

## تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)

محمد سعیدی مهرآباد<sup>۱\*</sup> - محمدمهدی مهتدی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران

۲. کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۱۰/۲۵، تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۱۲/۲۷)

### چکیده

کارآفرینی ریشه‌ای به درازای تاریخ بشر دارد. با این وجود توجه آکادمیک به مفاهیم این دانش سابقه‌ی چندانی ندارد. یکی از مسائل مطرح در این حوزه، جایگاه آموزش کارآفرینی و از جمله مسائل مطرح درباره این آموزش‌ها نحوه‌ی ارزیابی اثربخشی آن‌ها است. با وجود تحقیقات متنوعی که در حوزه‌ی مزبور انجام شده و الگوهای متنوعی که در این زمینه ارائه شده‌اند، هنوز یک اجماع جهانی در این باره حاصل نشده است. به همین دلیل تحقیق درباره‌ی آن هم‌چنان ادامه دارد.

در این پژوهش پس از بیان تاریخچه و کلیات علم کارآفرینی، به بحث درباره برنامه‌های آموزشی به عنوان یکی از راه کارهای توسعه و ترویج کارآفرینی پرداخته شده و اهداف مطرح در آموزش آن و نحوه‌ی ارزیابی تأثیر برنامه‌ی آموزشی در مطابقت با اهداف مزبور مرور شده و در نهایت برنامه آموزش کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی در قالب یک مطالعه‌ی موردی، از منظر تأثیر بر رفتارهای کارآفرینانه بررسی شده است.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، اثربخشی آموزش

## مقدمه

کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که هم‌زمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است. اما طرح این مقوله به عنوان یک مفهوم علمی سابقه‌ی چندانی ندارد. ریچارد کانتیلون<sup>۱</sup> در حدود سال‌های ۱۷۳۰ میلادی با تقسیم عوامل اقتصادی به سه گروه مالکان زمین، عوامل اقتصادی دستمزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که ضمن قبول ریسک در بازار فعالیت می‌کنند، برای اولین بار کارآفرین را به عنوان یکی از عوامل مطرح در توسعه‌ی فعالیت‌های اقتصادی مطرح کرد. پس از وی ژوزف شوامپتر<sup>۲</sup> اقتصاددان برجسته‌ی اوایل قرن بیستم، کارآفرینی را به عنوان موتور محرکه‌ی رشد اقتصادی معرفی کرده و به بررسی جنبه‌های مختلف آن پرداخت. مطالعات او در مورد توسعه‌ی اقتصادی و کارآفرینی، تأثیر به‌سزایی بر تحقیقات بعدی، داشته است، به نحوی که وی را پدر علم کارآفرینی می‌نامند.

تا این که در دهه‌های هفتاد و هشتاد میلادی، در نتیجه‌ی تحولات شدید ساختاری محیط فعالیت‌های اقتصادی که مشخصه‌ی اصلی آن، عدم قطعیت در شناخت نتایج و پیامدهای این تغییرات بود مجدداً توجه به مفاهیم کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک با اقبال دانشمندان رشته‌های مختلف علمی هم‌چون اقتصاد، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت قرار گرفت. در واقع شکل‌گیری و توسعه علم کارآفرینی در این زمان، تلاشی نظام‌یافته برای تبیین، تشریح و پیش‌بینی موفقیت در تأسیس سازمان‌های سازگار با شرایط محیطی متلاطم و غیر قابل پیش‌بینی دهه‌های اخیر محسوب می‌شود.

