



نقش ذهنیت کارآفرینانه در توفیق کارآفرینان

- ۱- علی فاتحی^۱ (گروه مدیریت کسب‌وکار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)
- ۲- ابوالفضل فرخی‌زاده^۲ (گروه مدیریت کسب‌وکار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)
- ۳- نرگس دشتی‌نژادپور^۳ (گروه مدیریت کسب‌وکار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)
- ۴- دکتر زهرا سادات موسوی^۴ (گروه مدیریت کسب‌وکار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

چکیده:

طی دهه‌های اخیر، مطالعات گسترده‌ای درباره عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان انجام شده است. پژوهش حاضر به بررسی تاثیر ذهنیت کارآفرینانه بر توفیق کارآفرینان می‌پردازد. به منظور دستیابی به هدف پژوهش، مقالات و پژوهش‌ها با محوریت موضوعی کارآفرینی، نگرش کارآفرینان و عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان مطالعه و بررسی شد. بنابراین مقاله حاضر، از نوع مقالات مروری است. با عنایت به پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه، از عوامل موثر بر توفیق کارآفرینان می‌توان قصد، رفتار و ذهنیت کارآفرینانه را نام برد که در پژوهش حاضر میزان تاثیر هر کدام بیان شده‌است. همچنین تاثیر ویژگی‌های شخصیتی از جمله ریسک‌پذیری، خودکارآمدی و کنترل درونی بر توفیق کسب‌وکار نیز در این تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج نشان داد که بین موفقیت کارآفرینان و ذهنیت کارآفرینانه رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد. ذهنیت کارآفرینانه به معنای خلاقیت در ایده‌ها و سرعت عمل از مولفه‌های مهم در ایجاد کسب‌وکار است که البته با آموزش و تمرین بهبود می‌یابد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، توفیق کارآفرینان، نگرش کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه، اشتغال‌زایی

¹ Alifatehi63@yahoo.com

² Mehran.farokhi22@gmail.com

³ nargesdnp@gmail.com

⁴ Zmousavi80@gmail.com



مقدمه

در عصر حاضر که با افزایش جمعیت، جوامع و سازمان‌ها به سرعت در حال گسترش و پیشرفت هستند و در پی آن، پیچیدگی آن‌ها نیز رو به فزونی است، کارآفرینی در یک تعامل چند سویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرآیندها و هم به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است؛ حتی می‌توان بحث کارآفرینی را در عصر مدرن امروزی یکی از اصلی‌ترین راهبردهای بنیادی هر کشور محسوب کرد.

جهان هستی با گذار از دریچه نگاه انسان‌ها شکل می‌گیرد. دیدگاه و نگرش انسان‌هاست که به حقایق هستی، رنگ واقعیت می‌پوشاند. تنها فرق بین موفقیت و شکست، نوع نگرش است. نگرش افراد نحوه رفتار آنان را رقم می‌زند، تا آنجا که بخش اعظم عملکردهای انسان تحت تأثیر نگرش او انجام می‌پذیرد.

قرآن کریم در سوره الاعراف، آیه ۱۷۹ با ظرافتی تمام به بیان الگوی تفکر انسان می‌پردازد و آن الگویی است که «دل‌ها را به درک و معرفت، چشم‌ها را به بصیرت و گوش‌ها را به شنوایی حقیقت برساند». الگوی تفکر انسان هر اندازه محدودتر و تنگ-نظرانه‌تر باشد، انسان قادر است تا فراتر از امور جزئی مربوط به یک پدیده را ببیند و پیوند صحیح روابط آن جزء را با سایر اجزا و کل درک کند. (منصف افشار، ۱۳۹۰)

ضرورت تفکر تا این حد است که هر انسان یا مدیری در جریان‌ات روزمره زندگی با مشکلات و دشواری‌هایی روبروست که برای آن نیازمند تفکر و تصمیم‌گیری است. در بیشتر منابع، نگرش‌ها دارای یک مؤلفه رفتاری همراه با مؤلفه‌های عاطفی و شناختی هستند که متشکل از نیت رفتاری و میل به عمل در روش خاصی نسبت به برخی از موضوعات هستند. تحقیقات نشان داده است که نیت‌ها نقش مهمی در فهم فرآیند کارآفرینی بازی می‌کنند. (لاری، علیمرادی، عربیون، ۱۳۹۰، به نقل از هریس، جیسون، تایلر و میک^۵، ۲۰۰۸)

کارآفرینی عبارت است از: فرآیندی که با شناسایی خدمت از سوی فردی که معمولاً ریسک‌پذیر بوده و دارای تفکر و نگاه دوراندیشانه است، آغاز و پس از طی مراحل مختلف از جمله ایده‌یابی، غربال ایده، امکان‌سنجی و تدوین طرح کسب‌وکار و... به تشکیل شرکت منتهی می‌شود و جهت تدوین ویژگی‌های این فرایند، تخریب چارچوب‌های موجود به واسطه تخریب خلاق با جایگزینی چارچوب‌های نو و جدید لازم است. تقریباً همه نویسندگانی که درباره کارآفرینی و کارآفرینان قلم زده‌اند اذعان داشته‌اند که کارآفرینان ویژگی‌های خاصی دارند که آن‌ها را از افراد معمولی متمایز می‌سازد. (حسینی‌خواه، ۱۳۸۷)

⁵Harris, Gibson, Taylor & Mick



پژوهشگران فهرست‌های متعددی از انواع ویژگی‌های شخصیتی ارائه کرده‌اند که در اینجا به شش مشخصه اصلی که مورد توافق همگان است، اشاره می‌شود:

نیاز به توفیق، جایگاه کنترل، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، خلاقیت و نوآوری و تحمل ابهام (قدرت تحمل)

عوامل بسیاری بر موفقیت کارآفرینان اثرگذار است، اما آموزش عاملی است که به‌سادگی خروجی‌های کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (سلیوس و همکاران، ۲۰۰۸)

رفتار کارآفرینانه به‌عنوان انگیزه و اقدام‌هایی تعریف می‌شود که کارآفرین را قادر می‌سازد تا به تصمیمات خود درخصوص ایجاد سود از فرصت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها جامه عمل بپوشاند (نیلو و همکاران^۷، ۲۰۱۵). تعاریف مختلفی از قصد کارآفرینانه شده است و در تعریفی، که آجزن و فیشبین^۸ (1999) ارائه داده‌اند، قصد عبارت است از نشانه‌ی افراد سخت‌کوش برای میل به تلاش و دلیل اکثر کوشش‌های برنامه‌ریزی‌شده در جهت انجام رفتار. به‌طورکلی، قصد کارآفرینانه حالت هوشیار ذهن تعریف می‌شود که توجه و رفتار فرد را در سمت رفتار کارآفرینانه برنامه‌ریزی‌شده و آغاز یک کسب‌وکار به‌منزله هدف هدایت می‌کند. کارآفرینی در طی ۳۰ سال گذشته به یک رفتار مطلوب اجتماعی تبدیل شده است، به‌طوری که امروزه هدف بسیاری از کشورها، برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی آن به‌عنوان یک تغییر اجتماعی است. ترویج کارآفرینی به دو دلیل مسئله‌ی اصلی سیاست‌گذاران است: "تأثیر اقتصادی" و "ایده‌ی کارآفرینان به‌عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری". (زالی و همکاران، ۱۳۸۶)

