

تبیین و بررسی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان زن

حسنعلی آقاجانی^۱، حسین صمدی میارکلایی*^۲ و حمزه صمدی میارکلایی^۳

چکیده

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به گونه مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل، در بسیاری از کشورها بویژه در کشورهای پیشرفته که تا حدودی در آن موانع و مشکلات برطرف شده است، دولت‌ها به شکوفا کردن توان بلقوه مردم پرداختند. هدف این پژوهش نیز ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زودبازده بر کارآفرینان زن استان مازندران می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، ۸۵۰ نفر از زنان کارآفرین استان مازندران می‌باشد، که با توجه به محدودیت‌های خاص جمع‌آوری داده‌ها ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب، برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده، و تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و LISREL انجام شده است. نتایج آزمون T-test نشان داده است که اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی و همه ابعاد مورد بررسی یعنی: تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها، در وضعیت مطلوبی قرار نداشته و یافته‌ها مدل معادلات ساختاری بیانگر تایید کلیت مدل‌ها و ارتباط معنی‌داری مولفه‌ها با اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی بود. در پایان هم به مدیران پیشنهاد می‌شود که بیش از پیش به کیفیت برنامه‌های آموزشی خویش پرداخته، تا شاهد اثربخشی و کیفیت بیشتر این دوره‌ها باشیم.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، اثربخشی، دوره‌های آموزشی، طرح‌های زودبازده.

۱- دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، aghajani@umz.ac.ir

۲- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، باشگاه پژوهشگران جوان، قائمشهر، ایران

۳- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، مدرس دانشگاه پیام نور، hamzeh_samadi@yahoo.com

*- نویسنده مسئول مقاله: hossein_samadi_m@yahoo.com

پیشگفتار

کارآفرینی، خلاقیت و کسب‌وکارهای خطرپذیر به عنوان سوخت موتور اقتصاد مدرن در نظر گرفته شده‌اند. کارآفرینان، همواره نقش مهمی در پیشرفت جوامع داشته‌اند. آن‌ها در رأس کسب و کارها قرار گرفته، در جستجوی فرصت‌ها بوده و خلاقیت نیز ابزاری برای موفقیت آن‌ها تلقی می‌شود. کارآفرینان تغییر را یک پدیده معمولی می‌دانند، همیشه در جستجوی آن هستند، به آن واکنش نشان داده و از آن به عنوان یک فرصت استفاده می‌کنند (Dunphy et al., 1994). کارآفرینان نیازمند مهارت‌های متفاوتی هستند تا بتوانند در ارتقای ابتکارات ایجاد کسب‌وکار سازمانی به موفقیت برسند. آن‌ها باید آینده سازمان و تغییراتی را که احتمالاً در توانایی‌های بنگاه برای توجیه و تأیید ایجاد کسب‌وکار سازمانی رخ می‌دهند، پیش‌بینی کنند. این توانایی نیازمند درک راهبرد، بازارها و دیگر توانمندی‌های بنگاه است. کارآفرینان باید درک کنند که چگونه ابتکارات مرتبط با کسب‌وکار می‌توانند بر واحدهای گوناگون سازمانی به‌شکلی کاملاً متفاوت تأثیر بگذارند و چگونه حول این موضوع کار می‌کنند (Moghimi & Ahmadvpour, 2009).

از یک سو، فعالیت‌های آموزشی هر کشور را می‌توان سرمایه‌گذاری یک نسل برای نسل دیگر دانست، هدف اصلی این سرمایه‌گذاری توسعه انسانی است. به بیان دیگر، هدف فعالیت‌های آموزشی رشد آگاهی و توانایی‌های بلقوه انسان است. افزون بر این، روی هم رفته، آموزش، وسیله‌ای برای شناسایی مسایل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه و پی بردن به راه‌های مناسب برای آن‌هاست. از سوی دیگر، آموزش در 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، نظام‌های آموزشی را می‌توان یکی از پیچیده‌ترین زیر نظام‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دانست (Caufeman & Herman, 1996).

توسعه پایدار و فراگیر جامعه در تمامی ابعاد، از جمله توسعه اقتصادی مرهون و وابسته به تمام آحاد جامعه اعم از زن و مرد است. حضور فعال و پویای زنان، گاه به صورت مشارکت سازنده، مفید و گاه غیرمستقیم در عرصه توسعه اقتصادی است. وضعیت زنان در هر جامعه‌ای نشان دهنده میزان پیشرفت آن جامعه است و این واقعیتی است که روز به روز تعداد بیش‌تری آن را در می‌یابند، بدین منظور، از دهه هفتاد میلادی مسایل مربوط به رقابت همه جانبه زنان در فرایند برنامه‌های توسعه ملی به تدریج وارد دستور کار سازمان‌های توسعه و عمران ملی و بین‌المللی شد. از این رو، ضرورت آموزش کارآفرینی در زنان به صورت یک امر بدیهی درآمده است و پیشرفت و توسعه جوامع، سازمان‌ها و نهادها در گرو ارتقای سطح دانش، مهارت، رفتار و بینش این منابع انسانی است (Arend, 2007).

با توجه به اهمیت مسئله، هدف از این پژوهش بررسی و ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان زن استان مازندران و رتبه‌بندی ابعاد آن، که شامل سه متغیر تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها است، می‌باشد.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی فرایندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های گوناگونی رخ می‌دهد و طی آن تغییرات در سامانه اقتصادی از راه نوآوری افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد و این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد (Echols & Neck, 1998). کارآفرینی یک فرآیند پویا از بصیرت، تغییر و آفرینش است. کارآفرینی نیازمند کاربرد انرژی و علاقه شدید در جهت خلق و اجرای ایده‌ها و ایجاد راه‌حل‌های جدید است. عناصر اصلی کارآفرینی عبارتند از: تمایل به پذیرش ریسک‌های حساب شده؛ بر حسب زمان، برابری، یا کارراهه؛ توانایی تدوین یک تیم مخاطره‌پذیر اثربخش؛ مهارت خلاق برای مرتب‌کردن منابع مورد نیاز؛ مهارت بنیادی بنای طرح تجاری قابل اطمینان؛ و در نهایت، بصیرت در شناسایی فرصت‌هایی که دیگران آن را به صورت آشوب، متناقض و درهم‌وبرهم می‌بینند (Kuratko, 2003; 2004).

کارآفرینی یک واژه شایع است. سیاست‌گذاران، اقتصاددانان، انجمن‌های علمی و حتی دانشجویان دانشگاه در مورد آن صحبت می‌کنند. همه ساله در سراسر دنیا سمینارها، کنفرانس‌ها و کارگاه‌هایی سازماندهی می‌شوند که بر اهمیت کارآفرینی برای کشور و سازمان‌ها، جامعه و نیز توسعه فردی تأکید می‌کنند. امروزه کارآفرینی به عنوان یکی از بهترین استراتژی‌های توسعه اقتصادی برای توسعه رشد اقتصادی کشور و تقویت رقابت‌پذیری کشور و سازمان‌ها در مواجهه با گرایش‌های فزاینده جهانی‌سازی نگریسته می‌شود (Keat et al., 2011). دو رویکرد متفاوت به کارآفرینی وجود دارد: رویکرد شخصیتی و رویکرد رفتاری. در رویکرد شخصیتی، تمرکز بر کارآفرین و شناسایی ویژگی‌های فردی اوست. در واقع این رویکرد تقدم زمانی دارد چرا که اول کارآفرینان وجود داشتند و بعد کارآفرینی به عنوان یک مفهوم مستقل بوجود آمد. در رویکرد رفتاری تکیه بر رفتارهای کارآفرین در فرآیند راه اندازی یک کسب‌وکار است. البته، گفتنی است امروزه کارآفرین تنها یک جزء از فرآیند کارآفرینی است. در انتها، شاید بهترین تعریفی که می‌توان ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت پذیرد (Hisrich, et al., 1985). ریچارد چرویتز استاد دانشگاه تگزاس، در زمینه کارآفرینی باور دارد که: «تولید ثروت مادی تنها یکی از تجلی‌های کارآفرینی

است. کارآفرینی یک کسب و کار نیست. کارآفرینی نگرشی به درگیرشدن در دنیا است-یک فرآیند نوآوری فرهنگی است» (Gibb & Hannon, 2006).

شومپیتر از معروف‌ترین دانشمندان رشته اقتصاد است که درباره کارآفرینی و کارآفرینان نظریات جالب و درخور توجهی را ارائه داده است. شومپیتر بر این باور بود که کارآفرین، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصاد است و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد (Casson, 1982). وی نقش مدیران و افراد ایجاد کننده کسب و کار را متفاوت از نقش کارآفرینان می‌دانسته و بر این باور بود که کارآفرینی یعنی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، یافتن بازاری جدید، یافتن منابع جدید و یا ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت. و کارآفرین در این میان کسی است که بتواند در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش، صاحبان سرمایه را متقاعد نموده و آن‌ها را با خود همراه سازد (Palmer, 1987). کارآفرینی به عنوان یک فرایند چند جانبه بشمار می‌رود و در سازمان‌های متفاوت و مکان‌های گوناگون کاربرد دارد و نباید صرفاً از دیدگاه انتفاعی به آن نگاه کرد. امروزه واژه کارآفرینی بیش‌تر در بخش خصوصی بکار برده می‌شود، در حالی که کارآفرینی سازمانی به عنوان یک فرایندی تعریف می‌شود که در آن افراد در داخل سازمان به دنبال فرصت‌هایی هستند که مستقل از منابع آن سازمان است، یا در آن کارکنان برای انجام کارهای جدید با یکدیگر تعامل دارند (Zampetakis & Moustakis, 2010).