به رغم تحقیقات گسترده‌ای که طی سال‌های اخیر در حوزه‌ی مسائل مربوط به

---

1. Richard cantillon  
2. Joseph schumpeter

کارآفرینی انجام شده است این علم هنوز دوران نوزادی<sup>۱</sup> خود را می‌گذراند و به قدرت تجویزگری دست نیافته است. از این رو عمده محققانی که در حال حاضر به پژوهش در این زمینه مشغولند توجه خود را در مباحث روش‌شناختی و مفهومی متمرکز کرده‌اند. بر همین مبنا می‌توان تحقیقات انجام شده در این حوزه را به دو دسته تقسیم کرد، دسته‌ی اول: تحقیقاتی که بیش‌تر به دنبال پیش‌برد مفاهیم نظری این علم هستند و دسته دوم پژوهش‌هایی که بیش‌تر جنبه‌ی کاربردی داشته و از پشتوانه‌ی تئوریک کم‌تری برخوردارند. پژوهش‌های انجام شده نیز به‌طور عمده مربوط به حوزه‌های تخصصی مختلف است که هنوز نتوانسته‌اند ارتباط نظام‌مندی با یکدیگر برقرار کنند. بنابراین به رغم خلق پیکره‌ی وسیعی از دانش، به اعتقاد برخی نظریه‌پردازان این امر هنوز به یک سطح فزآیندگی دست نیافته است (Colette Henry, etc. (a) 2005, pp. 98-111).

### آموزش کارآفرینی

"دیوید مک کله‌لند" از اولین روان‌شناسانی بود که با این فرض که کارآفرینان نیاز به توفیق بالایی دارند، دوره‌های آموزشی متعددی را طراحی کرد تا این نیاز را در افراد تقویت کند، هم‌چنان که او از آموزش این دوره‌ها به بازرگانان هندی نیز نتایج مثبتی را دریافت کرد. با این وجود از اوایل دهه ۱۹۷۰ تحت شرایطی که ناکارآمدی نظام اداری و اقتصادی به شکل اخراج وسیع کارکنان از شرکت‌های بزرگ و چندملیتی بر همگان آشکار شده بود مفهوم کارآفرینی و توسعه‌ی آموزش‌های مربوط به آن مورد توجه جدی قرار گرفت. انتشار نتایج برخی از تحقیقات درباره اشتغال و رشد اقتصادی به این روند شدت داد که از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به مقاله‌ی دیوید برچ<sup>۲</sup> اشاره کرد. او در پژوهش خود که در سال ۱۹۷۹ منتشر شد به بررسی روند اشتغال‌زایی و استخدام در ایالات متحده طی سال‌های ۱۹۶۹ تا ۱۹۷۶ پرداخته و نشان داد که ۸۱ درصد مشاغل

1. Infancy  
2. David Brech

خالص جدید توسط شرکت‌های کوچک با حداکثر یکصد کارمند ایجاد شده و نتیجه گرفت که شرکت‌های کوچک سهم بیش‌تری را در رشد اقتصادی آمریکا داشته‌اند. در این وضعیت به صورت طبیعی ضرورت توسعه‌ی کسب و کارهای جدید بیش از پیش مشهود شد تا جایی که طی دو دهه‌ی اخیر سرعت شدید تلاش‌ها برای القای کارآفرینی در شرکت‌های بزرگ و آموزش و توسعه‌ی کارآفرینان جدید مشاهده شده‌است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۶، ص ۱۷۵).

به طور کلی آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند<sup>۱</sup>، آگاهانه<sup>۲</sup> و هدف‌گرا<sup>۳</sup> است که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌شوند. در واقع، این نوع آموزش، فعالیتی به حساب می‌آید که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره‌ی کسب و کار استفاده می‌شود و افزایش، بهبود و توسعه‌ی نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۰).

به رغم وجود بحث‌های مختلف و اظهار نظرهای متضاد، اکثر مطالعات در سطح خرد و کلان نشان داده‌اند که کارآفرینی قابل آموزش و یادگیری است. برخی مطالعات در سطح خرد نشان داده‌اند که افراد شرکت‌کننده در این گونه دوره‌های آموزشی نسبت به کسانی که در دیگر دوره‌های شغلی شرکت کرده‌اند، کسب و کارهای بیش‌تری را راه‌اندازی کرده‌اند (CLARK, 1984, PP.26-31), (Rasmussen, 2006, pp.185-194). مطالعات سطح کلان نیز نشان داده که آموزش دانش و مهارت‌های کارآفرینانه بر افزایش نرخ راه‌اندازی و رشد بنگاه‌های اقتصادی اثر مستقیم و مثبت دارد و باعث توسعه‌ی اقتصادی و بهبود کمی و کیفی بنیان‌گذاران کسب و کارهای جدید خواهد شد (FIET, 2001, PP.158-169), (klofsten, 2000, pp. 337-44).