شومپیتر کارآفرینی را مهم‌ترین عامل توسعه‌ی اقتصادی دانسته است. در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی‌داری برقرار سازند. به عبارتی دیگر جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند. (بزرگی، ۱۳۸۷)

قصد و تصمیم به کارآفرینی اولین قدم در فرآیند کارآفرینی و بروز رفتارهای کارآفرینانه است. در شرایط کنونی یکی از عواملی که باعث دگرگونی شرایط اقتصادی و اجتماعی و صنعتی یک کشور می‌شود فعالیت‌های کارآفرینانه، برخورداری از روحیه کارآفرینی و در نهایت کارآفرینی است. (درواری و همکاران، ۱۳۹۶) همچنین از طرفی، کشور ما در شرایط کنونی از نظر

⁶ Sluis et al

⁷ Nyello et al

⁸ Ajzen & Fishbein



اقتصادی-اجتماعی با مسائل و نارسایی های مهمی مانند فرار مغزها، عدم توانایی بخش دولتی در استخدام بیشتر دانش آموختگان دانشگاه ها و در نتیجه افزایش نرخ بیکاری در میان دانش آموختگان آموزش عالی، کاهش سرمایه گذاری دولت به خاطر سیاست کوچک سازی دولت و افزایش دادن مشارکت بخش خصوصی در توسعه اقتصادی کشور، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبه رو بوده و بنابراین آموزش کارآفرینان بالقوه و بالفعل از اهمیت بالایی برخوردار است. (کریم زاده و همکاران، ۱۳۸۸) کارآفرینی اشاره به کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها دارد. (سخدری، ۱۳۹۲)

کارآفرینی به عنوان راه حلی برای بهبود اقتصاد در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته مطرح شده است. همچنین، معمولاً ادعان می شود که رابطه مثبتی بین کارآفرینی و رشد اقتصادی وجود دارد. (پاکام و همکاران، ۲۰۱۰) کارآفرینی بخش حیاتی هر جامعه و نیروی محرکه ای برای اشتغال، رشد و رقابت بیشتر است. این عوامل در هر برنامه راهبردی از اولویت بالایی برخوردار است. بنابراین پرسش هایی مانند اینکه رفتار کارآفرین از چه چیزی سرچشمه می گیرد، به چه وسیله ای تحریک می شود و چگونه افزایش می یابد مسئله مهمی برای تحقیقات نظری و تجربی است. (پفر و همکاران، ۲۰۰۷)

4

ترویج و توسعه کارآفرینی در جامعه، ارتقاء روحیه نشاط و نوآوری در کشور را به همراه دارد. از دیگر پیامدهای توسعه کارآفرینی، کاهش مشکلات بیکاری در جامعه، افزایش امید در جامعه، کاستن از بار مسئولیت های فراوان دولت و نهادینه کردن فرهنگ کار در جامعه و کاهش برخی از معضلات اجتماعی شامل اعتیاد و بزهکاری بوده و در نهایت، ضمن تولید ثروت، به توسعه پایدار می انجامد. (گیبسون و همکاران، ۲۰۰۰)

با توجه به مطالعات اخیر، که برای بررسی نگرش کارآفرینی دانشجویان و تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی و تجربیات کسب و کار گذشته بر نگرش های آن ها در دانشگاه های کسب و کار آمریکا انجام شد، نشان می دهد که نگرش کارآفرینانه و مهارت ها می تواند در چارچوب برنامه های آموزشی کارآفرینی توسعه و اصلاح شوند که تفاوت آموزش و مهارت ها به توضیح این موضوع کمک می کند که چرا برخی افراد کارآفرین موفق تر از دیگران هستند. (گیبسون و همکاران، ۲۰۰۰) به طور عمومی، داشتن مهارت راه اندازی کسب و کار افراد جامعه را به سوی کارآفرینی سوق می دهد. آموزش کارآفرینی به عنوان یک عامل برونزا با آموزش های عمومی، که بخشی از شرایط عمومی محیط کسب و کارند، متفاوت است. تحقیقات نشان داده اند که کارآفرینی به

⁹ Packham et al

¹⁰ Pfeifer

¹¹ Gibson and Harris



همراه آموزش‌های تخصصی تأثیر عمیقی بر فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. آموزش کارآفرینی در سه حوزه عمده شامل مهارت، دانش و نگرش کارآفرینانه قابل طرح‌ریزی است. (یدالهی و همکاران، ۱۳۸۸)

زمانی که گرایش کارآفرینی افراد مطرح می‌شود، این پرسش به وجود می‌آید که چه خصوصیات شخصیتی و چه نگرش‌هایی فرد باید کسب کند تا احتمال موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینی را که آغاز کرده، به دست آورد؟ پاسخ به این پرسش سه جریان از تحقیقات را در برمی‌گیرد. اول: محیط فرد؛ دوم: ویژگی‌ها شخصیتی؛ سوم: نگرش فرد نسبت به کارآفرین بودن که تحت تأثیر نفوذپذیری اجتماعی قرار دارد. امتیاز بالای گرایش کارآفرینی افراد می‌تواند به این مفهوم باشد که افراد می‌خواهند کارآفرین شوند یا در افرادی که بخواهند کارآفرین شوند، نمره گرایش کارآفرینی آن‌ها بالاتر خواهد بود. (لانی و بولتون^{۱۲}، ۲۰۱۱)

5

ادبیات و پیشینه‌ی پژوهش

مفهوم ذهن

مجموعه‌ای از توانایی‌های فکری است که شامل هوشیاری، تصورات، ادراک، تفکر، قضاوت، زبان و حافظه می‌شود و معمولاً آن را وجود توانایی هوشیار بودن و اندیشه تعریف می‌کنند. ذهن دربرگیرنده قدرت تصور، تشخیص و قدردانی است و مسئولیت پردازش احساسات و عواطف را بر عهده دارد که منجر به عملکرد و نوع رفتار افراد می‌شود.

مفهوم کارآفرینی و کارآفرین

کارآفرینی (به انگلیسی Entrepreneurship) واژه‌ای نسبتاً قدیمی است که ریشه فرانسوی دارد. کلمه کارآفرین حدود سیصد سال قدمت دارد و نخستین کسانی که واژه‌ی کارآفرین و مفهوم کارآفرینی را مورد توجه قرار دادند، اقتصاددان‌ها بودند. کسانی مانند ریچارد کانتیلون و آدام اسمیت لغت کارآفرین را در قرن‌های هفدهم و هجدهم میلادی به کار برده‌اند. با وجودی که حدود سیصد سال است که برخی افراد کارآفرین نامیده می‌شوند، اما کارآفرینی به شکلی که ما می‌فهمیم (و در رشته‌هایی مثل مدیریت کارآفرینی مورد توجه قرار می‌گیرد) تنها حدود یک قرن است که رواج یافته است.

