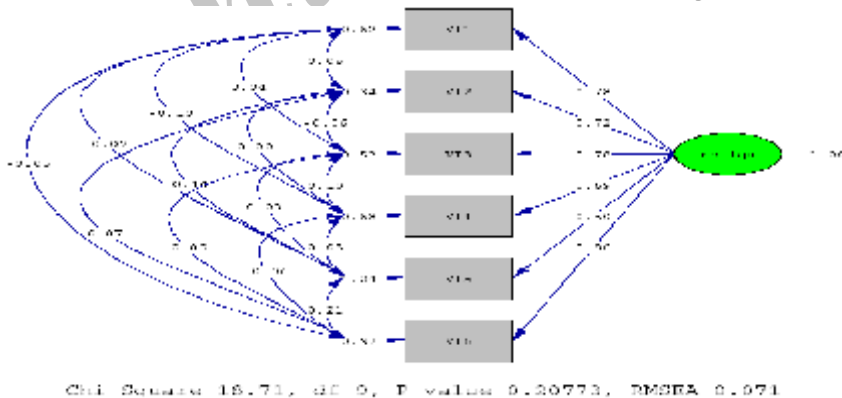
ردیف	متغیر مستقل	سوالات پرسشنامه	عنوان در نمودار	عنوان در معادله
۱	میل به کسب احترام و ثروت	۲۳،۲۵،۲۲،۵	Vi1	X <sub>1</sub>
۲	توفیق طلبی	۳۴،۲۱،۱۵،۱۴،۱۳،۶،۳،۲،۱	Vi2	X <sub>2</sub>
۳	استقلال طلبی	۲۰،۲۶،۷	Vi3	X <sub>3</sub>
۴	تمایل به ساختن چیزی نو	۱۶،۱۱،۸،۴	Vi4	X <sub>4</sub>
۵	قبول نداشتن شیوه‌های موجود	۱۲،۹	Vi5	X <sub>5</sub>
۶	قرار نگرفتن در پایگاه اجتماعی	۱۹،۱۸،۱۷،۱۰	Vi6	X <sub>6</sub>

فرض صفر: کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل تحریک انگیزه‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان در دوره‌های آموزشی کارآفرینی استان مازندران تأیید نمی‌شود.  
فرض یک: کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل تحریک انگیزه‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان در دوره‌های آموزشی کارآفرینی استان مازندران تأیید می‌شود.

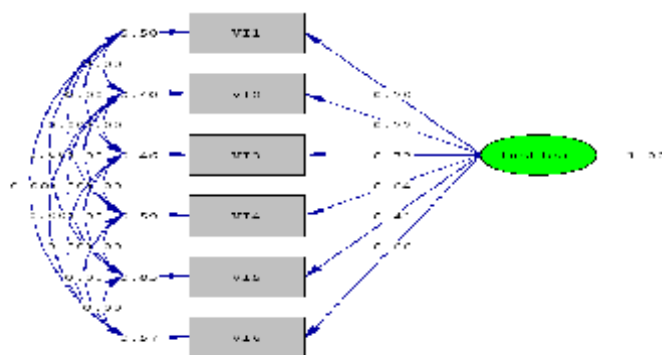
H<sub>0</sub>: RMSEA  $\geq$  ۰/۸۰

H<sub>1</sub>: RMSEA < ۰/۸۰

الگوی روابط علی در مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده اثربخشی تحریک انگیزه‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران مبتنی بر نرم افزار معادلات ساختاری Lisrel ver 8.7 student به شرح زیر است:

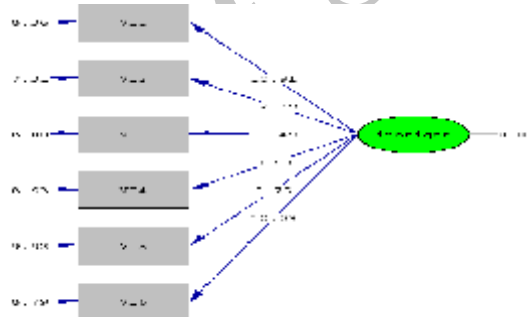


نمودار ۲- نمودار برآوردی نرم افزار Lisrel



Chi-Square=78.71, df=9, P-Value=0.0000, RMSEA=0.071

### نمودار ۳- نمودار استاندارد برآوردی نرم افزار Lisrel



Chi-Square=78.71, df=9, P-Value=0.0000, RMSEA=0.071

### نمودار ۴- نمودار T-Value برآوردی نرم افزار

نتیجه آزمون نشان داد با توجه به اینکه شاخص RMSEA<sup>(۱۲)</sup> یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از ۱۰ درصد (RMSEA=۰/۰۷۱) و شاخص نیکویی برازش GFI<sup>(۱۳)</sup> بیش از ۰/۹ است (GFI=۰/۹۷)، لذا، می‌توان گفت که مدل یادشده برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است؛ یعنی اینکه در مجموع کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل تحریک انگیزه‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی استان مازندران تأیید می‌شود. همان‌گونه که در نمودار T-Values مشخص است، تمام متغیرهای مدل تأیید شده است. همچنین، تمام ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم نیز تأیید شده است. با توجه به موارد مذکور رابطه رگرسیونی (ضرایب برآوردی و استاندارد شده) معادله ساختاری تبیین کننده عوامل اثرگذار به صورت اثرهای مستقیم و غیرمستقیم بر

12. Root Mean Square Error of Approximation

13. Goodness of Fit Index

اساس خروجی نرم‌افزار Lisrel به‌صورت زیر است و در معادلات زیر متغیرها همان‌گونه که در نمودار بالای آزمون آمده است، تعریف شده‌اند:

مدل معادله ساختاری بر حسب ضرایب برآوردی با توجه رابطه مستقیم مدل عبارت است از:

$$VI = (0.78 X_1 + 0.72 X_2 + 0.78 X_3 + 0.69 X_4 + 0.50 X_5 + 0.86 X_6).$$

مدل معادله ساختاری رابطه مستقیم نمودار بر حسب ضرایب استاندارد عبارت است از:

$$VI = (0.70 X_1 + 0.77 X_2 + 0.73 X_3 + 0.64 X_4 + 0.41 X_5 + 0.66 X_6).$$

## ۲. الگوی اثرگذاری تبیین‌کننده در بعد پرورش ویژگی‌های شخصی دانشجویان و دانش‌آموختگان بر اساس مدل معادلات ساختاری

جدول ۸- مشخصات متغیرهای تشکیل‌دهنده پرورش ویژگی‌ها

ردیف	متغیر مستقل	سؤالات پرسشنامه	عنوان در نمودار	عنوان در معادله
۱	خلاقیت و نوآوری (تفکر خلاق)	۱۵،۱۴،۱۳،۲،۱	Vf1	X <sub>1</sub>
۲	ریسک‌پذیری	۲۷،۲۶،۲۵،۳	Vf2	X <sub>2</sub>
۳	قدرت تحمل ابهام	۲۲،۲۰،۱۸،۱۲،۴	Vf3	X <sub>3</sub>
۴	اعتماد به نفس	۱۶،۱۱،۱۰،۵	Vf4	X <sub>4</sub>
۵	فرصت‌شناسی	۲۴،۲۳،۲۱،۸،۷،۶	Vf5	X <sub>5</sub>
۶	کنترل درونی	۱۹،۱۷،۹	Vf6	X <sub>6</sub>

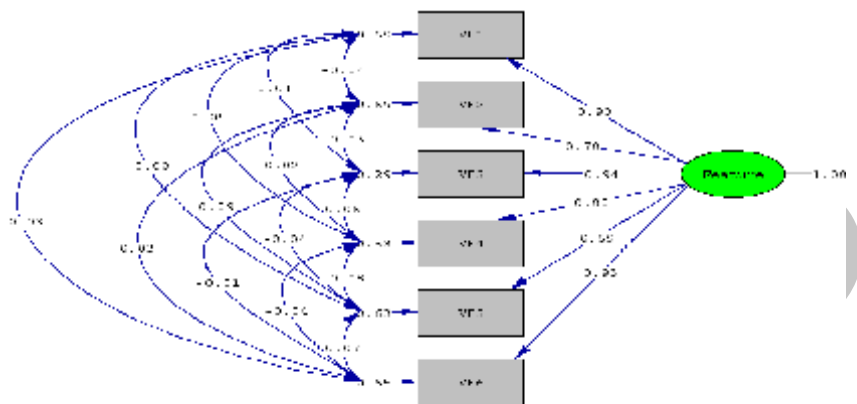
فرض صفر: کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین‌کننده عامل ویژگی‌های شخصی دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی در استان مازندران تأیید نمی‌شود.