کسب‌وکارهای مستقل که به وسیله کارآفرین بنیان‌گذاری می‌شود، مهم‌ترین نوع کارآفرینی مورد بحث در ادبیات مرسوم کارآفرینی است. ویژگی این سازمان؛ مدیریت مالک، سادگی فعالیت‌های اجرائی و معمولاً حجم کوچک و نوپا بودن کسب‌وکار است. در این شرایط، کارآفرینی به معنای ایجاد ساختاری ملموس برای یک کسب‌وکار است. مالکان این کار را از راه ترکیب عوامل تولیدی به‌گونه‌ای که ارزش افزوده برای بازار به دنبال داشته باشد، انجام می‌دهند. راهبردها عمدتاً برگرفته از شخصیت و اهداف مالک است. اغلب مهم‌ترین هدف راهبردی، انجام کاری متفاوت برای دستیابی به یک قیمت مناسب است که می‌تواند سود خوبی را در ازای سرمایه‌گذاری انجام شده به دنبال داشته باشد و امکان توسعه بیش‌تر را فراهم آورد. به نوعی، اولویت‌های راهبردی در کنار توسعه کالا تکامل می‌یابند و بازارهایی را شناسایی می‌کنند که هم‌اینک خدمات خوب و کافی در آن‌ها ارائه نمی‌شود (Moghimi & Ahmadpour, 2009).

یک کارآفرین با توجه به نیاز توفیق‌طلبی و با هدف بهبود عملکرد (رشد، سود و غیره) خود در شرایط چالشی و رقابتی، به تأسیس و اداره کردن یک کسب‌وکار اقدام می‌کند (Hansemark, 1998; Utsch & Rauch, 2000; Murray, 1983). این خصوصیت منحصر به فردی است که کارآفرینان را در راستای موفقیت در کار و تعالی، به سوی چالشی رودررو در کار برمی‌انگیزاند

(Atkinson & Raynor, 1974; Grote & James, 1991). کارآفرینی با ایده‌های کسب و کار جدید که ممکن است موجب تغییراتی در ماهیت بازار شود مرتبط است. کارآفرینی عبارت است از جستجوی فرصت‌ها و توانایی شناسایی شکاف‌های موجود در بازار است. رویکرد کارآفرین محوری، رویکردی است که روی نوآوری بازار و محصول، و طرح‌های خطرپذیر تأکید داشته و با تمایل به پیشگامی در نوآوری، به دنبال کسب برتری بر رقباست (Miller, 1983). نوآوری به عنوان یکی از مؤلفه‌های کارآفرینی، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر همه سازمان‌ها تلقی می‌شود. بنابراین، سازمان‌ها باید برای موفقیت در عملکرد خود و دستیابی به مزیت‌های رقابتی پایدار، از راه نوآوری، همواره به دنبال کشف فرصت‌های جدید باشند (Tajeddini et al., 2006).

توانایی یادگیری کارآفرینی یا تیم کارآفرینانه، مرکز ثقل فرایند رشد کسب‌وکارهای کوچک است. برای تسهیل رشد این شرکت‌ها، کارآفرینان باید از تصمیم‌ها، تجربه‌ها و اشتباهات و شبکه‌های که در آن عضویت دارند، بیاموزند. دیوید دیکنز و مارک فریل با استفاده از مورد کاوی‌های صورت گرفته، نشان می‌دهند که کارآفرینی و فرآیند رشد کسب‌وکارهای آن‌ها، ضرورتاً غیرخطی و منقطع است و فرآیندی است که شاخص‌های مهم آن، رویدادهای یادگیری حیاتی و مهم است. توانایی کارآفرینان برای بهینه‌سازی دانش، به عنوان برون‌داد تجربه کردن این رویدادهای یادگیری، در تضمین موفقیت کسب و کارهای آن‌ها تعیین کننده خواهد بود (Moghimani & Ahmadpour, 2009).

در مورد ارزیابی آموزشی باید اشاره کرد که از آن تعابیر گوناگونی ارایه شده است. هدف ارزیابی، مانند نظارت، گردآوری داده‌ها برای بهبود فرایند برنامه‌ریزی است. باید توجه داشت که ارزیابی فقط یک بار پس از اجرای برنامه آموزشی انجام نمی‌پذیرد بلکه در تمام طول اجرای برنامه به گونه مستمر باید انجام گیرد تا تطبیق عملکرد را با هدف برنامه امکان پذیر سازد. ارزشیابی به عنوان جریانی تلقی می‌شود که داده‌های لازم برای تصمیم‌گیری فراهم می‌شود. در ارزیابی برون‌داد نظام آموزشی باید درباره تغییرات حاصل در دانش، نگرش و توانایی‌های پرورش یافته قضاوت کرد. ارزیابی این تغییرات شامل در نظر گرفتن توزیع متغیرهای مربوط (نقطه تمرکز و پراکندگی آن‌ها) پیش و پس از اعمال سیاست‌های مورد نظر برای افزایش کارایی می‌شود. دامنه تغییرات برون‌دادهای آموزشی (دانش، نگرش و مهارت‌ها) را می‌توان برحسب متغیرهایی از جمله سابقه اجتماعی و اقتصادی، جنسیت و امثال آن تحلیل کرد. منظور از داشتن این متغیرهای تعدیل کننده، ممکن است تغییرات حاصل از اجرای سیاست‌های افزایش کارایی را نمایان کند. در ارزیابی کارایی آموزشی، افزون بر برون‌دادها باید به پیامدهای نظام آموزشی نیز توجه کرد. این پیامدها نیز شامل اشتغال، درآمد الگوی مصرف، رضایت شغلی و حرفه‌ای، نگرش فردی، رفتار اجتماعی، باورها

و مشارکت سیاسی، نگرش اقتصادی، اجتماعی، رفتار مذهبی و امثال آن است (Windham & Chapman, 2003).

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل، در بسیاری از کشورها بویژه در کشورهای پیشرفته که تا حدودی در آن موانع و مشکلات برطرف شده است، دولت‌ها به شکوفا کردن توان بلقوه مردم پرداختند. به این منظور، آموزش به تولیدکننده‌گان کوچک بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها، آشنایی با فن‌آوری و دانش فنی جدید و چگونگی بکارگیری آن‌ها، روش‌های جدید علمی و مدیریتی و بازرگانی جامعه عمل پوشید.

بحثی را بروکاس و هوریتز در سال ۱۹۸۶ بیان کردند که به خوبی اهمیت آموزش را نشان می‌دهد، آن‌ها بیان کردند که به احتمال زیاد، بیش‌تر کارآفرینانی که دارای تجربه هستند، شکست خواهند خورد، اما نه آن‌هایی که دارای آموزش هستند. و دوم، به احتمال زیاد کارآفرینانی هم که دارای آموزش به تنهایی هستند و دارای تجربه نیستند، شکست خواهند خورد. به طور کلی، ادبیات نشان داده است که اگر چه تعدادی از کارآفرینان مشهور از راه غیر آموزشی پدیدار گشته‌اند، اما کارآفرینان با یک آموزش عمومی خوب، موفقیت‌های بیش‌تری را در مقایسه با آن‌هایی که آموزش‌های مطلوب کم‌تری را دیده بودند، کسب کرده‌اند. افزون بر این، کارآفرینان زمانی موفق‌تر خواهند بود که آموزش با تجربه ترکیب باشد (Robinson & Sexton, 1994; Scott et al., 1998; Vesper, 1990; Brockhaus & Horwitz, 1986).

زیتامل و رایس بر این باورند که آموزش در زمینه کارآفرینی، تمامی حوزه‌ی مربوط به مسایل اجرایی در اقتصاد را به خود اختصاص داده و این نگرش در آن زمان نزدیک‌ترین دیدگاه در مورد مفهوم رایج در دانشگاهها درباره آموزش مدیریت بوده است. با جدا شدن شاخه‌های متعدد از آموزش اقتصادی که این دو آن را مطرح کردند، باور داشتند که رشته‌ای مثل کارآفرینی، با داشتن دیدگاهی عقلی و منطقی که به سرعت در جهان در حال گسترش است، می‌تواند در بین افرادی که آرزو دارند در امور اجرایی، مدیریتی و کارآفرینی فعالیت کنند، جای خود را به سرعت باز می‌کند (Alimiri, 2009).

یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها و رشته‌های آموزشی بسیاری از دانشگاهها در دنیای امروز آموزش کارآفرینی می‌باشد. طی دهه ۱۹۸۰، دانشگاهها بر حسب ویژگی گروههای مورد آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی، برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و عمومی طراحی نموده‌اند. دولت‌های اروپایی حمایت‌های ویژه‌ای را از فعالیت‌های مشوق کارآفرینی بین

جوانان بعمل می‌آورند. در آمریکا نیز آموزش کارآفرینی در درون دوره‌های دانشگاهی و نیز به وسیله نهادهای خاصی مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. کانادا و برخی کشورهای آسیایی هم چون فیلیپین، هند و مالزی نیز گام‌های اساسی جهت حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی برداشته‌اند. این حمایت‌ها شامل راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارائه تسهیلات مالی و برگزاری دوره‌های ویژه در خصوص کارآفرینی در درون دانشگاه‌ها و یا خارج از دانشگاه‌ها می‌باشد (Gibb, 1990).