¹² Lane and Bolton



برخی با در نظر داشتن اینکه ترجمه کارآفرینی نتوانسته است به معنای واقعی کلمه، منظور و غایت واژه اصلی خود را به مخاطب منتقل کند، باید اذعان داشت این ترجمه تنها از حیث تخصصی و با دید کارشناسانه به مقوله کارآفرینی و در معنای گسترده آن قابل درک است و برای آحاد مردم که به شکل های متفاوت و غیرتخصصی با این رشته ارتباط برقرار کرده یا با آن آشنا می شوند، سوء تفاهم رایجی ایجاد کرده و آن، تصور مفهوم کارآفرینی تنها در بعد «اشتغال زایی» و «ایجاد شغل» است که همین مسئله، گسترش و تعمیم مفهوم کلان کارآفرینی در جامعه ایران را به چالش کشانده و باعث مشکلاتی در نهادینه کردن آن شده است؛ مهم تر آنکه از حیث تخصصی نیز اجحاف بزرگی را در زمینه این رشته کاربردی و متنوع و پر نفوذ در سایر رشته ها در کشور به وجود آورده است؛ چرا که فعالیت های اشتغال زا فقط بخشی از مفهوم کلان و به عنوان یکی از خروجی های کارآفرینی است و شاید استفاده از واژه ارزش آفرینی به جای کارآفرینی می توانست این کاستی را تا حد فراوانی پوشش دهد.

6

دکتر رضائیان کارآفرینی را فراگرد شکار فرصت ها به وسیله افراد، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار تعریف می کند و در اصل بر این مهم استوار است که کارآفرینان به هنگام تصور فرصت های جدید، محدودیت های منابع جاری را نادیده می گیرند.

تامپسون^{۱۳} (۲۰۰۰ میلادی) کارآفرینی را فرآیندی می داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد.

چرچیل درباره کارآفرینی با نگاه متفاوتی معتقد است: کارآفرینان باید بر حرکت ها و بهبودهای مستمری متمرکز شوند که به صورت مداوم در پی بهره برداری از ریسک ها و فرصت های قابل کنترل باشد.

اما می توان کارآفرینی را به صورت فرآیند نیز در نظر گرفت که از درون آن تعریفی از کارآفرینی نیز استخراج شود که سمت و سوی واقع گرایانه تر داشته باشد.

کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق فرآیند ایجاد کسب و کار توأم با بسیج منابع و مخاطره مالی و اجتماعی، محصول یا خدمت جدیدی به بازار عرضه می کند. (احمد پور و عزیزی، ۱۳۸۳)

در نظریه اقتصادی، ارزش کمی برای نقش کارآفرین در الگوی نئوکلاسیک در نظر گرفته شده است و حتی گاهی نیاز به وجود نظریه اقتصادی کارآفرینی مجزا مورد تردید قرار گرفته است. اقتصاددانان سعی دارند تا بیشتر بر نقش تمرکز کنند تا فرد.

¹³Thompson



هربرت و لینک یازده نقش بارز برای کارآفرین در تاریخچه نظریه اقتصادی تعیین نموده‌اند. از نظر این نویسندگان کارآفرین کسی است که: ۱- ریسک مربوط به عدم اطمینان را می‌پذیرد ۲- سرمایه مالی را فراهم می‌آورد ۳- مبتکر است ۴- تصمیم گیر است ۵- مدیر صنعتی است ۶- مدیر است ۷- هماهنگ‌کننده منابع اقتصادی است ۸- مالک شرکت است ۹- پیمانکار است ۱۰- داور است و ۱۱- منابع را میان کاربردهای گوناگون جابه‌جا می‌کند. (فریرا و پاکو^{۱۴}، ۲۰۰۸)

ذهنیت کارآفرینی به نوآوران کمک می‌کند تا فرصت‌های ابتکاری خود را پیدا، تفسیر، ارزیابی و دنبال کنند. این مفهومی است که دارای چندین تعریف و تناقض است که به‌طور متفاوتی بر روی صفات، رفتارها، نگرش‌ها یا اعتقادات فردی متمرکز شده است. رابینسون ادعا کرد که در میان تعاریف مختلف از یک تفکر کارآفرینی، زمینه نظری کمی وجود دارد. این نظریه‌های مکمل در کنار هم به دو دلیل نگاهی بصیرانه به مفهوم ذهنیت عصبی-عصبی ارائه می‌دهند: اول، یک عامل اصلی در توسعه کارآفرینان سطحی است که افراد می‌توانند خود را به‌عنوان کارآفرین شناسایی و طبقه‌بندی کنند. دوم، موفقیت‌آمیز شدن یک کارآفرین فقط یک تلاش فردی نیست، بلکه به تعاملات بین افراد و زمینه‌های اجتماعی آن‌ها نیز بستگی دارد.

بنابراین، ذهنیت و هویت کارآفرینانه ساختارهای مشابهی هستند که از دانش، اعتقادات، ارزش‌ها و نگرش‌هایی تشکیل شده‌اند که به یک کارآفرین اشاره دارند. نحوه استفاده و پاسخ دادن به اطلاعات توسط شخص توسط ذهنیت فرد تعیین می‌شود. (دوک^{۱۵}، ۲۰۰۸؛ نوبل^{۱۶}، ۲۰۱۵؛ رابینسون^{۱۷}، ۲۰۱۰)

پرورش ذهنیت کارآفرینی در مهندسی به معنای ایجاد انگیزه در مهندسان برای توسعه ویژگی‌های تفکر و رفتارهای کارآفرینان در کارشان است. یک تعریف معمول از کارآفرینی در سطح فردی، توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری است. (فریس و گیلنیک^{۱۸}، ۲۰۱۴؛ شین و ونکاترم^{۱۹}، ۲۰۰۰)

سایر ویژگی‌های یک ذهنیت کارآفرینانه عبارتند از: خودکارآمدی، فعالیت، انگیزه پیشرفت، استقلال، نوآوری، ریسک‌پذیری و رقابت. (فریس و گیلنیک، ۲۰۱۴) مرزبندی (برت ۱۹۹۷)؛ تحمل ریسک، ابتکار عمل، پشتکار، خلاقیت، رهبری، مهارت‌های ارتباطی، برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی، همکاری و تأمل (بروگرم، شلفوت و دی‌مایر^{۲۰}، ۲۰۱۶) و گرایش فرصت‌طلبانه

¹⁴Ferreira and Paco

¹⁵Dweck

¹⁶Noble

¹⁷Robinson

¹⁸Frese and Gielnik

¹⁹Shane and Venkataraman

²⁰Schelfhout, Bruggerman and DeMayaer



(ساراوتی^{۲۱}، ۲۰۰۱) این دامنه گسترده ویژگی‌ها بیان و عملیاتی کردن دقیقاً یک کارآفرین، نحوه آموزش دانشجویان در زمینه کارآفرینی و ارزیابی یادگیری و رفتار آن‌ها را دشوار می‌کند. بعلاوه، صفات به‌ظاهر مثبت کارآفرینی می‌توانند در سطوح بیش از حد به بدهی تبدیل شوند. به‌عنوان مثال، اعتماد به نفس بیش از حد (خودکارآمدی فوق‌العاده زیاد) و باورهای متورم در توانایی کنترل فرد تمایل به جمع‌آوری اطلاعات دارد، فرد را نسبت به خطرات موجود نابینا می‌کند و فرد را به سمت ایجاد پیش‌بینی‌های خوش‌رنگی سوق می‌دهد که اغلب به جای تجزیه و تحلیل عمل می‌کنند. (شین و ونکاترمن، ۲۰۰۰)