فرض یک: کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین‌کننده عامل ویژگی‌های شخصی دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی در استان مازندران تأیید می‌شود.

$$H_0: RMSEA \geq 0.10$$

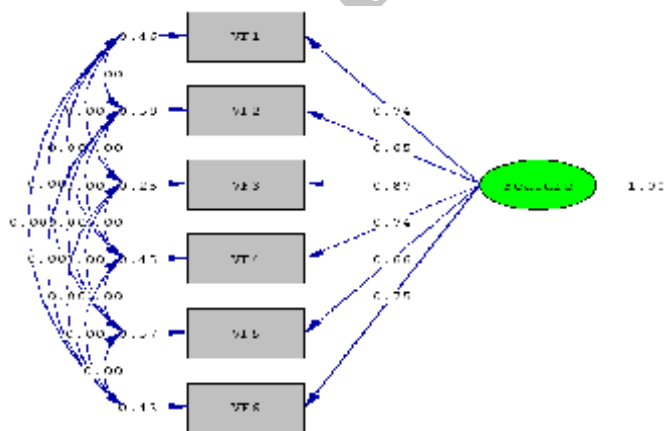
$$H_1: RMSEA < 0.10$$

الگوی روابط علی در مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین‌کننده اثربخشی پرورش ویژگی‌های شخصی دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver 8.7 student به شرح زیر است:



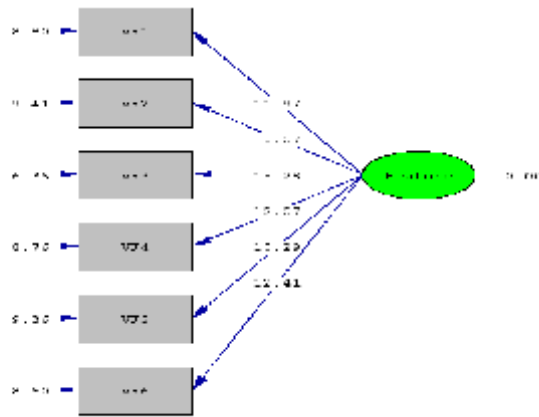
Chi-Square=9.53, df=9, P-value=0.39006, RMSEA=0.017

نمودار ۵- نمودار برآوردی نرم افزار Lisrel



Chi-Square=9.53, df=9, P-value=0.39006, RMSEA=0.017

نمودار ۶- نمودار استاندارد برآوردی نرم افزار Lisrel



Chi-Square=9.53, df=9, P-Value=0.39000, RMSEA=0.017

نمودار ۷- نمودار T-Value برآوردی نرم افزار

نتیجه آزمون نشان داد با توجه به اینکه شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از ۱۰ درصد (RMSEA=۰/۰۱۷) و شاخص نیکویی برازش GFI بیش از ۰/۹ است (GFI=۰/۰۹۹)، لذا، می‌توان گفت که مدل یادشده برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است؛ یعنی اینکه در مجموع کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل ویژگیهای شخصی دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی در استان مازندران تأیید شده است. همان‌گونه که در نمودار T-Values مشخص است، تمام متغیرهای مدل تأیید شده است. همچنین، تمام ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم تأیید شده است. با توجه به موارد مذکور، رابطه رگرسیونی (ضرایب برآوردی و استاندارد شده) معادله ساختاری تبیین کننده عوامل اثرگذار به صورت اثرهای مستقیم و غیرمستقیم بر اساس خروجی نرم‌افزار Lisrel به صورت زیر است و در معادلات زیر متغیرها، همان‌گونه که در نمودار بالای آزمون آمده است، تعریف شده‌اند:

مدل معادله ساختاری بر حسب ضرایب برآوردی با توجه رابطه مستقیم مدل عبارت است از:

$$VF = (0/90 X_1 + 0/70 X_2 + 0/94 X_3 + 0/80 X_4 + 0/69 X_5 + 0/93 X_6).$$

مدل معادله ساختاری رابطه مستقیم نمودار بر حسب ضرایب استاندارد عبارت است از:

$$VF = (0/74 X_1 + 0/65 X_2 + 0/87 X_3 + 0/74 X_4 + 0/66 X_5 + 0/75 X_6).$$

۳. الگوی اثرگذاری تبیین کننده در بعد آموزش مهارتهای گیرندگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی بر اساس مدل معادلات ساختاری