به گفته پیتر دراگر "اکثر آنچه راجع به کارآفرینی می‌شنوید اشتباه است.

- 
1. Systematic Process
  2. Conscious
  3. Goal - driven

کارآفرینی سحر و جادو نیست، عجیب و غریب نیست، استعداد ژنتیکی نیست بلکه یک رشته است مانند دیگر رشته‌های علمی که قابل آموزش و یادگیری است" (حسینی خواه و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۶).

### اهداف آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از مؤثرترین شیوه‌ها برای تسهیل انتقال جمعیت فارغ‌التحصیلان به بازار کار باشد. مطالعات در اروپا در این باره نشان داده است که چنین آموزش‌هایی توانسته است افراد را مسئولیت‌پذیرتر به بار آورد و آن‌ها را تبدیل به کارآفرین یا متفکران حوزه‌ی کارآفرینی کند و به طور موفقیت‌آمیزی در چالش‌های کسب و کار، موفق و خطرپذیر کند. در نتیجه نرخ بیکاری و شکست کسب و کارها کم‌تر شده است (David Urbano, 2008, pp. 336-347).

این گروه از برنامه‌های ترویجی علاوه بر انتقال دانش مربوط به کارآفرینی و مهارت استفاده از فنون تحلیل فرصت‌های اقتصادی و ترکیب برنامه‌های عملیاتی، استعدادها و مهارت‌ها را شناسایی و تحریک کرده و با استفاده از فنون تحلیلی، مخاطره‌پذیری را القاء می‌کند. هم‌چنین موجب ایجاد هم‌دلی و حمایت برای جنبه‌های منحصر به فرد کارآفرینی شده و منجر به تجدید نگرش‌ها برای پذیرش تغییر و در نهایت تربیت افراد مؤسس و بنیان‌گذاران کسب و کار است. در واقع هدف از ارائه‌ی این آموزش‌ها تربیت و پرورش افرادی خلاق و نوآور است. این قبیل دوره‌ها به دنبال استفاده از فرصت‌های مناسب فراهم شده، مخاطره‌پذیری، تمایل به حل مشکلات، بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۵).

گاراوان<sup>۱</sup> و اسنید<sup>۲</sup> شش برنامه‌ی آموزشی را در پنج کشور اروپایی بررسی کردند و مهم‌ترین اهداف نقل شده از آن‌ها را به شرح زیر ارائه دادند: (Colette Henry, etc. (b) 2005, pp. 158-169)

1. Garavan  
2. Ocinneide

- تعیین، شناخت و تحریک جریان کارآفرینانه، استعدادها و مهارت‌ها؛
- خنثی کردن انحراف خطر ساز تحلیل‌های تکنیکی؛
- ایجاد هم‌دلی و حمایت از همه‌ی جوانب منحصر به فرد کارآفرینی؛
- ایجاد نگرش برای تحول.

هیستریچ<sup>۱</sup> و پیترز<sup>۲</sup> اهداف آموزش کارآفرینی را از دیدگاه شرکت‌کنندگان بررسی کردند. ویژگی‌هایی که شرکت‌کنندگان تأکید داشتند در این دوره‌ها گنجانده شود بیش‌تر عملی و بر پایه‌ی بهبود احتمال موفقیت افراد جهت‌گیری شده بود. برخی دیگر از اهداف اصلی یادگیری کارآفرینی دانشجویان شامل توسعه‌ی شناخت نقاط ضعف و قوت انواع کسب و کار به همراه فرصت‌هایی برای ارزیابی مهارت‌های لازم به منظور راه‌اندازی و اداره‌ی کسب و کار در خود فرد بود. علاوه بر این آگاهی و اطلاع از اصول بازاریابی، تأمین مالی، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، خلاقیت و کسب منابع نیز ذکر شده بودند. تحقیقات لوروکس<sup>۳</sup> و نیوونهوین<sup>۴</sup> نیز که بر روی ۲۲۰ کارآفرین مشتاق و در حال آموزش انجام شد یافته‌های هیستریچ و پیترز را تایید می‌کرد (Colette Henry, etc. (a), 2005, pp. 98-111).

### ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزش کارآفرینی

طی سال‌های اخیر تمایل محققان درباره‌ی بررسی رابطه‌ی میان کارآفرینی و آموزش و به ویژه، آموزش کارآفرینی افزایش یافته است. گسترش برنامه‌های آموزش کارآفرینی از یک سو و افزایش منابع اختصاص یافته به چنین اقداماتی، تمایل در حال گسترشی را هم از سوی تأمین‌کنندگان سرمایه و هم از سوی مراکز آموزشی-تربیتی و سازمان‌های مرتبط دولتی درباره اثربخشی و قابلیت و کارآمدی این برنامه‌ها به همراه

---

1. Histrich  
2. Peters  
3. Loroux  
4. Niev Wenhuiezen

شناسایی و انتشار بهترین اقدامات ایجاد کرده‌اند. چندین محقق در رابطه با تأثیر مستقیم (کسب و کار جدید و تولید شغل) یا غیر مستقیم (روحیه‌ی کارآفرینی در حال گسترش) بر توسعه اقتصادی، راه‌هایی را برای ارزیابی آموزش کارآفرینی کشف کرده‌اند و پیچیدگی این مقوله را تعیین کرده‌اند.

بسیاری از محققان از جمله کوران<sup>۱</sup>، استانورس<sup>۲</sup>، جیب، استامپف<sup>۳</sup>، بلاک<sup>۴</sup>، کاکس<sup>۵</sup>، یانگ<sup>۶</sup> و استری<sup>۷</sup> به ضرورت ارزش‌یابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی اشاره کرده‌اند. هیل و اسیند به این مطلب اشاره کرده‌اند که نه تنها تعداد تحقیقات عملی انجام شده در این باره پایین است بلکه عمده‌ی این تحقیقات نیز تمایل به تمرکز بر یک برنامه‌ی خاص و نتایج فوری آن داشته‌اند (Colette Henry, etc. (a), 2005, pp. 98-111).

جیب در مورد تحقیقات انجام شده با استفاده از الگوهای تجزیه و تحلیل هزینه-فایده آموزش، تردید دارد که آیا یک پاسخ روشن برای پرسش "تأثیر آموزش" پیدا شده است یا خیر. استری و همکارانش بیان داشته‌اند که بهترین ابزارهای ارزیابی دوره‌های آموزش کارآفرینی باید در درجه‌ی اول اقتصادی باشند و بتوانند سنجش مناسبی از مؤلفه‌هایی هم‌چون مشاغل شروع شده یا ممانعت شده، ایجاد و افزایش درآمد، خلق و نگهداری شغل و سود مالی کسب شده، ارائه دهند. کلارک<sup>۸</sup> و همکارانش در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که ارزیابی‌های آموزشی اندکی با استفاده از معیار اندازه‌گیری مشاغل جدید انجام شده‌است. در عوض بسیاری از برنامه‌های ارزیابی، متغیرهایی از جمله دانش استاد، سبک اجرا و میزان دشواری سطح مطالب را اندازه گرفته‌اند. بنابراین تأکید بر مفاهیم مالی یک دوره آموزشی وجود نداشته است (Colette Henry, etc. (a), 2005, pp. 98-111).

1. Curran
2. StanWorth
3. Stumpf
4. Block
5. Cox
6. Young
7. Storey
8. Clark

اگرچه مولان<sup>۱</sup> بیان می‌کند که طراحی یک روش‌شناسی برای سنجش برنامه‌های کارآفرینی نسبتاً آسان است؛ اما ویکام<sup>۲</sup> معتقد است تاکنون هیچ معیار استاندارد و مورد پذیرش شده‌ی جهانی شناخته نشده است که بتوان برای بررسی تأثیر برنامه‌ی کارآفرینی از آن بهره گرفت. مولان ضمن اشاره به تحقیقات انجام شده که به‌طور عمده بر نظرسنجی از کارآموزان و رضایت آن‌ها مبتنی است توصیه می‌کند که در کنار این نوع ارزش‌یابی باید ارزیابی‌های مبتنی بر هدف نیز مورد توجه قرار گیرد (Colette Henry, etc. (a), 2005, pp. 98-111).