بنابراین، داشتن یک ذهنیت کارآفرینانه ضروری است، اما کافی نیست. لازم است فرصت‌های موجود در محیط وجود داشته باشد و تصمیم‌گیری شود که این فرصت‌ها برای یک کارآفرین قابل دسترسی و امکان‌پذیر است. توسعه ذهنیت کارآفرینی در قرن بیست و یکم مزایای مختلفی دارد که بیشتر آن‌ها نیاز به توسعه چابکی، سازگاری، خلاقیت و تأثیر اجتماعی را برطرف می‌کنند (برای بحث‌های عمیق‌تر، به کریل^{۲۲} و مکمسون^{۲۳} (۲۰۱۰) مراجعه کنید؛ آکادمی ملی مهندسی (نیرنگ^{۲۴}، ۲۰۰۴؛ بنیاد ملی علوم^{۲۵}، ۲۰۱۰؛ نیک^{۲۶} و گرین و براش^{۲۷}، ۲۰۱۴؛ رابینسون^{۲۸}، ۲۰۱۰؛ ساراوتی، ۲۰۰۱)

8

مجموعه تحقیقات و نظریه هویت و کارآفرینی از دو توصیه اصلی برای توسعه ذهنیت کارآفرینی در آموزش مهندسی پشتیبانی می‌کند. اول، پرورش ذهنیت کارآفرینی صرفاً کمک به اساتید و دانشجویان برای ابتکار، جاه‌طلبی بیشتر و یا تحمل ریسک نیست. از دیدگاه گارنر و بیکر (۲۰۱۰) کارآفرینی فرآیندی است که در آن افراد فرصت‌ها را بدون توجه به منابعی که هم‌اکنون در دست دارند، دنبال می‌کنند. به اعتقاد کووی و همکاران (۲۰۱۰) کارآفرینی رشته‌ای چند بعدی، با ریشه‌هایی در اقتصاد، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت راهبردی است و ایده‌ای بیان‌شده در خصوص کارآفرینی ترکیبی از تعاملات اجتماعی، قابلیت‌های تکنیکی، شوق و انگیزه‌های فردی را ارائه می‌دهد.

نگرش کارآفرینانه:

نگرش کارآفرینانه مربوط به ادراکات کارآفرینانه مانند درک قابلیت کارآفرینانه، درک فرصت کارآفرینانه، ترس از شکست و قصد کارآفرینانه بوده (زالی، ۱۳۹۱) و سعی دارد تا ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که در کارآفرینی فرد و تمایز وی از سایرین اثرگذار

²¹Sarasvathy

²²Kriewall

²³Mekemson

²⁴Neering

²⁵National Science Foundation

²⁶Neck

²⁷Greene and Brush

²⁸Robinson



است، شناسایی کند. (کولمنت و متینا^{۲۹}، ۲۰۰۸) در واقع نگرش کارآفرینانه، فرد را درگیر کارآفرینی کرده (شریف و همکاران^{۳۰}، ۲۰۰۹) و تفکیک کننده‌ی کارآفرینان از غیر کارآفرینان است. (لیندزی و جردان^{۳۱}، ۲۰۰۷) در بیشتر منابع، نگرش‌ها دارای یک مؤلفه رفتاری همراه با مؤلفه‌های عاطفی و شناختی بوده که متشکل از نیت رفتاری و میل به عمل در روش خاصی نسبت به برخی از موضوعات هستند. تحقیقات نشان داده است که نیت‌ها نقش مهمی در فهم فرآیند کارآفرینی بازی می‌کنند. (لاری، علی‌مردی، عربیون، ۱۳۹۰، به نقل از هریس، جیبسون، تایلر ومیک، ۲۰۰۸) مطالعه رفتار کارآفرینان نشان می‌دهد که کارآفرینان ویژگی‌های مخصوصی دارند. (ماتویک^{۳۲}، ۲۰۱۰) رویکردی که کارآفرینی را بر اساس ویژگی‌های کارآفرینی تبیین می‌کند به رویکرد شخصیتی معروف است. رویکرد ویژگی‌های شخصیتی بر این فرضیه تأکید می‌کند که کارآفرینان ویژگی‌ها، دیدگاه‌ها و ارزش‌هایی دارند که یک نیروی محرک برای آن‌ها فراهم کرده و آن‌ها را از دیگران متمایز می‌کند. (گروول و آستان^{۳۳}، ۲۰۰۶) مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که رویکرد ویژگی‌های شخصیتی در مقایسه با سایر رویکردهای کارآفرینی رواج بیشتری داشته است. (کروزیک و پاوویک^{۳۴}، ۲۰۱۰) یکی از مباحث مهم در حوزه روان‌شناسی کارآفرینی، شناسایی ویژگی‌ها، انگیزه‌ها، ایجاد رفتارهای کارآفرینانه در افراد است. (دروکر^{۳۵} ۱۹۸۵) اعتقاد دارد کارآفرینی، بیش از آن که یک ویژگی شخصیتی باشد، یک الگوی رفتاری است. این الگوی رفتاری را می‌توان به افراد آموزش داد تا آن‌ها یاد بگیرند که چگونه به‌طور کارآفرینانه رفتار کنند. به‌زعم وی از جمله پیش‌شرط‌های رفتار کارآفرینانه، گرایش و تمایل به کارآفرینی بوده است. پنج ویژگی رفتار کارآفرینانه شامل توفیق‌طلبی، خطرپذیری، استقلال‌طلبی، خلاقیت، اراده یا کنترل درونی هستند. توفیق‌طلبی، به معنی تمایل به انجام کار بر اساس استانداردهای بالا برای کسب موفقیت در موقعیت‌های مختلف است. خطرپذیری، پذیرش کارهایی است که امکان شکست در آن‌ها وجود دارد. استقلال‌طلبی، به این نکته اشاره دارد که کارآفرینان علاقه دارند کارها را مطابق تصمیم خود و به شیوه خودشان انجام دهند و رئیس خود باشند. خلاقیت، خلق ایده‌های جدیدی است که ممکن است به محصولات یا خدمات جدید منجر شود. اراده یا کنترل درونی، در برگیرنده‌ی اعتقاد فرد نسبت به این موضوع است که وی در کنترل وقایع داخلی یا خارجی است. کارآفرینان دارای کنترل درونی، عقیده دارند