جدول ۹- مشخصات متغیرهای تشکیل دهنده آموزش مهارت‌ها

ردیف	متغیر مستقل	سوالات پرسشنامه	عنوان در نمودار	عنوان در معادله
۱	چگونگی کسب و کار	۱۴،۱۲،۱۱،۱	Vt1	X <sub>1</sub>
۲	کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی	۲۳،۲۲،۲۰،۱۷،۱۶،۱۵،۳،۲	Vt2	X <sub>2</sub>
۳	مسائل مالی، اقتصاد و امور حقوقی	۲۱،۹،۸،۷،۴	Vt3	X <sub>3</sub>
۴	توانایی مدیریت، توسعه و رشد	۱۰،۶	Vt4	X <sub>4</sub>
۵	شناخت بازار و حفظ موقعیت	۲۴،۱۹،۱۸،۱۳،۵	Vt5	X <sub>5</sub>

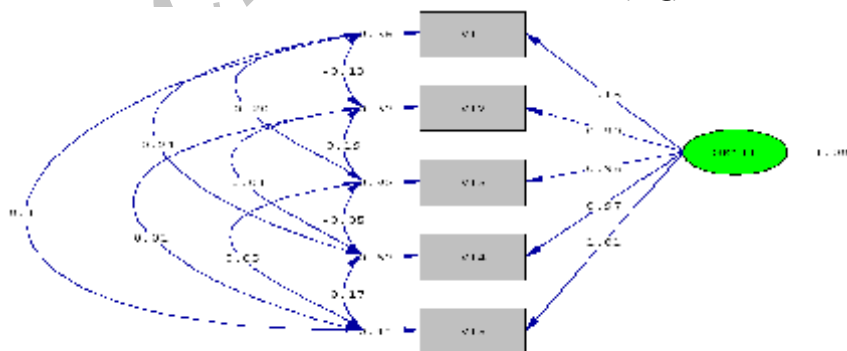
فرض صفر: کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل آموزش مهارت‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی در استان مازندران تأیید نمی‌شود.

فرض یک: کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل آموزش مهارت‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی در استان مازندران تأیید می‌شود.

$$H_0: RMSEA \geq 0.10$$

$$H_1: RMSEA < 0.10$$

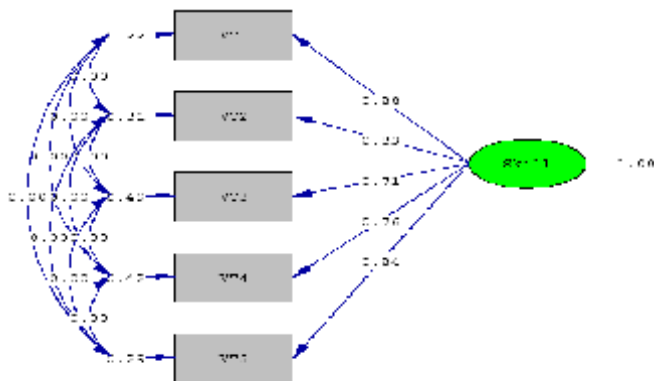
الگوی روابط علی در مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده اثربخشی تحریک انگیزه‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان در استان مازندران مبتنی بر نرم افزار معادلات ساختاری Lisrel ver 8.7student به شرح زیر است:



Chi-Square=12.38, df=5, P-value=0.72051, RMSEA=0.016

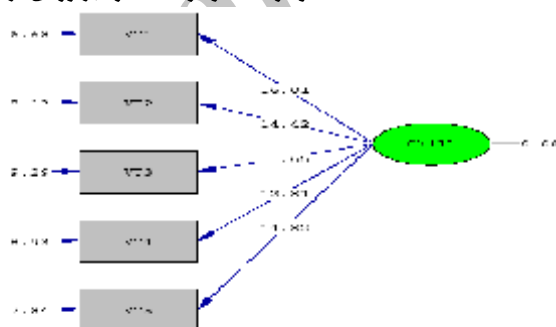
نمودار ۸- نمودار برآوردی نرم افزار Lisrel