وسید<sup>۳</sup> محدودیت‌های ارزیابی‌های صرفاً فردی را بررسی کرده و با توجه به این نکته که کارآموزان به‌طور عمده خودشان شرکت در دوره را انتخاب کرده‌اند بیان داشته است که عدم توجه به این نکته می‌تواند منجر به ارزش‌یابی‌های نادرست شود. او هم‌چنین معتقد است که رفتار بعدی شرکت‌کنندگان مهم‌تر از بیان عقاید آن‌هاست (Colette Henry, etc. (a), 2005, pp. 98-111).

چن<sup>۴</sup> و همکارانش رابطه‌ای میان سطح انگیزه‌ی کارآفرینی و تعداد دوره‌های مدیریتی گذرانده شده توسط دانشجویان را که در برنامه‌های غیر مدیریتی گنجانده شده بود، شناسایی کردند. وارلا<sup>۵</sup> و سیمنز<sup>۶</sup> در یک بررسی طولی، گروه‌هایی از دانشجویان را از پنج برنامه در سه دانشگاه در کلمبیا انتخاب کرده و بالاترین میزان کارآفرینی را در دانشگاهی به دست آورده‌اند که سرمایه‌ی بسیاری را در هدایت و آموزش کارآفرینانه برای دانشجویان صرف کرده است.

با توجه ویژه به آموزش کارآفرینی، آموزش و پرورش کارآفرینی، هم در رفتار جاری و هم در انگیزه‌های آتی دانشجویان مؤثر بوده‌اند.

- 
1. Mullan
  2. Wyckham
  3. Westhed
  4. Chen
  5. Varela
  6. Simenez



دیگر کارهای تحقیقاتی، رابطه‌ی میان آموزش کارآفرینی و متغیرهایی نظیر ضرورت برای دستیابی و تمرکز یا خود کارآمدی را بررسی کرده‌اند. آن‌ها دریافته‌اند و آموزش کارآفرینی دارای تأثیری مثبت بوده و این ویژگی‌ها و تناسب عمل را در هر زمان از آینده تقویت می‌کند. به علاوه، تفاوت‌های عمده‌ای میان دانشجویانی که دوره‌های کارآفرینی را گذرانده‌اند با آن‌هایی که این دوره‌ها را طی نکرده‌اند وجود دارد. نول<sup>۱</sup>، به طور ویژه‌ای تأثیر آموزش کارآفرینی را بر گسترش انگیزه‌ی کارآفرینانه و پذیرش خود کارآمدی، مورد توجه قرار داد. تحقیق یادشده، گروه‌های متفاوتی از دانشجویان را شامل شده که عبارتند از: فارغ‌التحصیلان کارآفرینی، مدیریت و دیگر رشته‌ها. همه‌ی دانشجویان آموزش کارآفرینی دیده بودند. نتایج نشان داد که گرایش طبیعی به عمل به عنوان یک کارآفرین، انگیزه‌ی کارآفرین و خود کارآفرینانه، همگی امتیازات ویژه‌ای است که در میان دانشجویان فارغ‌التحصیل کارآفرینی وجود دارد. بنابراین، انگیزه‌ی محدود شده باید متوجه اهمیت متغیرهای آموزشی خاص نظیر طرح برنامه، شیوه‌ی آموزشی تربیتی و غیره شوند. دیلتس<sup>۲</sup> و فول<sup>۳</sup> تلاش کردند تا نشان دهند که مقوله‌های آموزش در آماده‌سازی دانشجویان برای حرفه‌ی کارآفرینی نسبت به سایر روش‌ها، موفق‌تر عمل می‌کند.

چالش‌های عمده‌ای پیش روی ارزیابی آموزش کارآفرینی وجود دارد. از یک طرف گزینش معیارهای ارزیابی و از طرف دیگر ارزیابی مؤثر آن‌ها و به طور خاص توجه به تأثیر زمان و متغیرهای فرهنگی از آن جمله‌اند. با توجه به معیارهای ارزیابی همانند برنامه‌ی آموزشی، ارزیابی دانش خاص یا مهارت‌های فراگیری شده و اندازه‌گیری چگونگی درک دانشجویان از تکنیک‌ها و مفاهیم کلیدی، امکان‌پذیر است. به منظور سنجش رفتار شرکت‌کنندگان، استفاده از الگوهای طولی ضروری است.