²⁹Colamant and Matina

³⁰Sharif and Saud

³¹Lindsay and Jordaan

³²Matviuk

³³Gurol and Atsan

³⁴Kruzic and Pavic

³⁵Drucker



رویدادهای زندگی، نتیجه‌ی برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات خودشان است و نتیجه‌ی اقدامات خود را به اقبال، سرنوشت و امثال این‌ها نسبت نمی‌دهند. در حال حاضر، سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه‌ی فناوری و اقتصادی قرار داده است. امروزه این تفکر که ویژگی‌های کارآفرینی ذاتی هستند، نه تنها مورد پذیرش واقع نشده است، بلکه آموزش این ویژگی‌ها و پژوهش درباره‌ی آن‌ها در دو دهه‌ی گذشته، که دهه‌های طلایی کارآفرینی نام گرفته‌اند، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه به‌عنوان یک ضرورت مطرح شده است. از آنجایی که کارآفرینی قابل آموزش و یادگیری است، همه افراد می‌توانند کارآفرین شوند. امروزه مراکز آموزش پزشکی دانشگاهی تلاش می‌کنند تا با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار بیشتری از دانشجویان خود را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند، شناسایی کرده و به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. سیادت و همکاران (۱۳۹۱) نیز به این نتیجه رسیدند که با افزایش سطح علم، میانگین روحیه‌ی کارآفرینی دانشجویان افزایش می‌یابد. کالج‌ها و دانشگاه‌های زیادی در سراسر جهان، ارائه‌ی دوره‌های کارآفرینی خود را در طول ۲۵ سال گذشته به‌طور قابل‌توجهی افزایش داده‌اند. دوره‌های کارآفرینی نه تنها توسط موسسه‌های تجاری، بلکه توسط دانشکده‌های دیگری مانند علوم اجتماعی، علوم طبیعی، مهندسی و فناوری اطلاعات نیز در برنامه‌ی درسی ارائه می‌شوند. آموزش کارآفرینی در برنامه درسی دانشگاه‌ها، آگاهی و علاقه‌ی دانشجویان را در انجام کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه افزایش داده است. در این بین، نکته قابل‌ملاحظه این است که افرادی که جهت کارآفرینی در موسسات آموزش عالی تعلیم می‌بینند، باید دارای ویژگی‌هایی از جمله روحیه خطرپذیری، توفیق‌طلبی، خلاقیت، استقلال‌طلبی و کنترل درونی باشند.

مک‌کلند به‌طور عملی بر روی این نظریه کارکرد که انگیزه موفقیت یک عامل شرطی توسعه اقتصادی است. همچنین این نویسنده بر این باور است که جامعه‌ای با سطح بالاتر انگیزه تعداد بیشتری کارآفرین فعال خواهد داشت. بر طبق نظر مک‌کلند (۱۹۶۱) کارآفرین دارای ویژگی‌های زیر خواهد بود: ابتکار و نوآوری، ریسک‌پذیری متوسط، قبول مسئولیت فردی، اطلاع از نتایج فعالیت‌ها (بازتاب) و برنامه‌ریزی بلندمدت. کارآفرینی یک فرایند خاص بر روی عملکردهای سازمانی و اقتصادی بوده و با تمایل انسان آغاز می‌شود.



رفتار کارآفرینانه:

همواره تلاش بوده است تا رفتار انسانی از جنبه‌های مختلف روان‌شناسی، جامعه‌شناختی، اقتصادی و غیره مورد بررسی قرار گیرد. (کوتیم و همکاران^{۳۶}، ۲۰۱۴) رفتار کارآفرینانه به عنوان انگیزه و اقدام‌هایی تعریف می‌شود که کارآفرین را قادر می‌سازد تا به تصمیمات خود در خصوص ایجاد سود از فرصت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها جامعه عمل ببوشاند. (نیلو و همکاران، ۲۰۱۵) تعاریف مختلفی از قصد کارآفرینانه شده است و در تعریفی که آجنز و فیش بین (۱۹۹۹) ارائه داده‌اند، قصد عبارت است از نشانه‌ی افراد سخت‌کوش برای میل به تلاش و دلیل اکثر کوشش‌های برنامه‌ریزی در جهت انجام رفتار. به‌طور کلی، قصد کارآفرینانه حالت هوشیار ذهن تعریف می‌شود که توجه و رفتار فرد را در سمت رفتار کارآفرینانه برنامه‌ریزی شده و آغاز یک کسب‌وکار به‌منزله هدف هدایت می‌کند. قصد کارآفرینی فردی به معنی راه‌اندازی کسب‌وکار در آینده نزدیک توسط یک شخص به‌تنهایی یا با کمک دیگران است. (خاقانی و همکاران، ۱۳۹۱) محققان مدل‌های مختلفی از قصد ارائه داده‌اند؛ مانند مدل ترکیبی عوامل زمینه‌ای و شخصیتی و عزت نفس، مدل وقایع کارآفرینانه و مدل نظری رفتار برنامه‌ریزی شده. (کوتیم و همکاران، ۲۰۱۴) قصد کارآفرینانه اولین قدم در درگیر شدن با یک فرآیند بلندمدت خلق کسب‌وکار جدید است. به‌علاوه، یکی از بهترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار است. در مقابل، قصدی که باعث ایجاد یک رفتار می‌شود، تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند نیازها، ارزش‌ها، خواسته‌ها، عادات و باورها قرار دارد. مدل قصد کارآفرینی این بحث را مطرح می‌کند که تصمیم‌گیری افراد برای راه‌اندازی شرکت‌ها بر مبنای سه اصل انجام می‌گیرد: ترجیحات شخصی خود یا جاذبه‌های کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی درک شده با توجه به گزینه‌های شغلی و درک وی از خودکارآمدی کارآفرین. (چن و لینان، ۲۰۰۶^{۳۷}) تحقیقات نشان داده است که برنامه‌های کارآفرینی با افزایش هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی آن‌ها در انتخاب کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه روحیه می‌دهد. (باسو و ویریک^{۳۸}، ۲۰۰۸) همچنين داگلاس و شفرد^{۳۹} (۲۰۰۲) بیان می‌کنند نگرش مثبت‌تر به ریسک و استقلال به قصد کارآفرینانه قوی‌تری منجر می‌شود و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده نیز بیان می‌کند که نگرش مقدم بر قصد کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه مقدم بر رفتار است.

³⁶Küttim et al

³⁷Chen andLiñán

³⁸Basu and Virick

³⁹Daglass and sheferd



در تحقیقات دیگری از مایکل لورز^{۴۰} (۲۰۱۱) ثابت شده است که برنامه‌های آموزشی کارآفرینی اثرات قابل توجهی بر نگرش نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی دارد. در تحقیق لینان (۲۰۰۴) آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث مطرح می‌شود. آموزش کارآفرینی نه تنها قصد کارآفرینانه را ارتقا می‌بخشد، بلکه رفتارهای کارآفرینانه پس از مرحله استارت آپ را تقویت می‌کند. نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده برای توضیح بروز رفتار کارآفرینانه استفاده می‌شود. (فایل و همکاران، ۲۰۰۶) این نظریه بر اساس این ایده شکل می‌گیرد که انسان‌ها در رفتارهای خود به‌صورت عقلایی عمل می‌کنند و نیت‌های آنان ممکن است به رفتار مشخصی بیانجامد. (کوتین و همکاران، ۲۰۱۴) از دیدگاه این نظریه مقاصد حرفه‌ای به نگرش مرتبط با رفتار در نظر گرفته شده، هنجارهای اجتماعی و کنترل درک‌شده بستگی دارد. قصد نیز به عنوان یک پیش‌بینی کننده مستقیم رفتار نسبت به نگرش، از باورها یا متغیرهای اجتماعی روان‌شناسی بهتر دیگر ظاهر شده است. کنترل رفتار درک‌شده نقش مهمی را در این نظریه ایفا می‌کند. مفهوم کنترل رفتار درک شده به مفهوم خودکارآمدی درک شده «باندورا» شبیه است. خودکارآمدی درک‌شده به «اعتقادات افراد درباره توانایی‌هایشان در تجربه کنترل منوط بر فعالیت‌های خویش و اتفاقاتی که بر زندگی آن‌ها اثر می‌گذارد، است». از نقطه نظر آجزن تمایز کنترل رفتار درک شده این است که توانایی متمرکز بر انجام رفتار خاصی است. (فایل و همکاران، ۲۰۰۶) طبق این نظریه سه متغیری، که قصد افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند به قرار زیر است:

۱- نگرش فردی نسبت به پیامدهای رفتار: اشاره به حدی که فردی اعتقاد به مناسب بودن رفتار دارد

۲- هنجارهای ذهنی: نشان‌دهنده فشارهای اجتماعی درک‌شده درباره انجام یا عدم انجام رفتارهای کارآفرینانه است

۳- کنترل رفتاری درک شده: نشان‌دهنده امکان‌پذیری انجام کار است که از ادراکات نسبت به توانایی‌های شخصی سرچشمه

می‌گیرد

بحث و نتیجه‌گیری:

امروزه مطالعه کارآفرینی به یکی از عمومی‌ترین حوزه‌های پژوهشی در مطالعات مدیریت تبدیل شده است و به دلیل اثرات قابل‌ملاحظه‌ای که بر سطوح خرد و کلان اقتصاد دارد، مورد توجه قرار گرفته است؛ پس اغراق‌آمیز نخواهد بود اگر بگوییم کارآفرینی در دهه‌های اخیر، یکی از موضوعات داغ مطرح در پژوهش‌های علمی بوده است، کارآفرینی عامل حیاتی در زایش ایده‌های جدید، خلق شرکت‌ها و کسب‌وکارهای جدید و به طور کلی پرورش اقتصاد است و در کشور ما که با مشکلات اقتصادی متفاوتی مانند جایگاه رقابتی نه چندان مطلوب در مقایسه با رقبای بی‌کاری و نرخ بالای تورم و غیره وجود دارد، برای رهایی

⁴⁰Lurez



از این مسائل - چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی به کارآفرینان سازمانی باشهامت، خلاق، نوآور و ریسک‌پذیر نیاز دارد تا در راستای رشد و توسعه سازمان و جامعه خود دست به کار شده و طرحی نو دراندازند. در این راستا بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و تربیت کارآفرین سازمانی در جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران از اهمیت و ضرورتی حیاتی برخوردار است. (اسمعیلی و همکاران، ۱۳۹۶)

کارآفرینی به‌عنوان یک حوزه پژوهشی مستقل و جدید، برآیند ایجاد یک کسب‌وکار جدید را بررسی می‌کند که در قالب پیوند فرد و فرصت ارائه شده‌است که از میان این عوامل، ویژگی‌های عامل راه‌اندازی کسب‌وکار اهمیت بسزایی دارند و دربردارنده منبعی از انعطاف‌پذیری، نوآوری، خلق شغل برای اقتصاد و یک فرصت مناسب برای توجه جدی به مقوله توسعه حرفه‌ای افراد تلقی می‌شود.

کارآفرینی، به برخی پیامدها مانند افزایش فرصت‌های شغلی، رقابت، بهبود بهره‌وری و افزایش سطح رفاه اجتماعی - اقتصادی منجر خواهد شد.

13

یکی از دلایل اصلی تمرکز بر کارآفرینی، نیاز فزاینده جوامع برای بهره‌گیری از افرادی خلاق است که از طریق دیدگاه‌های نوین و تبدیل این دیدگاه‌ها به فعالیت‌های سودبخش، روند توسعه اقتصادی را تسریع می‌کنند. به‌رغم اهمیت کارآفرینی، نتایج پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهند که تنها درصد کمی از افراد جامعه وارد فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند. بنابراین، از آنجایی که تصمیم برای کارآفرین شدن می‌تواند به‌گونه‌ای منطقی، عمدی و آگاهانه انجام گیرد و ایجاد یک شغل نیازمند زمان، برنامه‌ریزی و تا حد زیادی پردازش داده‌هاست، پس رفتار کارآفرینانه می‌تواند نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده تلقی شود. در واقع قصد کارآفرینانه، عامل تصمیم‌گیری برای رفتار کارآفرینانه و پیش‌شرط اساسی برای بروز آن به شمار می‌آید.

در مورد ویژگی‌های مربوط به عامل یا کارآفرین نظریه‌های زیادی مطرح شده است:

-دیویدسن مؤلفه‌های عامل، ایده، محیط و فرآیند را مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی معرفی می‌کند و بر این نظر است که عملکرد یک کسب‌وکار نوپا را تناسب میان این مؤلفه‌ها تعیین می‌کند. ابتدا نظریه توازن نئوکلاسیک‌ها بود که کارآفرینان را اشخاصی معرفی می‌کرد که خودشان می‌خواهند کارآفرین شوند؛ پس از آن روان‌شناسان نظریه‌هایی را ارائه دادند که بر اساس آن‌ها، کارآفرینی یکی از ویژگی‌های ثابت شخصیتی است که در بعضی افراد وجود دارد و در برخی دیگر خیر.



بر اساس این دیدگاه‌ها، ویژگی‌های انسانی ثابتی مانند تمایل به پذیرفتن ریسک، خودکارآمدی، کنترل درونی و تحمل ناشناخته‌ها بعضی افراد را به سوی انتخاب کارآفرینی هدایت می‌کند. (سخدری و همکاران، ۱۳۹۸)

در دهه گذشته به علت اثرگذاری‌های مثبت کارآفرینی، بسیاری از کشورهای در حال توسعه به ویژه کشور ایران به کارآفرینی به‌عنوان یک راه‌حل اساسی بالقوه برای رفع مشکلات گوناگون پیش روی کشور از جمله نبود کارآیی در اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، شمار بیش از اندازه دانش‌آموختگان و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل برای آنان، توجه جدی مبذول داشته‌اند. در این زمینه قصد کارآفرینانه را می‌توان به‌عنوان پیش‌درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد.

گرایش کارآفرینانه و ابعاد پنج‌گانه آن شامل: نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی، رقابت‌تهاجمی و استقلال کاری کارکنان زمینه رخداد رفتار کارآفرینانه را تشکیل می‌دهند.