Chi-Square=12.38, df=5, P-value=0.72051, RMSEA=0.016

#### نمودار ۹- نمودار استاندارد برآوردی نرم افزار Lisrel



Chi-Square=12.38, df=5, P-value=0.72051, RMSEA=0.016

#### نمودار ۱۰- نمودار T-Value برآوردی نرم افزار

نتیجه آزمون نشان داد که با توجه به اینکه شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از ۱۰ درصد ( $RMSEA=0/016$ ) و شاخص نیکویی برازش GFI بیش از ۰/۹ است ( $GFI=0/94$ ). لذا، می‌توان گفت که مدل یادشده برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است؛ یعنی اینکه در مجموع کلیت مدل معادله ساختاری متغیرهای تبیین کننده عامل آموزش مهارت‌های دانشجویان و دانش‌آموختگان دوره‌های آموزشی کارآفرینی در استان مازندران تأیید می‌شود. همان‌گونه که در نمودار T-Values مشخص است، تمام متغیرهای مدل تأیید شده است. همچنین، تمام ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم نیز تأیید شده است. با توجه به موارد مذکور، رابطه رگرسیونی (ضرایب برآوردی و استاندارد شده) معادله ساختاری تبیین کننده عوامل اثرگذار به صورت اثرهای مستقیم و

غیرمستقیم بر اساس خروجی نرم‌افزار Lisrel به صورت زیر است و در معادلات زیر متغیرها، همان گونه که در نمودار بالای آزمون آمده است، تعریف شده‌اند.

مدل معادله ساختاری بر حسب ضرایب برآوردی با توجه رابطه مستقیم مدل عبارت است از:

$$VT = (1/15 X_1 + 0/90 X_2 + 0/98 X_3 + 0/97 X_4 + 1/01 X_5).$$

مدل معادله ساختاری رابطه مستقیم نمودار بر حسب ضرایب استاندارد عبارت است از:

$$VT = (0/88 X_1 + 0/83 X_2 + 0/71 X_3 + 0/76 X_4 + 0/84 X_5).$$

با توجه به موارد بیان شده، یافته‌های تحقیق به شرح زیر است:

- آزمون رتبه‌بندی فریدمن برای اثرگذاری متغیر تحریک انگیزه‌ها نشان داد که قبول نداشتن شیوه‌های موجود و تمایل به ساختن چیزی نو به ترتیب در اولویت اول و دوم اثرگذاری بعد تحریک انگیزه‌های تحقیق حاضر قرار گرفتند. لذا، در این میان برگزاری دوره‌های آموزشی فرصت شناسی و شناخت بازار با به کارگیری استادان مجرب می‌تواند به پیشبرد هر یک از این ویژگیها منجر شود. از طرف دیگر، متغیرهای استقلال طلبی و توفیق طلبی به ترتیب در اولویتهای آخر قرار گرفتند که این نتیجه بیانگر پایین بودن نیاز به استقلال کسب و کارهای خوداشتغالی و کوچک و متوسط است.
- آزمون رتبه‌بندی فریدمن برای اثرگذاری متغیر پرورش ویژگیها نشان داد که قدرت تحمل ابهام و خلاقیت و نوآوری (تفکر خلاق) به ترتیب در اولویت اول و دوم اثرگذاری بعد پرورش ویژگیهای تحقیق حاضر قرار گرفتند. این نتیجه همانند نتیجه آزمون قبلی فریدمن بیانگر آن است که این افراد از نیروی بالقوه زیادی برخوردارند و به دلیل حضور نداشتن در عرصه تجربی دچار ترس و وحشت از شکست و نابودی از بازار شده‌اند، چرا که نتیجه همین آزمون نشان داد که متغیرهای ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس در اولویتهای آخر قرار گرفتند.
- ضرایب استاندارد الگوی معادلات ساختاری لیزرل برای ویژگیهای شخصی آموزش‌گیرندگان نشان داد که میزان اثرگذاری مستقیم عاملهای قدرت تحمل ابهام و کنترل درونی در اولویتهای اول و بالا و در مقابل، عاملهای ریسک‌پذیری و فرصت‌شناسی در انتهای طیف اثرگذاری قرار گرفته‌اند.
- ضرایب استاندارد الگوی معادلات ساختاری لیزرل برای اثربخشی دوره‌های آموزشی طرحهای زودبازده و کارآفرین نشان داد که میزان اثرگذاری متغیرهای سه‌گانه مدل مفهومی تحقیق به ترتیب متغیر پرورش ویژگیها در اولویت اول، متغیر تحریک انگیزه‌ها در اولویت دوم و در نهایت، متغیر آموزش مهارتها در اولویت سوم قرار گرفت.