اثر آموزش روی موفقیت کسب و کار به وسیله یک کارآفرین، موضوع بسیاری از بحث‌ها و مجله‌های آکادمیک و مشهور بوده است. یکی از توجهات اصلی آن‌ها تمایل به خلق، موفقیت پیوسته و رشد کسب و کارهای جدید است که هم موضوع کارآفرینی است که تازه ایجاد شده یا چه آن‌هایی که از راه آموزش و تعلیم ایجاد شده‌اند. تیمونس در کتابش به عنوان خلق اقدام جدید، پیشنهاد داد که کارآفرینان دانش و مهارت‌های مربوطه را در طی سال‌ها جمع کنند و فرصت‌های حاصل از نتیجه تجربه و برنامه‌ریزی و آموزش پیگیری کنند. پژوهش‌گران دیگری هم‌چنین، از پیشنهاد تیمونس حمایت کردند و ادعا کردند که دانشجویان کسب و کارشان را بخاطر بروز استعدادها و ارائه آموزش کارآفرینی، زود شروع کنند (Timmons, 1994).

برای آن‌که دوره‌های آموزشی کارآفرینی با موفقیت همراه باشد، باید نکاتی چند مورد توجه و اهتمام قرار گیرد، که عبارتند از:

۱. ترکیب شرکت کنندگان در کلاس‌های آموزش کارآفرینی متنوع باشد. ۲. کلاس‌ها در بردارنده بازخوردهای مستمر و حتی از قبل پیش‌بینی نشده باشد. ۳. افزون بر راه اندازی کسب و کار جدید بر انواع ابتکارات و خلاقیت‌های کارآفرینانه هم تاکید نماید. ۴. جهت هر یک از بحث‌ها و مسایل کلاس، راه حل و جواب مشخص و معینی ذکر گردد. ۵. امکان تغییر و اصلاح برنامه‌های آموزشی توسط معلم و یا استاد به آسانی میسر و مقدور باشد. ۵. از سبک‌ها و روش‌های گوناگون تدریس استفاده گردد تا باعث ایجاد هیجان و جذابیت شود. ۶. معلمان و یا استادانی که کارآفرینی را تدریس می‌کنند، خودشان کارآفرین باشند (Zeiders, 2003; Bygrave & Hofer, 1991).

با توجه به این‌که بررسی‌های پژوهشگران نشان از قابل اکتساب بودن بسیاری از ویژگی‌های کارآفرینان دارد، لذا، دوره‌های آموزشی مخصوصی برای کارآفرینی طراحی شده است. هدف این دوره‌ها در مجموع تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت‌شناس و بطور کلی افرادی که تمایل قوی و بیش‌تری برای راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند می‌باشد. در حقیقت هدف اصلی از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افرادی دارای اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، و بطور کلی افرادی است که انگیزه‌ای قوی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید داشته باشند (Cotton, 1998).

در واقع، منظور از اجرای دوره‌های آموزشی گوناگون 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 می‌باشند (Gibb, 1987). به بیان دیگر، این قبیل دوره‌ها به دنبال بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد نسبت به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشند. اهداف دوره‌های آموزش کارآفرینی را می‌توان به گونه‌ای دیگر نیز در شش مورد بشرح زیر دسته‌بندی نمود: کسب دانش مربوط به کارآفرینی، کسب مهارت در تحلیل فرصت‌های اقتصادی و ترکیب برنامه‌های عملیاتی، تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی، القای مخاطره‌پذیری (ریسک‌پذیری) در استفاده از فنون تحلیلی، توسعه هم‌فکری و حمایت متقابل در جنبه‌های انحصاری کارآفرینی، و بالاخره تقویت نگرش در جهت پذیرش تغییر. در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت که بطور کلی هدف‌های مورد نظر در آموزش کارآفرینی عبارتند از:

تحریک انگیزه‌ها: یکی از اهداف آموزش و ترویج کارآفرینی، تحریک انگیزه‌ها در افرادی است که دارای خصوصیات کارآفرینانه می‌باشند. 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.

پرورش ویژگی‌ها: چنان‌که ذکر شد ویژگی‌هایی که موجب می‌گردد تا فرد کارآفرین شود ارثی نیست بلکه اکتسابی است. بنابراین پرورش این ویژگی‌ها در افراد گوناگون لازم است. برخی افراد در محیط‌هایی پرورش می‌یابند که زمینه برای تحریک انگیزه‌ها و پرورش ویژگی‌های آن‌ها فراهم است لذا در صورتی که این افراد کسب‌وکاری را شروع نمایند اغلب با موفقیت همراه خواهد بود. اما بیشتر مردم در چنین محیط‌هایی قرار ندارند، لذا ایجاد انگیزش و پرورش ویژگی‌ها از راه 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، و دادن داده‌های آموزشی نسبت به خصوصیات شخص از راه مرکز کنترل می‌باشد.

آموزش مهارت‌ها: آموزش مهارت‌ها به سه دوره تقسیم می‌گردد: قبل از تاسیس شرکت، زمان تاسیس شرکت، و پس از تاسیس شرکت (اداره شرکت). در دوره پیش از تاسیس، فرد کارآفرین، چگونگی راه‌اندازی یک کسب‌وکار و مراحل آن، چگونگی انجام کارهای گروهی و مهارت‌های ارتباطی و نظایر آن را می‌آموزد. در زمان تاسیس، باید در زمینه مسایل مالی، شناخت بازار، اصول

مدیریت، بیمه، اقتصاد، کانون 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 تاسیس شرکت هستند. کلیه هدف‌ها و مراحل فوق‌بمنظور ایجاد انگیزش در بین افراد و پرورش کارآفرینان جدید، آگاهی دادن، هدایت و تشویق کارآفرینان به سوی کسب مهارت‌های لازم و ارایه 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.

پیشینه تجربی پژوهش

غلام‌پور و کلیچ (Gholampour & Kelig, 2012)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کوتاه مدت مهارت‌های کارآفرینی بر دانشجویان و دانش‌آموختگان استان مازندران و در جامعه آماری ۱۵۱۱ نفره از دانشگاهها، مراکز کارآفرینی، اداره کار و امور اجتماعی و جهاد دانشگاهی استان مازندران، با نمونه آماری بالغ بر ۲۱۴ نفر، دریافتند که آموزش کارآفرینی برای دانشجویان، در افزایش سطح مهارت‌ها، تحریک انگیزه‌ها و پرورش ویژگی‌ها، اثربخش نبوده، ولی مدل مفهومی پژوهش به‌وسیله مدل معادلات ساختاری مورد تایید قرار گرفت.

شریف و همکاران (Sharif et al., 2011)، در پژوهشی با عنوان تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران، با قرار دادن بخشی از جمعیت کارآفرینان، مدیران کارآفرین، متخصصان برنامه‌ریزی درسی، و مدیریت آموزشی در سطح کشور، با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، و انتخاب ۶۵ نفر به‌عنوان نمونه، با از راه آزمون تی‌استیودنت، دریافتند که مقدار t مشاهده شده، از مقدار بحرانی بزرگ‌تر است، یعنی از نظر پاسخ‌گویان، مؤلفه‌های هدف‌ها، محتوا، راهبردهای یاددهی و یادگیری، شیوه‌های مدیریت و نظارت و ارزیابی آموزش کارآفرینی، در وضعیت مطلوبی نبوده و باید بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی مد نظر قرار گیرد.

احمدی و امید (Ahmadi & Omid, 2010)، پژوهشی را با عنوان بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)، در سال ۱۳۸۸ به‌عمل آوردند. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۲۹۰ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۴۵۶ نفر دانشجوی دوره دکتری بودند که از این میان ۳۱۳ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند، نتایج نشان داد که آموزش‌های فعلی دانشگاه، آموزش‌های ارایه شده به وسیله آموزش‌گران و محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌باشند، هم‌چنین استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های

سنتی، و مهم‌ترین خصوصیات آموزش‌گران دانشگاه ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام پژوهش و مهم‌ترین خصوصیات محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، تناسب آن با علایق و توانایی‌های دانشجویان می‌باشد.

مقیمی و احمدپور (Moghimi & Ahmadpour, 2009)، مقاله خود را با عنوان آموزش کارآفرینی در کسب‌وکارهای متوسط ایران: نیازها و راه‌کارها، به سرانجام رساندند، و جامعه آماری خود را شرکت‌های کوچک و متوسط که کم‌تر از ۵۰ نفر کارمند و گارگر دارند، کارشناسان ادارات کل صنایع و معادن، شرکت‌های دارای سابقه کم‌تر از ۵ سال، معرفی کردند که از این میان ۱۱۳ شرکت و ۳۰ نفر از پژوهشگران ارشد صنایع کوچک و متوسط به‌عنوان نمونه انتخاب شدند، نتایج حاصله نشان داد که به علت شکاف زیاد بین وضع موجود و مطلوب بسیاری از مؤلفه‌های آموزشی، برای تقویت مهارت و روحیه کارآفرینی، برنامه آموزشی وسیع و جدی مورد نیاز است.

باقرصاد و همکاران (Baghersad et al., 2013)، در مقاله‌ای با هدف شناسایی عوامل کلیدی موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، با قرار دادن ۱۰۰ نفر از اساتید دانشگاه و مدیران مطلع و فعال در زمینه ارائه خدمات آموزشی الکترونیکی دانشگاه تهران، به عنوان نمونه، دریافتند که به‌طور کلی چهار دسته از عوامل وجود دارند که موفقیت آموزش الکترونیکی در زمینه کارآفرینی را تعیین می‌کنند که شامل مدیریت آموزش، رهبری فنی، محتوای دروس و ویژگی‌های دانشجو می‌شود، هم‌چنین، آزمون اسپیرمن نشان داد که میان این متغیرها همبستگی مثبت و نسبتاً قوی وجود دارد.