14

رفتار کارآفرینانه مجموعه‌ای از فعالیت‌های کارآفرینانه است که از طریق آن افراد در شرایط عدم اطمینان تصمیم می‌گیرند و مسیری است که از طریق آن کارآفرینی در هر نوع سازمانی عملی می‌شود، در سازمان‌های امروزی رفتار کارآفرینانه امری اجتناب‌ناپذیر است. (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۳)

با توجه به موارد مورد بحث در این مقاله نتیجه‌گیری می‌شود که عوامل فردی، اجتماعی و محیطی بر بروز رفتار کارآفرینانه مؤثرند. در تحقیقات اخیر بر نقش مدیران میانی در تقویت رفتار کارآفرینانه تأکید شده است. به‌عبارت دیگر انتظار می‌رود که مدیران به‌واسطه برخورداری از موقعیت سازمانی بهتر در ایجاد محیط حمایتی کارآفرینی در سازمان مؤثرتر باشند. ذهنیت کارآفرینانه مفهوم دیگری بود که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت. اکثر کارآفرینان ذهن پویا و خلاق دارند و این ذهنیت به آن‌ها کمک می‌کند تا ایده‌های نو و خلاقانه داشته باشند. از طرفی این ایده‌ها باید به‌سرعت عملی شوند تا در صورت امکان، تغییرات مثبت در آن‌ها ایجاد شوند. در واقع خلاقیت و سرعت عمل، دو عامل مهم در ذهنیت کارآفرینی محسوب می‌شوند.

با توجه به این مفهوم به این نتیجه رسیده‌ایم که داشتن ذهنیتی قدرتمند همیشه می‌تواند برای کارآفرینان مفید باشد؛ بنابراین رشد یک کسب‌وکار با عادات، نگرش، اعتقادات، شور و انعطاف‌پذیری رابطه مستقیم دارد.

بیشتر افراد می‌توانند کارهای یک کارآفرین را انجام دهند اما چیزی که به کارآفرین قدرت می‌دهد داشتن یک ذهنیت قدرتمند است. وقتی در مورد ذهنیت کارآفرینانه صحبت می‌کنیم، منظور نوعی شیوه‌ی خاص اندیشیدن است که در نحوه



برخورد با مشکلات و چالش‌ها تأثیرگذار است. در واقع این نوع از ذهنیت موجب می‌شود اطلاعات به شکلی متفاوت جمع‌آوری و تحلیل شوند؛ اما نکته مهم این است که ذهنیت کارآفرینانه با آموزش و تمرین بهبود می‌یابد. اهمیت این مفهوم به این دلیل است که این شیوه تفکر، موتور محرکه کارآفرین برای پیش‌رفتن در مسیر پرچالش کارآفرینی است که کمک می‌کند تا کارآفرین در مواجهه با مشکلات سرسختانه رفتار کرده و پنجره‌های رو به رشد را دریابد. در نهایت این که ذهنیت کارآفرینانه کمک می‌کند در مسیری که کارآفرینان قرا گرفته‌اند ثابت‌قدم باشند، از اشتباهات نترسند و به آن‌ها به‌عنوان فرصتی برای رشد بنگرند. با در نظر گرفتن مفهوم ذهنیت کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه شخصیت یک کارآفرین موفق شکل می‌گیرد و این موضوعات از جمله مهم‌ترین ابزارهایی‌ست که هر کارآفرینی باید خود را با آن تجهیز کند.

۱. احمدپور داریانی، محمود؛ عزیزی، محمد. (۱۳۸۳). "کار آفرینی". تهران: محراب قلم.
۲. اسمعیلی، فاطمه؛ محمد کاظمی، رضا و راسخ، نازنین. (۱۳۹۶). "ارزیابی نگرش کار آفرینانه مدیران باشگاه‌های ورزشی بانوان شهر تهران و ارائه راه کار دولتی و خصوصی"، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۴۱، صص ۱۱۱-۱۲۶.
۳. بخشی، مهرداد؛ سخدری، کمال و سجادی، سید مجتبی. (۱۳۹۸). "بررسی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینان بر پیشرفت کسب و کارهای نوپا در ایران". فصلنامه راهبرد اجتماعی- فرهنگی، سال هشتم، شماره سی و دوم، صص ۵-۳۲.
۴. بزرگی، مائده. (۱۳۸۷). "بررسی ارتباط بین نگرش به تسهیم دانش و رفتار کارآفرینانه در صنایع غذایی استان قم". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت (پردیس قم).
۵. حسینی‌خواه، علی (۱۳۸۷). "امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس، فصلنامه مطالعات برنامه درسی". شماره ۱۱، صص ۶۶-۹۴.
۶. خاقانی، افضل السادات. (۱۳۹۱). "ماهیت خلاقیت و شیوه‌های پرورش آن، مشهد". شرکت به نشر



۷. دائی کریم زاده، سعید؛ عمادزاده، مصطفی و کامکار دلاکه، هادی. (۱۳۸۸). "اثر سرمایه گذاری دولت در بخش حمل و نقل بر رشد اقتصادی در ایران"، فصلنامه مدل سازی اقتصادی (سال سوم، شماره ۴، پیاپی ۱۰، ص ۸۲-۹۳).
۸. زالی، محمدرضا؛ کردنائیج، اسدالله و بهامین، ماجد. (۱۳۹۱). راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در ایران، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شماره دوم، ص ۹۵-۱۱۴.
۹. زالی، محمدرضا؛ مدهوشی، مهرداد و کردنائیج، اسدالله. (۱۳۸۶). "ارزیابی مشخصه های کارآفرینی در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران)". فصلنامه ی مدرس علوم انسانی (ویژه نامه ی مدیریت). ص ۸۱-۱۱۲.
۱۰. سخدری، جواد. (۱۳۹۲). "شناسایی عوامل محیطی و فردی موثر بر شناسایی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی با تاکید بر رویکرد کشف فرصت به عنوان رویکردی مناسب برای کشور ایران، فرصت های کارآفرینانه."
۱۱. سیادت، علی؛ سادات رضازاده، شیرین و ببری، حسین. (۱۳۹۱). "میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان." مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۲ (۷). صص. ۵۲۷-۵۳۶.
۱۲. گلباز، شیرین؛ رنائی، روح اله؛ شرفی، لیلا و نجفلو، پریسا. (۱۳۹۶). "عامل های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه." دوره ۹، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۴۰، صفحه ۹۵-۱۱۱.
۱۳. لاری، امیر؛ علیمیری، مصطفی و عربیون، ابوالقاسم. (۱۳۹۰). "تحلیل محتوای کتابهای مدل آموزش کار آفرینی KAB از بعد میزان توجه به نگرش کار آفرینانه." ماهنامه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و علمی، شماره ۱۳۶، ص ۸۰-۶۵.
۱۴. مقیمی، سید محمد؛ زالی، محمدرضا؛ مرزبان، شیرمیراد. (۱۳۹۳). "بررسی رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهران. پژوهشنامه ی مدیریت اجرایی علمی- پژوهشی/سال ششم، شماره ی یازدهم، نیمه ی اول ۱۳۹۳
۱۵. منصف افشار، زرین. (۱۳۹۰). "بررسی رابطه بین میزان آگاهی مدیران از کارکرد مدیریت و اثربخشی آنان در مدارس ناحیه یک و دو شهرستان ارومیه"، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه.
۱۶. مهدوی درواری، سید حسین؛ لنگرودی، مهدی چرمچیان. (۱۳۹۶). "عامل های مؤثر بر مهارت های کارآفرینی آموزشگران کشاورزی آموزشکده های فنی و کشاورزی ساری"، فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره



۴۰

۱۷. یداله‌ی، جهانگیر، رضوی (۱۳۹۰). "نقش سرمایه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی انسانی در کارآفرینی جوانان در

روستاهای بخش کربال"، پژوهش‌های جغرافیای و انسانی، شماره‌ی ۷۹.