## بحث و نتیجه‌گیری

مرور مطالعات و تحقیقات مرتبط با موضوع از منابع مختلف نظیر دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی داخل کشور و نیز سایتهای اینترنتی مربوط به مؤسسات، دانشگاهها و مراکز تهیه و تدارک کننده منابع علمی و پژوهشی مؤید این نکته است که در استان مازندران تحقیقی در این باره انجام نشده است، ولی تحقیقات

مشابه آن یافت می‌شود. اما به دلیل نیاز جامعه به وجود افراد کارآفرین در محیط رقابتی عصر حاضر، این زمینه مطالعاتی بتازگی شروع شده است و به‌صورتی فزاینده در آینده ادامه خواهد داشت. در میان منابع خارجی تاکنون تحقیقات زیادی در این زمینه انجام شده است. به عنوان یک جمع‌بندی کلی از همه آنها می‌توان گفت که چون بحثهای مربوط به کارآفرینی به‌طور عام و آموزشهای کارآفرینی به‌طور خاص در حیطه کاری علوم انسانی و علوم اجتماعی قرار دارند، لذا، در هر کدام از آنها با تفاوتها و شباهتهایی بررسیهایی در باره موضوع صورت گرفته و نتایج مربوط نیز در زمان و مکان مشخص استفاده شده است. همان‌گونه که اشاره شد، مطالعات و تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع تحقیق حاضر در میان منابع داخلی و انگلیسی بسیاریند که به تعدادی از آنها که به نوعی شباهت و قرابت بیشتری با تحقیق حاضر داشته‌اند، اشاره می‌شود.

کارایانیس و همکاران (Carayannis et al., 2003) اشاره کردند که در کشور امریکا دیدگاهها و ادراکات افراد در خصوص کارآفرینی و آموزشهای مربوط به آن و نیز عوامل نهادی و محیطی مؤثر بر تأسیس و استمرار حیات شرکتهای کارآفرینانه، در مقایسه با کشور فرانسه، مثبت است. نتیجه تحقیق پوستیگو (Postigo, 2002) یک رشد آگاهی و یک توسعه مطلوب از آموزش کارآفرینی در دانشگاه را نشان می‌دهد. ماسک (Musk, 2000) در خصوص نیازهای آموزشی صاحبان کسب و کارهای کوچک به‌منظور طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی برای دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشکده‌های فنی و مهندسی بررسی کرده و در پایان امور مالی و کسب و کار در اولویت اول قرار گرفته است. همچنین، احمدی (Ahmadi, 2007) در تحقیق خود نشان داد که برنامه درسی دانش و مهارتهای مورد نیاز در زمینه کارآفرینی را در دانشجویان ایجاد نکرده است و دانش‌آموختگان، حتی آنها که روحیه کارآفرینی بالایی دارند، پس از اتمام تحصیلات آمادگی ایجاد یک کسب و کار را برای خود ندارند. در تحقیق بدری (Badri, 2006) که با هدف تعیین میزان قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان صورت گرفته است، نتایج این تحقیق نشان داد که قابلیت‌های کارآفرینی در زمینه‌های استقلال طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت در دانشجویان بالاتر از میانگین قرار دارد.

محدودیت‌های بعد زمان و مکان در تمام تحقیقات رشته‌های علوم انسانی به‌طور عام و رشته مدیریت به‌طور خاص این فرصت را به کاربران مدیریتی نمی‌دهد که بتوانند از نتایج مطالعات مذکور در مکانها (کشورها) یا زمانهای مختلف استفاده کنند. برای کاربرد نتایج به‌دست آمده از مطالعات مذکور لازم است که ابتدا با توجه به شرایط زمانی و مکانی مورد استفاده، بومی‌سازیهایی لازم مرتبط با نتایج مطالعات به‌عمل آمده انجام شود تا کاربردهای نتایج مذکور مقرون به صحت و درستی باشد. به اختصار می‌توان این‌گونه جمع‌بندی کرد که در هر یک از تحقیقات پیشین فقط یک بعد از ابعاد مختلف تأثیر آموزش بر کسب و کارهای مختلف بررسی و در پایان اثبات شده است که آیا آموزش بر عملکرد فراگیران یا شرکتهای و مؤسسات تأثیر دارد یا خیر. یا برخی محققان فقط به متغیر مهارتهای کارآفرینی یا شاخصهای ریزتری مثل استقلال طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت اشاره داشته‌اند که می‌توان گفت تا

حدودی با پژوهش حاضر در استفاده از متغیرها همسو بوده‌اند. ولی نمی‌توان گفت کلاً با نتایج این پژوهش سازگاری دارد. بنابراین، تحقیق کارابانیس و همکارانش و نیز پوستیگو و ماسک با این پژوهش همخوانی ندارد. اما تحقیق احمدی و بدری با توجه به شاخصهای بیان شده سازگاری بیشتری داشته‌اند. در پژوهش حاضر نیز سعی شده است تا با یک دیدگاه سیستمی و یکپارچه (پس از بررسی جامع از متون موضوعی مربوط) سه متغیر آموزش مهارت‌ها، پرورش ویژگیها و تحریک انگیزه‌ها با ابعاد مختلف بررسی و میزان اهمیت و اثرگذاری هر یک از آنها (متغیر و ابعاد) و همچنین، طیف اثرگذاری هر کدام از شاخصها بر متغیرهای مربوط به صورت مستقیم و غیر مستقیم مشخص شود.