فرنیاء و همکاران (Farnia et al., 2013)، به بررسی ارزیابی دوره‌های آموزشی برگزار شده برای شرکت‌های تعاونی استان آذربایجان شرقی پرداختند، جامعه آماری پژوهش به تعداد ۷۵۹۳ نفر که شامل کلیه افراد شرکت کننده در کلاس‌های آموزشی می‌باشند، بود که از این میان ۳۵۷ نفر بوسیله نمونه‌گیری خوشه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج نشان داد که برگزاری دوره‌های آموزشی از سوی تعاونی استان برای شرکت‌های تعاونی، میانگینی بیش از حد متوسط دارند و میان مؤلفه‌های آن ارتباط مثبت و معنی‌داری نیز وجود دارد.

تی‌والف‌هون (Twaalfhoven, 2000)، طی پژوهشی به مقایسه و مطالعه تطبیقی آموزش‌های کارآفرینی و چگونگی تأمین مالی آن‌ها بین کشورهای ایالات متحده آمریکا، ژاپن، سوئد، هلند، آلمان، دانمارک و بلژیک پرداخته و چگونگی آموزش کارآفرینی، رشد علاقه‌مندی به آن، فعالیت‌های تأسیس شرکت، رابطه آموزش‌های کارآفرینی و رشد اقتصادی این کشورها را مورد بررسی قرار داده است. نتیجه کار این محقق شناخت تفاوت‌های بین این کشورها، علت و میزان این تفاوت‌ها و چگونگی پرکردن این تفاوت‌ها بوده است که باعث تحریک انگیزه‌های کارورزان می‌شد.

پوستیگو و تمبورینی (Postigo & Tamborini, 2007)، پژوهشی را با عنوان آموزش کارآفرینی دانشگاه در آرژانتین انجام دادند. آن‌ها در این پژوهش سعی کردند به ارزیابی و تجزیه و تحلیل آموزش کارآفرینی دانشگاه در طی دهه گذشته در آرژانتین بپردازند. آن‌ها ملاحظه کردند که بیش‌تر برنامه‌های آکادمیک دانشگاه‌های منطقه به تمرکز روی تربیت دانشجویان بعنوان یک کارمند حرفه‌ای و تخصصی گرایش داشتند و بندرت به فرصت‌های توسعه شایستگی‌های دانش‌آموختگان برای این‌که خودشان کسب و کار جدیدی را آغاز کنند، توجه می‌شود.

مطالعه‌ای در سال ۱۹۹۳ توسط دولینسکی و همکاران (Dolinsky et al., 1993)، با عنوان تاثیر آموزش روی مالکان کسب و کار انجام شد. آن‌ها یک نمونه طولی در سطح ملی بر روی زنان برای بررسی تغییرات ورود، ماندن و داخل شدن به شغل آزاد یا مستقل به وسیله سطوح پیشرفت آموزشی انجام دادند. پژوهشگران دریافتند که احتمال بقا پس از ورود به داخل شغل آزاد به گونه یکسانی با افزایش سطوح پیشرفت آموزشی بیشتر می‌شود. مطالعه نشان می‌دهد که میزان ورود اولیه، استخدام مستمر و وضع داخل شدن مجدد با افزایش سطوح پیشرفت آموزشی افزایش می‌یابد. پژوهشگران هم‌چنین بیان می‌کنند که مالکان کسب و کار کم‌تر آموزش دیده ممکن است بیش‌تر در معرض محدودیت‌هایی در زمینه مالی و انسانی که کسب و کارشان را تعقیب می‌کند، قرار بگیرند.

کارایانیس و همکاران (Carayannis et al., 2003)، در پژوهشی به مطالعه تطبیقی آموزش‌ها برای دانشجویان کارآفرینی در سه سطح زیر لیسانس، لیسانس و نیز دوره تحصیلات تکمیلی در دو کشور فرانسه و امریکا پرداخته و ضمن بیان نتایج و یافته‌های گوناگون اشاره کرده‌اند که در امریکا، دیدگاه‌ها و ادراکات افراد در مورد کارآفرینی و آموزش‌های مربوط به آن و نیز عوامل نهادی و محیطی مؤثر بر تأسیس و استمرار حیات شرکت‌های کارآفرینانه، در مقایسه با فرانسه حالت مثبت و مساعدتری دارد. پژوهش دیگری که در مورد علل کارایی و اثربخشی سرمایه‌گذاری انجام شده در دوره‌های آموزشی ارائه شده در سازمان‌ها انجام شد، به این نتیجه ختم گردید که بسیاری از مسئولان در سازمان‌های امروزی، هنوز تفاوت‌های موجود میان آموزش در محیط کار و آموزش در محیط آکادمیک را بدرستی درک نکرده‌اند (Tamara, 2004).

شیلینگ‌کاو (Shilingcow, 2003)، در مطالعه‌ای بر روی کارآیی و اثر بخشی دوره‌های برگزار شده ضمن خدمت در مقطع زمانی سال‌های ۱۹۹۹-۲۰۰۲ بین کارکنان کارکنان مخابرات شهر استکهلم، دریافت که سطح تاثیر این دوره‌ها بر سطوح و گروه‌های گوناگون کارکنان شاغل در سازمان متفاوت بوده است و بیش‌تر تاثیر این دوره‌ها بر کارآیی و اثربخشی مدیران و کارکنان

رده‌های عملیاتی شرکت بوده است و در کل این آموزش‌ها نقش بسزایی در پرورش ویژگی‌های کارآفرینی کارکنان دارد.

مورفیت (Morfitt, 2000)، پژوهش خود را در کشور کانادا انجام داد و در خصوص فعالیت‌های آموزش ضمن خدمت کارکنان دولت در سه وزارتخانه کشاورزی، دادگستری و راه و ترابری دریافت که برای بیشینه کردن ظرفیت‌های سازمان دولتی، باید به مدیران کارآمد و کارکنان ماهر و توانمند به عنوان پیش‌نیاز تکیه کنند.

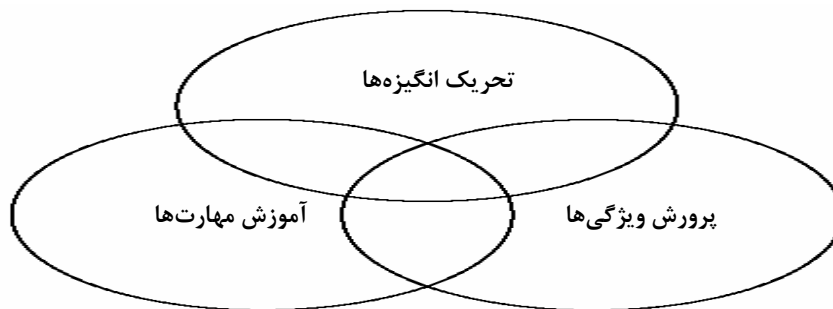
فرضیه‌های پژوهش

باتوجه به ادبیات نظری و پیشینه تجربی ارایه شده، فرضیه‌های پژوهش این‌گونه مطرح می‌شوند:

- ۱- میان متغیرهای پژوهش ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- ۲- کلیت مدل ارایه شده قابل قبول و میان متغیرهای پژوهش رابطه معنی‌داری وجود دارد (رابطه علی).
- ۳- دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زودبازده بر کارآفرینی کارورزان و ابعاد آن اثربخش بوده است.
- ۴- رتبه‌بندی میانگین هر یک از مولفه‌های اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی با هم برابر نیست.

مدل مفهومی پژوهش

بمنظور تعیین نیازهای آموزشی طرح‌های زودبازده و کارآفرین جامعه آماری این طرح با توجه به ماهیت سازمانی آن‌ها، حوزه‌های اصلی نیازهای آموزشی آن‌ها عبارتند از: سازمان، شغل و فرد. بر این اساس، همان‌گونه که پیش‌تر هم آمده است، هدف‌های مورد نظر در آموزش کارآفرینی به گونه‌ای ویژه در سه حوزه تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها می‌باشد. لذا، مدل مفهومی پژوهش به گونه‌ای طراحی شده است که بتواند نخست نیازهای آموزشی کارآفرینانه را در سه حوزه بالا تعیین کند و دوم این‌که بتواند آن‌ها را نسبت به یک‌دیگر اولویت‌بندی کند.



نمودار ۱- مدل مفهومی طرح پژوهش

روش پژوهش

در مورد روش پژوهش تاکنون نظرات و دیدگاه‌های متفاوتی بیان شده است. با این وجود با توجه به روش‌های چهارگانه دیدگاه تئوری پرداز، یعنی بسط یا بهبود تئوری‌های موجود، مقایسه دیدگاه‌های تئوریک گوناگون، بررسی پدیده خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک گوناگون و بالاخره بررسی پدیده‌ای مستند و تکراری در محیط و شرایط جدید، این پژوهش در گروه چهارم قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش را تمامی شرکت‌ها یا نهادهایی که اقدام به گرفتن وام برای طرح‌های زود بازده و اشتغال‌زا در استان مازندران نموده‌اند را در بر می‌گیرد که تعداد آن‌ها بر اساس داده‌های موجود ۸۵۰ نفر یا شرکت می‌باشد. با توجه به محدودیت‌های خاص جمع‌آوری داده‌ها ۱۶۰ نفر با روش‌های نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که پرسشنامه‌ها در میان آن‌ها توزیع شده و در نهایت، تعداد ۱۲۰ پرسشنامه مناسب تجزیه و تحلیل آماری جمع‌آوری شده است.