منابع لاتین

1. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1990). "The prediction of behavior from attitudinal and normative variables". *Journal of Experimental Social Psychology*, 6, 466±487.
2. Barber III, D., Harris, M., & Gibson, S. (2000). "Comparing the Entrepreneurial Attitudes of Chinese and Brazilian Students". *American Journal of Entrepreneurship*, (0), 01-71.
3. Basu, A. and Virick, M. (2008). "Assessing entrepreneurial intentions amongst students": A comparative study, 12th Annual Meeting of the National Collegiate of Inventors and Innovators Alliance, Dallas, USA.
4. Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). "Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations. A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions". *Academy of Management Journal*, 52, 199–214.
5. Colamant, A and Matina, J.(2009). "Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?". *International Journal of Gender and Entrepreneurship* Vol.1 No. 2, pp. 118-133.
6. Daniel, R. Sluis, K.(2008)."A Life More Photographic; Mapping The Networked ImageSee discussions, stats, and author profiles for this publication". at: <https://www.researchgate.net/publication/299854265>.
7. Douglas, D., & Shepherd, D. (2002). "Entrepreneurship as autitly maximinzing response". *Journal of Business Venturing*, 15(3), 237-257
8. Druker, P. (2002). "The discipline of innovation". *Harvard Business Review Education Journal*, 64: 5-11.
9. Dweck, C.S. (2008). "The secret to raising smart kids". *Scientific American: Mind*, 36–43 .
10. Elliot, E., and Dweck, C. (1988). "Goals: an Approach to Motivation and Achievement". *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 5-12.
11. Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (2006). "Assessing the impact of entrepreneurship education programs: A new methodology". *Journal of European Industrial Training*, 30, 701-720.
12. Ferreira, J., Paço, A., Raposo, M. and Rodrigues, R. (2008). "Entrepreneurship education and business creation propensity: testing a structural model". *Proceedings of IntEnt 2007 – 17th Global Conference, Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Gdansk, Poland*.
13. Frese, M., and Gielnik, M. M.(2014). "The psychology of entrepreneurship". *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1: 413–438.
14. Garner, M., Paco, A. & Baker, J. (2010). "Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 15, 406-416.
15. Gergen, K. J. (2008). "On the very idea of social psychology". *Social Psychology Quarterly*, 71, no. 4: 331–337.
16. Gibson, C. & Vermeulen, F. (2000). "A healthy divide: Subgroups as a stimulus for team learning behavior". *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 202-239.
17. Gurol, Y and Atsan ,N. (2006)."EntrepreneurialCharacteristicsAmongst University Students".Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education & Training*, 48(1), pp.25-38.



18. Kriewall, T. J., and Mekemson, K.(2010). "Instilling the entrepreneurial mindset into engineering undergraduates". *The Journal of Engineering Entrepreneurship*, 1, no. 1: 5–1
19. Kruzic, D. & Pavic, I. (2010)."Students' Entrepreneurial Characteristics: Empirical Evidence from Croatia". *The Business Review Cambridge*, 14(2), 216- 221.
20. Küttim, M.; Kallaste, M.; Venesaar, U. and Kiis, A. (2014)." Entrepreneurship education at university level and students entrepreneurial intentions". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110.658 – 668.
21. Lane, A.(2005). "An ontology for the ethnographic analysis of social process: Extending the extended-case method". *Social Analysis*, 49, no. 3: 16–45.
22. Liñán, F. and Chen, Y.-W. (2006)." Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample". *Departament d'Economia de l'Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona*.
23. Lindsay, W., Lindsay, N., & Jordaán, A. (2007). "InvestIgating The Values - Entrepreneurial Attitude - Opportunity Recognition Realtionship In Nascent Entrepreneurs Regional Frontiers OF Entrepreneurship Research".
24. Lourz, L. (2011). "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention" . Ph.D. Dissertation, University of St. Gallen, School of Management, Economics and Social Sciences, Germany.
25. Matviuk, S. G. (2010)."A Study of Peruvian Entrepreneurs Leadership Expectations". *Journal of American Academy of Business Cambridge*, 16(1), 65- 70.
26. National Academy of Engineering. (2004)." The engineer of 2020: Visions of engineering in the new century". Washington, D.C.: The National Academies Press.
27. Neck, H. M., Greene, P. G., and Brush, C. G.(2014)." Teaching entrepreneurship: A practice-based approach". Chapter 3, *The practice of empathy*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
28. Neering, H. L. (2004). "Student's entrepreneurial attitudes and entrepreneurship education in 14 countries". *University of Pécs, Faculty of Business and Economics*.
29. Noble, C. (2015). "Mindsets, mind sets and mind sense". *Prometheus*, 33, no. 4: 411–420.
30. Nyello, R, M. and Chalu, H and Kitindi, E.G..(2015)."Economic Opportunity for Economic Development: The Linkage between Extractive MNCs and SMEs". *The Case of Extractive Firms in the Gas Sector in Tanzania*.See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/290994402>.
31. Packham, G. and Christopher, D. P. and Miller, J. (2010). "Attitudes towards entrepreneurship education: A comparative analysis".See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/235861324>.
32. Pfeifer, S.; Peterka, S., O. and Jeger, M. (2007). "Assessing entrepreneurship education programs in Croatian higher education area". *ICSB International Conference-At Crossroads of East and West: New Opportunities for Entrepreneurship and Small Business*, Turku, Finland, 13-15.06.2007.Available at:<https://www.bib.orb.hr/515656>.
33. Robinson, Peter B., Stimpson, David V., Huefner, Jonathan C., Hunt, H.Keith (2010)." An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*". 01,09-90.
34. Sarasvathy, S. D. (2001)".Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency". *Academy of Management Review*, 26, no. 2: 243–263.
35. Schelfhout, W., Bruggeman, K., and De Mayaer, S.(2016). "Evaluation of entrepreneurial competence through scaled behavioural indicators: Validation of an instrument". *Studies in Educational Evaluation*, 51: 29–41.
36. Shah, S. K., & Tripsas, M. (2007)." The accidental entrepreneur: The emergent and collective

9th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

11 March 2021 - Tehran

نهمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران

محل برگزاری: تهران

۲۱ اسفند ۱۳۹۹



process of user entrepreneurship". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 123-140.

37. Shane, S. (2000). "Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities". *Organization Science*, 11(4), 448-469.

38. Shariff, Mohd Noor Mohd, Saud, Mohammad Basir. (1113). "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia". *International Journal of Business and Management*, 4, 013-090

39. Thompson, J.L. (1999). "The Worlds of Entrepreneur: A new Perspective", *Journal of the workplace learning*, 11(6), 209-224.