## پیشنهادها

- پیشنهادهای ویژه تحقیق برای مدیران بر اساس نتایج آزمونهای تحقیق ارائه می‌شود که از سایر آزمونها و آماره‌های تحقیق به دست آمده است.
- مدیران دستگاههای وابسته با همکاری مؤسسات و سازمانهای آموزشی [به‌خصوص با همکاری استادان دانشگاههای معتبر] لازم است تصمیمی منسجم در این باره اتخاذ کنند و با برگزاری دوره‌های آموزشی منسجم و مرتبط این شکاف را پر کنند تا بتوانند این ایده را رابور سازند که با این اقدام تا حد زیادی در حل مشکل و معضل بیکاری استان و کشور کمک می‌شود.
  - مدیران باید با توجه دقیق به هر یک از ابعاد این نکته را مشخص کنند که کدام بعد در اثربخشی دوره‌های آموزشی کاربرد ندارد، یا میزان به‌کارگیری ابعاد این عامل در حد پایین است تا با پیگیری مجدانه اثربخش این شکاف را پر کنند و موفقیت و نیز بهبود عملکرد را در دوره‌های آموزشی کارآفرینان به همراه داشته باشند.
  - مدیران لازم است به ابعاد تشکیل دهنده هر یک از این متغیرها توجه ویژه‌ای داشته باشند. با توجه به اینکه متغیر پرورش ویژگیها در اولویت اول قرار گرفته است، لذا، ابعاد تشکیل دهنده این متغیر در اولویت اول قرار دارند و مدیران محترم می‌توانند با توجه به ضریب اهمیت و اولویت به دست آمده ابعاد این متغیر در آزمون فریدمن، ترتیب و اولویت آنها را در آموزشها و دوره‌های خود لحاظ کنند و آموزشهای مرتبط با هر یک را مدنظر قرار دهند.
- با توجه به مسئله، هدف، پیشینه و دیگر موارد اشاره شده در مقاله، موارد زیر به‌عنوان پیشنهادهایی به‌منظور انجام یافتن تحقیقات آتی در ارتباط با موضوع تحقیق حاضر ارائه می‌شود:
- بررسی و تبیین عوامل دیگر و متغیرهای مؤثر بر آموزشهای کارآفرینی در میان کارورزان؛
  - بررسی اثربخشی هر یک از متغیرهای مدل تحقیق حاضر (شناخته شده در تحقیق حاضر) در میان کارورزان و دانشجویان استانهای دیگر و انجام دادن مطالعه تطبیقی میان آنها؛
  - بررسی ارتباط معناداری میان عوامل جمعیت شناختی تحقیق حاضر (همچون تحصیلات، میزان تجربه، جنسیت و ...) بر اثربخشی دوره‌های آموزشی؛

- اجرای مدل تحقیق حاضر در مؤسسات آموزشی دیگر [بجز دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران] و انجام دادن مقایسه تطبیقی میان یافته‌های تحقیق حاضر با آنها.