با توجه به آمار مشاهده شده از جداول توصیفی باید گفت؛ که در نمونه مورد مطالعه از نظر سن ۸۱٪ بین (۲۰-۳۰)، ۱۴٪ بین (۳۱-۴۰) و ۵٪ بین (۴۱-۵۰) سال سن داشتند، از این میان ۴۴٪ مجرد و ۵۶٪ متأهل، از نظر تحصیلات ۱۰٪ زیر دیپلم، ۴۶٪ دیپلم، ۱۵٪ کاردانی و ۲۶٪ لیسانس و ۳٪ کارشناسی ارشد بوده‌اند.

داده‌ها به وسیله پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری شده است. سوالات پرسشنامه یاد شده از دو بخش مجزا تشکیل شده‌اند، سوالات ارزیابی اثربخشی و ویژگی‌های زندگی‌نامه‌ای. باید گفت در بخش نخست این پرسش‌نامه‌ها از ۳ سوال جمعت شناختی، بخش دوم ۷۷ سوال ارزیابی اثربخشی دوره‌های کارآفرینی (با بازه ۱-۱۰)، برای سه مولفه (تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها) در نظر گرفته شده است.

روایی محتوی: برای معتبرسازی پرسشنامه پژوهش، از رویه استخراج اجزای متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی پژوهش، و آنگاه بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظریات متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی استفاده شده است (Hult & Ferrel, 1997). بدین منظور، پرسشنامه طراحی شده، به صورت پیش‌آزمون در اختیار تعداد ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان قرار گرفت آنگاه پس از اخذ نظریات اصلاحی و تعدیل موادی از آن‌ها، دوباره در اختیار تعداد ۲۵ نفر از اعضای جامعه آماری به عنوان نمونه مقدماتی قرار گرفت و بر اساس نظریات اصلاحی این گروه نیز از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. در نهایت، پرسشنامه نهایی طراحی و برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. افزون بر این، شاخص GFI که به عنوان یکی از معیارهای سنجش روایی است (Hair et al., 1998) در این پژوهش بیش‌تر از ۰/۹ بدست آمده است.

پایایی: بمنظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز روش‌های گوناگون 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; Churchill, 1979). این روشی است که در اغلب پژوهش‌های مورد استفاده قرار می‌گیرد (Peterson, 1994). اگر چه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید ۰/۷ باشد اما مقدار ۰/۶ و حتی ۰/۵۵ نیز قابل قبول و پذیرش است (Van de ven & Ferry, 1979). به باور نونالی (Nunnally, 1978)، پایایی‌های مقیاس سنجش (آلفاهای کرونباخ) که کمتر از ۰/۶ هستند ضعیف تلقی می‌شوند، آلفاهایی که در حدود ۰/۷ هستند، قابل پذیرش تلقی می‌شوند، و حال آن‌که آلفاهایی که بالاتر از ۰/۸ هستند به طور عالی مورد ملاحظه قرار می‌گیرند. یافته‌ها نشان می‌دهند که پایایی مقیاس سنجش ارزیابی اثربخشی ۰/۹۵ برآورد می‌شود. در پژوهش حاضر، مقدار پایایی سایر متغیرها بیشتر از ۰/۸۷ بوده، پس می‌توان گفت که پرسشنامه از قابلیت اعتماد خوبی برخوردار هست.

آزمون‌های مورد استفاده در پژوهش: ۱. همبستگی بمنظور تعیین روابط بین متغیرها و نیز محاسبه برخی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی، ۲. مدل معادلات ساختاری بمنظور تبیین کلیت و برآزش معنی‌داری اثرات. ۳. تی تک نمونه‌ای، بمنظور تعیین این‌که آیا متغیرهای سه‌گانه در ابزار پرسشنامه، شرایط مطلوبی را داشته‌اند یا نه؟ و ۴. آزمون فریدمن به منظور رتبه بندی ابعاد متغیرهای پژوهش.

یافته‌های پژوهش

فرضیه نخست: میان متغیرهای پژوهش ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. برای سنجش همبستگی میان متغیرها و بیان برخی از شاخص‌های پراکندگی، در ابتدا از جدول معنی‌داری ضریب همبستگی که در آن مقادیر بحرانی ضریب همبستگی در درجه آزادی ۰/۰۱ لحاظ شده است، استفاده شد.

جدول ۱- آمار توصیفی، پایایی و ماتریس همبستگی میان متغیرهای پژوهش

| ردیف | متغیر | Mean | S.D. | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ |
|------|-----------------|------|------|---------|---------|---------|--------|
| ۱ | تحریک انگیزه‌ها | ۳/۳۵ | ۰/۸۰ | (۰,۸۷) | | | |
| ۲ | پرورش ویژگی‌ها | ۳/۲۹ | ۰/۸۷ | ۰,۷۶۷** | (۰,۹۱) | | |
| ۳ | آموزش مهارت‌ها | ۳/۵۷ | ۱/۰۵ | ۰,۵۸۵** | ۰,۶۵۱** | (۰,۹۳) | |
| ۴ | اثربخشی دوره‌ها | ۳/۴۰ | ۰/۸۰ | ۰,۸۷۰** | ۰,۸۰۵** | ۰,۷۶۹** | (۰,۹۵) |

** معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد

همان‌گونه که در جدول یک مشاهده می‌گردد، ارتباط میان اثربخشی دوره‌ها و مولفه‌های آن، که در سطح معنی‌داری (Sig: ۰,۰۰۰) که از ۰/۰۵ کمتر است، معنی‌دار می‌گردد. هم‌چنین در جدول بالا ضرایب همبستگی سایر عوامل با یکدیگر نیز آرایه شده است. افزون بر آن، در این پژوهش، بمنظور بررسی بیش‌تر و دقیق‌تر، تبیین وضعیت و ارتباط میان متغیرها مورد بررسی قرار گرفت، که نتایج حاصل در قالب خروجی لیزرل آرایه شده است.

فرضیه دوم: کلیت مدل آرایه شده قابل قبول، و میان متغیرهای پژوهش رابطه معنی‌داری وجود دارد (رابطه علی).

بمنظور بررسی کلیت مدل آرایه شده و تبیین رابطه میان متغیرها (رابطه علی) از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. مدل معادلات ساختاری یک تحلیل چند متغیری بسیار قوی از خانواده رگرسیون چند متغیری بوده که ضمن بیان دقیق‌تر بسط مدل خطی کلی GLM به محقق این امکان را می‌دهد که مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه همزمان مورد آزمون قرار دهد. این تحلیل را می‌توان به وسیله تحلیل ساختاری کوواریانس یا روابط خطی ساختاری لیزرل انجام داد. روش لیزرل آمیزه‌ای از دو تحلیل به نام‌های تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) و تحلیل مسیر (مدل ساختاری) تشکیل می‌گردد. برای برآورد مدل اندازه‌گیری بهتر است بر روی تحلیل عاملی تأییدی که بخشی از الگوهای اندازه‌گیری است، تمرکز نمائیم. این الگو در مورد نحوه سنجش متغیرهای پنهان به وسیله متغیرهای مشاهده شده بحث می‌کند.

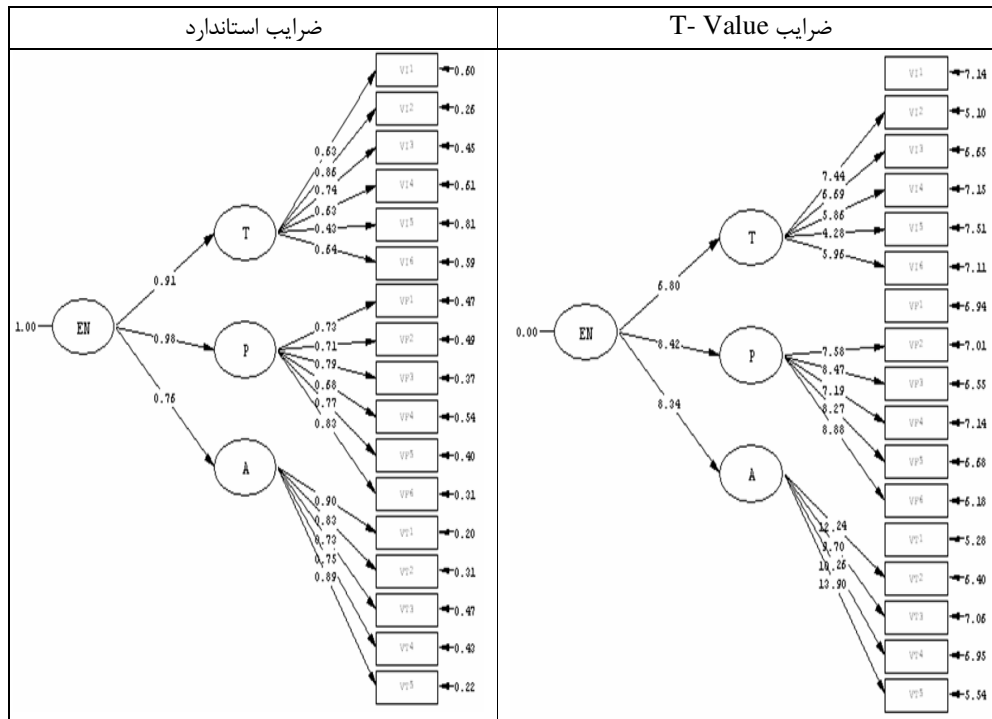
بر مبنای پیشنهادهایی که می‌توان از مطالعات و پژوهش‌های پیشین بدست آورد، شاخص‌های برازندگی زیرین برای این تجزیه و تحلیل انتخاب شده‌اند (Baumgartner & Homburg, 1996; Ping, 2004). چهار تا از این شاخص‌ها کاملاً شاخص‌های برازندگی هستند که برازش کلی الگو به داده‌ها را برای الگوهای ساختاری و سنجشی با یکدیگر مورد ارزیابی قرار می‌دهند (Bollen, 1989). ریشه میانگین مجذور خطای تقریبی (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)؛ در حقیقت دو شاخص باقی مانده شاخص‌های برازندگی تدریجی هستند و به این معنی است که آن‌ها الگوی هدف و مورد نظر را با برازندگی یک الگوی خط صفر یا خط مبدأ مقایسه می‌کنند، به گونه معمول با الگویی که در آن همه متغیرهای مشاهده شده که بمنظور ناهمبسته بودن مفروض هستند، مقایسه می‌کنند (Baumgartner & Homburg, 1996): شاخص (NFI)، و شاخص برازش غیرنرمال (NNFI). جدول ۲ شرحی از این شاخص‌ها، حدود و مقادیر بدست آمده برای مدل‌های اندازه‌گیری و مدل نهایی پژوهش را ارائه می‌نماید.