## References

1. Aghajani and Khodabakhshi (2008); *The Evaluation of Effectiveness of Educational Courses of Quick-return Plans and Entrepreneur in Mazandaran Province* (in Persian).
2. Ahmadi, M. (2007); *Entrepreneurship Train in Gneeds Assessment among Students; Undergraduate Degree, Faculty of Engineering Electrical Tehran University, MA Thesis Faculty of Education and Psychology, Tehran University* (in Persian).
3. Alvani, Seyed Mehdi (2002); *Decision Making and Policy Determination and State Lines*; Tehran: Publication Side (in Persian).
4. Arend, Richard J. (2007); "Abandoning Entrepreneurship: Children and Victims First"; DOI: 10.1177/1476127007083349 .
5. Badri, Ehsan(2006); *Entrepreneurial Capabilities of the Students' Master's*; Thesis, University of Isfahan (in Persian).
6. Barjis, J.A. and Dietz, J.L.G. (2000); *Organizational Simulation*; Delf University of Technology.
7. Bazargan, A., Sarmad, Z. and Hedjazi, A. (2005); *Research Methods in Behavioural Sciences*; (11th edn.)Teharn: Agah Pub. (in Persian).
8. Bazargan, Abbas(2002); *Educational Evaluation: Concepts, Patterns and Process Operations*; Tehran: Publication Organization and Editing Books Study Humanities Universities (Side),(in Persian).
9. Carayannis, E. G., Evans, D. and Hanson, M. (2003); "A Cross-cultural Learning Strategy for Entrepreneurship Education: Outline of Key Concepts and Lessons Learned from a Comparative".
10. Caufman, Roger and Herman, Jerry (1996); *Strategic Planning in the Educational System (Reflection, Restructuring, Reprocessing)*;

- Translation Mashayekhi, F. and Births, Abbas, Tehran: School Publishing (in Persian).
11. Conca, F., Llopis, F. and Tar?, J. (2004); "Development of a Measure to Assess Quality Management in Certified Firms"; *European Journal of Operational Research*, Vol. 156, pp. 683-697.
  12. Cronbach, L. J. (1951); "Coefficient Alpha and the Internal Structure of Test"; *Psychometricka*, Vol.16, pp. 297-334.
  13. Duncan, W. and KACK, A. (1988); "Entrepreneurship and Reinvention of the Corporation"; *Business Horizons*, May and June.
  14. Dunphy, S., Griffiths, A. and Benn, S. (1994); *The Relationship of Entrepreneurial and Innovative Success*; Marketing Intelligence and Planning.
  15. Edwards, M. (2000); *NGO Rights and Responsibilities: A New Deal for Global Governance*; London: The Foreign Policy Centre, Available at: Amazon.co.uk
  16. Feizi, Kamran and Moghadasi, Alireza (2005); "Research on the Concepts, Functions and Entrepreneurship Training"; *Journal of Industrial Management*, No. 3, pp.144-125 (in Persian).
  17. Gibb, A. (1987), "Enterprise Culture–Its Meaning and Implications for Education and Training"; *Journal of European Industrial Training*, Vol.11, No. 2, P. 38.
  18. Gibb, A. (1987); "Enterprise Culture and Education"; *International Small Business Journal*, Vol.11, No. 3, pp. 11- 33.
  19. Koontz, H., O'Donnel, C. and Weihrich, H. (1986); *Essentials of Management*; Singapur: McGraw Hill.
  20. Kuratko, D. and Hodgetts, R. (1989); *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*; 3<sup>rd</sup> ed., NY: The Dryden Press.
  21. Mahlberg, M. Sc. (1995); "Tuula, Team Venture as a New Teaching and Learning Method in Entrepreneurial Education University"; Vaasa The Department of Management and Organization.

22. Mulford, C. L. and Klonglan, G. E. (1982); "Creating Coordination among Organizations"; USA: North Central Region Extension Sociology Committee, Maastricht School of Management, Preliminary Research Proposal Outline Form, MSM, 2001.
23. Musk, G. (2000); "The Educational Needs of Small Business Wners"; *Alokin to the future Journal of Extension*, No. 38, pp. 48-60.
24. Peterson, R. A. (1994); "A Meta-analysis of Cronbachs Coefficient Alpha"; *Journal of Consumer Research*, No. 21, pp. 381-391.
25. Postigo, S. (2002); "Entrepreneurship Education in Argentina: The Case of San Anders University in Proceedings of the Conference Entitled the Internationalizing in Entrepreneurship Education and Training", Malasya, July, pp. 8-10.
26. Sautter, E. T. and Leisen, B. (1999); "Managing Stakeholders: A Tourism Planning Model"; *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 2, pp. 312-328.
27. Shojaei, Taghi(1996); *Productivity Management*; Tehran(in Persian).
28. Stevenson, H. and Gumpert, D. (1985); "The Heart of Entrepreneurship"; *Harvard Business Review*, Vol. 63, No. 2, pp. 85-94.
29. Yaraei, Alireza (2005); *The Survey of Entrepreneurial Attitudes of Students in Comparison with the Industrial Management*; University of Shiraz (in Persian).
30. Zarei, Khadija (2006); "Effectiveness, Educational"; *Scientific Magazine - Devise Training*, February, Vol. 84, No. 166 (in Persian).