جدول ۲- مقادیر بدست آمده برازش مدل معادلات ساختاری

| مدل متغیر | RMSEA | GFI | AGFI | NNFI | NFI | CFI | IFI |
|---------------------------|-------|------|------|------|------|------|------|
| تحریک انگیزه‌ها | ۰,۰۵ | ۰,۹۴ | ۰,۸۶ | ۰,۹۲ | ۰,۹۳ | ۰,۹۷ | ۰,۹۷ |
| پرورش ویژگی‌ها | ۰,۰۲ | ۰,۹۵ | ۰,۹۲ | ۰,۹۷ | ۰,۹۵ | ۰,۹۷ | ۰,۹۶ |
| آموزش مهارت‌ها | ۰,۰۴ | ۰,۹۶ | ۰,۸۹ | ۰,۹۸ | ۰,۹۸ | ۰,۹۹ | ۰,۹۹ |
| مدل نهایی آموزش کارآفرینی | ۰,۰۶ | ۰,۹۳ | ۰,۹۱ | ۰,۹۷ | ۰,۹۶ | ۰,۹۵ | ۰,۹۵ |

در این پژوهش برای مدل نهایی $RMSEA = 0/06$ ، $GFI = 0/93$ ، $AGFI = 0/91$ ، $NFI = 0/96$ و $NNFI = 0/97$ بوده است، لذا، مدل پژوهش دارای برازندگی لازم بوده و کلیت آن مورد تأیید است، چرا که $RMSEA$ کمتر از 10% و GFI و NFI نیز بیش‌تر از 90% بوده. مقادیر بدست آمده نشان می‌دهد که مدل مفهومی پژوهش از برازش خوبی برخوردار است و نشان دهنده آن است که روابط تنظیم شده متغیرها بر اساس چارچوب نظری پژوهش منطقی بوده است که در جدول زیر مقادیر بدست آمده برای مدل نهایی پژوهش و مدل‌های اندازه‌گیری متغیرها قابل مشاهده می‌باشد.

با توجه به شاخص‌های ارائه شده در جداول بالا که حاکی از نیکویی برازش مدل بوده است، حال در شکل ذیل مدل مفهومی نهایی پژوهش در حالت استاندارد و عدد معنی‌داری ارائه شده است.



نمودار ۲- مدل سازی مدل مفهومی پژوهش

منظور از ضریب استاندارد مقادیر همبستگی دوتایی است (بین دو متغیر) و جهت مقایسه اثرهای اجزای مدل بکار می‌رود و هر چه این ضریب بیش تر باشد، به معنای اثرگذاری بیش تر متغیر مشاهده‌گر بر متغیر مکنون است و منظور از عدد معناداری در نرم افزار لیزرل همان مفهوم Sig در نرم افزار SPSS می‌باشد با این تفاوت که برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معناداری آن باید بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد و در کل برای تأیید یا رد فرضیات تحقیق بکار می‌رود. عدد معناداری هر چقدر از ۱/۹۶ بزرگتر باشد نشان دهنده آن است که متغیر مستقل اثر علی قوی‌تری روی متغیر وابسته دارد.

جدول ۳- ضرایب استاندارد و معنی‌داری

| H | مسیر ارتباط | ضریب- استاندارد | اعداد معناداری | تایید/رد فرضیه |
|----------------|-----------------------------------|--------------------|-------------------|----------------|
| H ₁ | تحریک انگیزه‌ها ← اثربخشی دوره‌ها | ۰/۹۱ | ۶/۸۰ | تایید |
| H ₂ | پرورش ویژگی‌ها ← اثربخشی دوره‌ها | ۰/۹۸ | ۸/۴۲ | تایید |
| H ₃ | آموزش مهارت‌ها ← اثربخشی دوره‌ها | ۰/۷۵ | ۸/۳۴ | تایید |

همان‌گونه که در جدول بالا مشخص است، فرضیه ارتباط متغیرهای پژوهش معنی‌دار بوده است و دارای ضریب استاندارد بالایی هستند، یعنی همه ابعاد اثربخشی دوره‌ها آموزشی بر اثربخشی دوره‌ها تاثیرگذار و تبیین کننده آن هستند.

فرضیه سوم: دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زودبازده بر کارآفرینی کارورزان و ابعاد آن اثربخش بوده است.

بمنظور بررسی این‌که هر کدام از متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش، از نظر پاسخ‌گویان در سطح مناسب یا مطلوبی قرار دارند یا نه، از آزمون t یک نمونه‌ای استفاده می‌کنیم. مقدار t محاسبه شده برای همه متغیرها منفی بدست آمده است و در منطقه بحرانی نیز قرار گرفته است، می‌توان نتیجه گرفت که فرض یک رد می‌گردد و فرض مقابل آن مبنی دوره‌های آموزشی طرح‌های زودبازده و کارآفرین در اثربخشی دوره‌های کارورزان اثربخش نبوده است، برای تمام ابعاد اثربخشی دوره‌ها پذیرفته می‌شود. می‌توان گفت که از نظر پاسخ‌گویان اثربخشی دوره‌ها با تمام ابعاد آن در جامعه مورد نظر از وضعیت مطلوبی برخوردار نبوده‌اند.

جدول ۴- نتایج آزمون T تک نمونه‌ای

| مقدار آزمون (test value =7) | | | | | | متغیرها |
|-----------------------------|------------|---------------|----------------|-----------------------|--------------------|-----------------|
| آماره T | درجه آزادی | سطح معنی داری | اختلاف میانگین | فاصله اطمینان ۹۵ درصد | حد بالا / حد پایین | |
| -۴۹,۴۰ | ۱۱۹ | ۰,۰۰۰ | -۳,۶۴ | -۳,۵۰ | -۳,۷۹ | تحریک انگیزه‌ها |
| -۴۶,۳۴ | ۱۱۹ | ۰,۰۰۰ | -۳,۷۰ | -۳,۵۴ | -۳,۸۶ | پرورش ویژگی‌ها |
| -۳۵,۷۲ | ۱۱۹ | ۰,۰۰۰ | -۳,۴۲ | -۳,۲۳ | -۲,۶۱ | آموزش مهارت‌ها |
| -۴۹,۰۱ | ۱۱۹ | ۰,۰۰۰ | -۳,۵۹ | -۳,۴۴ | -۳,۷۳ | اثربخشی دوره‌ها |

فرصیه چهارم: رتبه‌بندی میانگین هر یک از مولفه‌های اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی با هم برابر نیست.

جدول ۵ نتایج آزمون فریدمن را در مورد مولفه‌های اثربخشی دوره‌ها نشان می‌دهد.

جدول ۵- نتایج آزمون فریدمن مربوط به مولفه‌های اثربخشی دوره‌ها

| درجه آزادی | آزمون کای - مربع | تعداد پاسخ‌ها | سطح معنی‌داری |
|------------|------------------|---------------|---------------|
| ۲ | ۱۵,۲۰ | ۱۲۰ | ۰,۰۰۱ |

چنانچه که در جدول بالا ملاحظه می‌شود، در سطح معنی‌داری ($\alpha=0.05$) تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه‌های مولفه‌های مربوط به اثربخشی دوره‌ها وجود دارد. بدین ترتیب میانگین رتبه‌های مولفه‌های این متغیر به شرح جدول زیر می‌باشد.

جدول ۶- میانگین رتبه‌های مربوط به مولفه‌های اثربخشی دوره‌ها

| ردیف | مولفه مورد بررسی | امتیاز رتبه | شماره اولویت |
|------|------------------|-------------|--------------|
| ۱ | تحریک انگیزه‌ها | ۱,۹۷ | ۲ |
| ۲ | پرورش ویژگی‌ها | ۱,۷۷ | ۳ |
| ۳ | آموزش مهارت‌ها | ۲,۲۷ | ۱ |

همان‌گونه که در جدول بالا ملاحظه می‌شود، در ارتباط با رتبه‌بندی مولفه‌های اثربخشی دوره‌ها، بر اساس نظر پاسخ‌گویان به ترتیب، اولویت مولفه‌های ردیف ۳، ۱، ۲؛ (آموزش مهارت‌ها، تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها)، بالاترین نمره را کسب کردند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی و ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان زن استان مازندران و رتبه‌بندی ابعاد آن، که شامل سه متغیر تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها است، می‌باشد. در این پژوهش ابتدا یک مدل معادله ساختاری بومی شده برای اندازه‌گیری و تبیین فرآیند اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده، در قالب یک کلیت یکپارچه ارایه و تأیید شده است که متغیرهای سه‌گانه مورد مطالعه می‌توانند تبیین‌کننده فرآیند اثربخشی دوره‌های آموزشی و اثرات تبیینی هر کدام نیز به وضوح نشان داده شده است، سپس در ادامه وضعیت اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مولفه‌های آن مورد بررسی قرار گرفت. این امر به مدیران کمک خواهد کرد تا هر گونه تغییر و بهبود در

فرآیند اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده از راه متغیرهای سه‌گانه مورد مطالعه را بصورت مشخص پیگیری نمایند.

نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که میان متغیرهای پژوهش ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد، از حیث مطابقت نتایج این یافته با نتایج پژوهش‌های غلام‌پور و کلیچ (Gholampour & Kelig, 2012)، شریف و همکاران (Sharif et al., 2011)، پوستیگو و تمبورینی (Postigo & Tamborini, 2007)، کارایانیس و همکاران (Carayannis et al., 2003)، هم‌خوانی دارد. پس از آزمون فرضیه دوم پژوهش، مشخص شد که کلیت مدل ارائه شده قابل قبول و میان متغیرهای پژوهش رابطه معنی‌دار (رابطه علی) وجود دارد، پس از این جهت این یافته‌ها با تحقیقات شریف و همکاران (Sharif et al., 2011)، غلام‌پور و کلیچ (Gholampour & Kelig, 2012)، دولینسکی و همکاران (Dolinsky et al., 1993)، شیلینگ‌کاو (Shilingcow, 2003)، باقرصاد و همکاران (Baghersad et al., 2013)، فرنیاء و همکاران (Farnia et al., 2013)، مطابقت دارد.

آزمون فرضیه اصلی پژوهش یعنی: دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زودبازده بر کارآفرینی کارورزان و ابعاد آن اثربخش بوده است، مورد تأیید قرار نگرفت، یافته‌ها حاکی از عدم اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده (تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها)، بوده است که این نتایج با یافته‌های پژوهشگرانی چون: مقیمی و احمدپور (Moghimi & Ahmadpour, 2009)، پوستیگو و تمبورینی (Postigo & Tamborini, 2007)، کارایانیس و همکاران (Carayannis et al., 2003)، حمدی و امید (Ahmadi & Omid, 2010)، مطابقت دارد، ولی با یافته‌های پژوهش فرنیاء و همکاران (Farnia et al., 2013) و شیلینگ‌کاو (Shilingcow, 2003)، مطابقت ندارد.

در ارتباط با رتبه‌بندی مولفه‌های اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی، این فرضیه که رتبه‌بندی میانگین هر یک از مولفه‌های اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی با هم برابر نیست، مورد تأیید قرار گرفت، بر اساس نظر پاسخ‌گویان به ترتیب، اولویت مولفه‌های آموزش مهارت‌ها، تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها، بالاترین نمره را کسب کردند که این نتایج نیز با یافته‌های (Gholampour & Kelig, 2012)، (Moghimi & Ahmadpour, 2009)، هم‌خوانی دارد.

پیشرفت و توسعه سازمان‌ها و موسسات در گرو ارتقای سطح دانش، مهارت، رفتار و بینش منابع انسانی است. بر همین اساس، بیش‌تر سازمان‌ها دوره‌های آموزش موجود در داخل یا خارج از کشور برای کارکنان خود برگزار می‌کنند و اجرای هر دوره متضمن سرمایه‌گذاری سنگین است، لذا آگاهی از میزان اثربخشی دوره‌های آموزشی و بازدهی حاصل از آن‌ها برای مدیران بسیار با اهمیت

است و ارزشیابی یکی از مهم‌ترین مراحل برنامه‌ریزی آموزشی است که انجام صحیح آن داده‌های بسیار مفیدی را درباره چگونگی طرح‌ریزی و اجرای برنامه‌های آموزشی در اختیار می‌گذارد و مبنای مفیدی جهت ارزیابی عملکرد آموزشی مراکز آموزشی به دست می‌دهد. گسترش روز افزون علم و فناوری باعث شکل‌گیری ساختارهای سازمانی متفاوت نسبت به گذشته شده است و هر سازمانی برای هماهنگ شدن با این تغییرات سریع و رو به رشد کانال‌های ارتباطی درون سازمانی، خود را مناسب با این تحولات تغییر داده است. در چنین شرایطی سازمان موفق، سازمانی است که با توجه به دانش روز و فناوری پیشرفته خود را به سوی ترقی و پیشرفت هدایت کند. تغییرات سریع و فناوری در همه سازمان‌ها به خصوص بر سازمان‌های کوچک و متوسط صنعتی تاثیر بسیاری می‌گذارد و غفلت از آن باعث سقوط سریع سازمان می‌شود.

روی هم رفته، در فرآیند آموزش، سنجش اثر بخشی دوره‌های آموزشی از جایگاه خاصی برخوردار است چرا که دستیابی به نقاط ضعف و کاستی‌های احتمالی در فرآیند آموزش با انجام سنجش اثربخشی آموزشی و اعمال بازخورد آن جهت اصلاح فرآیند آموزشی لازم است. امروزه سازمان‌هایی موفق‌اند که بتوانند نسبت به تدوین برنامه‌های آموزشی اثربخش اقدام نمایند.

از مهم‌ترین راه‌کارهای توسعه کارآفرینی در میان زنان کارآفرین، ارتقاء و پرورش ویژگی‌ها و رفتارهای کارآفرینانه آن‌ها از راه ترویج، آموزش، حمایت و شناخت مستعدان کارآفرینی است.

برنامه‌های آموزشی برای پرورش روحیه کارآفرینی در زنان کارآفرین باید با فراهم کردن اهداف چالش‌برانگیز برای آن‌ها، مسئولیت‌پذیری و سعی و تلاش آن‌ها را برای رسیدن به اهداف افزایش دهند. با توجه به اهمیت شاخص‌های مورد مطالعه این پژوهش در بحث کارآفرینی، باید به تغییر شیوه‌های تدریس و روش‌های ارزشیابی اقدام شود و به فعالیت‌های عملی و کارآفرینانه مطابق با نوع فعالیت آن‌ها ارزش و بهای بیشتری داده شود. هم‌چنین راه اندازی و پشتیبانی هسته‌های کارآفرینی، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های ترویجی و توجیهی برای کارورزان به گونه منظم، معرفی چهره‌های موفق کارآفرینی در رشته‌های گوناگون، از جمله مواردی هستند که می‌توانند ساختار فکری را به سمت کارآفرینانه شدن تغییر دهند. بهترین افرادی که می‌توانند نقش مهمی را در فعالیت‌های آموزشی و ترویجی کارآفرینی ایفا کنند اساتید کاربرد هستند. بر این اساس لازم است اساتید ماهر در رشد و پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه در کارورزان تلاش کنند.

پیشنهاد‌های زیر به عنوان راه‌کارهای مدیریتی به مدیران در جهت بهبود وضعیت آموزش‌های کارآفرینی پیشنهاد می‌شود:

۱. در ابتدا در مورد حضور زنان باید بیان کرد که با توجه به اهمیت زنان در رشد و توسعه اقتصادی کشورها و سازمان‌ها، سیاست‌گذاران باید اولویت بالایی برای افزایش حمایت‌های محیطی و

از بین بردن موانع موجود برای کارآفرینان زن بلقوه قائل شوند. ۲. با توجه به عدم حضور نهادهای آموزشی تخصصی در مورد کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود تا مسئولان به ارائه خدمات و تسهیلات لازم و صدور مجوز برای این نهادها پرداخته توجه و ممارست لازم را داشته باشند. ۳. برای اطمینان از اثربخشی دوره‌های آموزشی، میزان شروع کسب و کارهای جدید و یا راه‌اندازی کسب و کار به وسیله دانش‌آموختگان دوره‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند به عنوان معیاری برای ارزیابی اثربخشی آموزش‌ها مدنظر قرار گیرد. ۴. مدیران و افراد مسئول در فرآیند آموزش باید با سازمان‌ها و دانشگاه‌های پیشرو کارآفرینی و آموزش آن و بویژه اساتید مجرب و کارآزموده دانشگاهی برای برابری فرآیند و هرچه بهتر و منسجم‌تر شدن آموزش همکاری و استفاده نمایند. ۵. داشتن تعریف و دیدگاه آموزشی باز و موشکافانه در مورد دوره‌های کارآفرینی، که به نوبه خود باعث سهل الوصول‌تر شدن زمینه ارزشیابی دوره‌ها مبتنی بر اهداف خواهد شد. ۶. تدوین کتاب‌های آموزشی مناسب در زمینه کارآفرینی برای کلیه کارورزان و ایجاد زمینه ابراز عقاید و تبادل افکار و ایده‌های جدید و تمهید لازم در جهت عملی ساختن آن از سوی مسئولان بمنظور نمایان ساختن و محک زدن مدل‌های ذهنی برای کارآفرینان. ۷. ارائه آموزش‌های الکترونیکی کارآفرینی از راه فضای مجازی به کاربران این امکان را می‌دهد که فارغ از موضوع‌های امکانات فضا و مکان فیزیکی برای یادگیری، به دریافت این آموزش‌ها اقدام کنند. ۸. وجود نگرش‌های سنتی به آموزش کارآفرینی از محدودیت‌های و کاستی‌های این آموزش‌ها می‌باشد که منجر به عدم نوآوری در بیشتر کسب و کارها شده و کیفیت تولیدات تولیدکنندگان (کارآفرینان) تحت تاثیر قرار می‌هد.

References

- 1-Atkinson, J. W. and Raynor, J. D. (1974). Motivation and achievement, Winston, Washington.
- 2-Arend, R. J. (2007). Abandoning Entrepreneurship: Children and Victims First. Strategic Organization. Vol 5. No 4. pp. 409-422.
- 3-Alimiri, M. (2009). Entrepreneurship education: the emergence, development, trends and challenges, Entrepreneurship Development, Vol 1, No 1, Pp. 133-169. (Persean).
- 4-Ahmadi, H. and Omid, M. (2010). Check the status of university education to promote entrepreneurship (Case Study: Department of Agricultural and Resource Tbyydanshgah Science and Research Branch of Tehran), Agricultural Research and Extension and Education, Vol 2, No 3. Pp. 63-72. (Persean).

- 5-Brockhaus, R. and Horwitz, P. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton, & R. Smilor, The art and science of entrepreneurship. pp.25-48.
- 6-Baghersad, V. Alizadeh, M. and Saiedeh., S. (2013). Identifying the key success factors of e-learning Entrepreneurship at the University of Tehran government, Entrepreneurship Development. PP. 85-104. (Persean).
- 7- Bollen, K.A. (1989). Structural equations with latent variables. Wiley, New York.
- 8-Baumgartner, H. and Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: a review. Int. J. Res, pp. 139-161.
- 9-Bygrave, W. D. and Hofer, C.W. (1991). Theorising about Entrepreneurship. Entrepreneurship. Theory and Practice Journal, Vol. 16, No. 2.
- 10-Butler, T. (1990). Strategic planning for the 1990s: An approach to entrepreneurship training. NBEA Yearbook, Vol 28, pp. 86-89.
- 11-Caufman, R. and Herman, J. (1996). Strategic Planning in the Educational System (Reflection, Restructuring, Reprocessing. Translation Mashayekhi, F. and Births, Abbas, Tehran: School Publishing.
- 12-Casson, M. (1982). The entrepreneur: An economic theory. Totowa, N. J.: Barnes & Nobel.
- 13-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.
- 14-Conca, F J. Llopis, J. and Tarí, J J. (2004). Development of a measure to assess quality management in certified firms". European journal of operational research. Pp. 683-697.
- 15-Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. Psychometrika. 16. pp 297-334.
- 16-Churchill, G. A. Jr. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. Journal of marketing research. Vol. 16, February.pp. 64-73.
- 17-Cotton, J. (1990). Enterprise education experience, A manual for school based in service training, CASDEC.
- 18-Dunphy, S. & et al, (1994). The relationship of entrepreneurial and innovative success, Marketing Intelligence and Planning, Vol 12, No 9.

- 19-Dolinsky, A. Caputo, R. Pasumarty, K., & Quazi, H. (1993). The effects of education on business ownership: A longitudinal study of women. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(1). pp. 43-53.
- 20-Echoles, A. & Neck, C. (1998). The impact of behavior and structure on corporate entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*. pp. 38-46.
- 21-Farnia, M A. Maleli, S. and Farshbaf, V. (2013). Evaluate the effectiveness of training courses for cooperatives for Cooperatives in azarbayjan sharghi Province, *Journal of Training and Evaluation*, Vol 6, No 21, pp. 27-49. (Persean).
- 22-Gibb, A.A. and Hannon, P. (2006). Towards the Entrepreneurial University? *International Journal of Entrepreneurship Education*. Vol 4. pp. 73-110.
- 23-Gibb, A. (1987). Enterprise Culture Its Meaning and Implications for Education and Training ; *Journal of European Industrial Training*, Vol.11, No. 2, pp. 38.
- 24-Gibb, A. (1990). Enterprise culture and education, *International Small Business Journal*, (11)(3), pp. 11- 33.
- 25-Grote, G. F. and James, L. R. (1991). Testing behavioral consistency and coherence with the situation response measure of achievement motivation, *Multivariate behavioral research*, Vol 26, pp. 655–691.
- 26-Gholampoor, Z. and Kelich, M. (2012). Evaluating the Effectiveness of Entrepreneurial Skills Short-term training Courses on College Students and Graduates Mazandaran Province. *Quarterly journal of Research and Planning in Higher Education*. Vol 18, No 1. pp. 129-151. (Persean).
- 27-Hisrich, RD. Nielsen, RP. and Peters, MP. (1985). Entrepreneurship Strategy for Internal Markets--Corporate, Non-Profit, and Government Institution Cases. *Strategic Management Journal*, pp. 181-189.
- 28-Hult, G.M.T. and Ferrell, O.C. (1997). Global learning organization structure and market information processing, *Journal of business research*, 40, pp. 155–166.
- 29-Hair, JF. Anderson, RE. Tatham, RL. and Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*, Prentice Hall International Inc. Upper Saddle River, NJ.
- 30-Hansemark, O.C. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement, *International journal of entrepreneurial behavior and*

research. Vol 4, No 1, pp. 28-50.

31-Kiesner, W. F. (1984). Higher education and the small businessperson: A study of the training and education needs, uses, and desires of the small business practitioner. Unpublished doctoral dissertation, Claremont Graduate School. Ann Arbor, MI: University Microfilms International.

32-Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (2004). Entrepreneurship: Theory, Process, Practice Education for Business, Vol 61, pp. 267-270.

33-Kuratko, D.F. (2003). Entrepreneurship Education: Emerging Trends And Challenges For The 21ST C. 1-40.

34-Keat, O. Y. Selvarajah, C. and Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. International Journal of Business and Social Science Vol 2, No 4. Pp. 220-206.

35-Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, Management science, Vol. 29, No. 7, pp. 770-791.

36-Moghimini, S M. and Ahmadpour, M. (2009). entrepreneurship education in iran SMES: Needs and Solutions. Entrepreneurship Development, Vol 1, No 1. Pp. 207-245. (Persean).

37-Murray, H. A. (1938). Explorations in personality: A clinical and experimental study of fifty men of college, New York: Harvard Psychological Clinic.

38-Morfitt, G. L.(2000). Report 3, Maintaining Human Capital in the, Tthe Role of Training and Development British Columbia Public Service.

39-Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory, Second ed. McGraw-Hill, New York.

40-Ping Jr, R.A. (2004). On assuring valid measures for theoretical models using survey data. J. Bus. Res. 125-141.

41-Palmer, M. (1987). The application of psychological testing to entrepreneurial potential. In C. Baumbach & J. Mancuso(eds), Entrepreneurship and venture management, NJ: Prentice-Hall Inc.

42-Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of chronbach,s coefficient alpha. Journal of consumer research. 381-391.

43-Postigo, S. and Tamborini, F. (2007). Entrepreneurship education in Argentina: lessons from the experience of University of San Andrés. Annual National Conference of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship, Hilton Heads, U.S.A.

- 44-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.
- 45-Rosholm, M. Skyt Nielsen, H. and Dabalén, A. (2007). Evaluation of training in African enterprises, *Journal of Development Economics*, (84), pp. 310-329.
- 46-Robinson, P. and Sexton, E. (1994). The effect of education and experience on selfemployment success. *Journal of Business Venturing*, 9, pp. 141-156.
- 47-Scott, M. Rosa, P. and Klandt, H. (1998). Educating entrepreneurs for wealth creation. Brookfield, Vermont: Ashgate Publishing Company.
- 48-Sharif, M. Jamshidian, A R. Rahimi, H. and Naderi, N. (2011). Analysis of the state of entrepreneurship education in higher education in Iran, *Entrepreneurship Development*. PP. 87-106. (Persean).
- 49-Timmons, J. A. (1994). *New venture creation*. (4th ed.), Homewood, IL: Irwin.
- 50-Tamara, S. and Zdrahal, D. (2004). Moving from on the job training towards organization learning. W.E.Upjohn institute for employment research.open university, uk. p: 3. {T. summer, J. B. domingue, Z. zdrahal} @open.ac.uk.
- 51-Tajeddini, K., Trueman, M. and Larsen, G. (2006). Examining the Effect of Market Orientation on Innovativeness, *Journal of marketing management*, Vol. 22, No. 5-6, pp. 529-551.
- 52-Twaalfhoven, B. W. M. (2000). Entrepreneurship education and its funding: A comparison between Europe and the United States, European Foundation for Entrepreneurship Research (EFER).
- 53-Utsch, A. and Rauch. A. (2000). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance, *European journal of work and organizational psychology*, Vol 9. No 1, pp. 45-62.
- 54-Vesper, K.H. (1990). *New venture strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- 55-Windham, D.M. and Chapman, D.W. (2003). *The evaluation of educational efficiency: Constraints, issues, and policies*. Greenwich,CT: JAI Press.

56- Zampetakis, L.A. and Moustakis, V. (2010). An exploratory research on the factors stimulating corporate entrepreneurship in the Greek public sector. *International Journal of Manpower*. Vol 31, No 8. pp. 871-887.

57-Zeiders, M.D. (2003). Why Entrepreneurship Training? Did you know the following U.S. 2001 economic statistics?. United States Small Business Administration, Office of Advocacy.