گاراوان بیان داشته است که طرح‌های تحقیقات طولی با استفاده از گروه کنترل،

---

1. Nole  
2. Dilts  
3. Fowle

برای مقایسه‌ی شرکت‌کنندگان یا افرادی که تجربه‌ی آموزش کارآفرینی را نداشته‌اند، برای بررسی تأثیرات طولانی مدت مداخلات آموزش کارآفرینی ضروری است. استری نیز با حمایت از چنین شیوه‌ای بیان می‌کند که مناسب‌ترین شیوه برای ارزش‌یابی تأثیر برنامه‌های کارآفرینی، گنجاندن نمونه‌های تحت کنترل از شرکت‌کنندگان هماهنگ و ترکیبی است که بر مبنای سن، بخش، مالکیت و موقعیت جغرافیایی شناخته می‌شوند. چنین هماهنگی و هم‌خوانی باید بلافاصله قبل از شروع برنامه ایجاد شود. به طوری که بتوان دو گروه را در طول زمان بررسی کرد (Colette Henry, etc. (a), 2005, pp. 98-111).

استری با بررسی شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد که انگیزه و انتخاب ممکن است عوامل متمایزکننده‌ای باشند. به عنوان مثال آن دسته از شرکت‌کنندگان که در پی بهره‌مندی از مشاوره هستند ممکن است پویاترین و روش‌مندترین گروه‌ها در مسیر توسعه باشند، از این رو ایده‌های جدیدی را بروز دهند. براساس تعریف، افرادی که داوطلبانه در این دوره‌ها شرکت می‌کنند دارای قدرت خود انتخابی هستند. بنابراین اجبار برخی شرکت‌کنندگان به حضور در دوره یا عدم تمایل برخی از اعضای گروه کنترل به شرکت در دوره در شرایط مشابه، می‌تواند به عنوان محدودیت‌های انتخاب گروه نمونه و کنترل مناسب مطرح باشد.

محدودیت دیگر درباره انتخاب گروه نمونه، در زمان انتخاب شرکت‌کنندگان می‌تواند رخ دهد. در یک موقعیت رقابتی گزینش‌گران از میان درخواست‌کنندگان مختلف افرادی را انتخاب می‌کنند که بهترین متقاضیان به نظر آیند. این گزینش می‌تواند در زمان مقایسه با گروه کنترل دارای عواقبی باشد. چرا که این افراد قطعاً امتیاز بالاتری نسبت به گروه کنترل به دست خواهند آورد.

اتخاذ سیاست‌های مناسب در انتخاب گروه نمونه و کنترل مناسب، صحت نتایج به دست آمده را می‌تواند تضمین کند. علاقه، آگاهی و انگیزه‌ی دانشجو نیز می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. مقدار توجه، مشارکت و انگیزه‌ی دانشجو از جمله معیارهای شناخته شده برای ارزیابی رضایت‌مندی، ارزش‌یابی‌ها یا اندازه‌گیری‌های انجام شده در طول

به کارگیری برنامه یا کمی بعد از آن است که دارای اهمیت بوده و می‌تواند امکان شناخت تفاوت‌ها و پیشرفت را در سطوح اجرایی فراهم کند، (Colette Henry, etc. (b), 2005, pp. 158-169).

### نقش آموزش در رفتار کارآفرینانه: ارائه‌ی الگو و مطالعه‌ی موردی

آن گونه که در بخش‌های قبلی اشاره شد آموزش کارآفرینی با اهداف و نتایج خاصی دنبال می‌شود که علاوه بر تغییر دانش و نگرش افراد، تقویت رفتارهای کارآفرینانه نیز یکی از این اهداف به شمار می‌آید. این هدف به ویژه بنا به برخی ملاحظات سیاسی و اجتماعی ممکن است در شرایط خاص از اهمیت ویژه‌ای نیز برخوردار شود.

در این بخش الگویی به منظور ارزیابی تأثیر آموزش بر بروز رفتارهای کارآفرینانه ارائه شده و سپس نتایج آن در قالب یک مطالعه‌ی موردی بر شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزش کارآفرینی وزارت و کار و امور اجتماعی تشریح می‌شود.

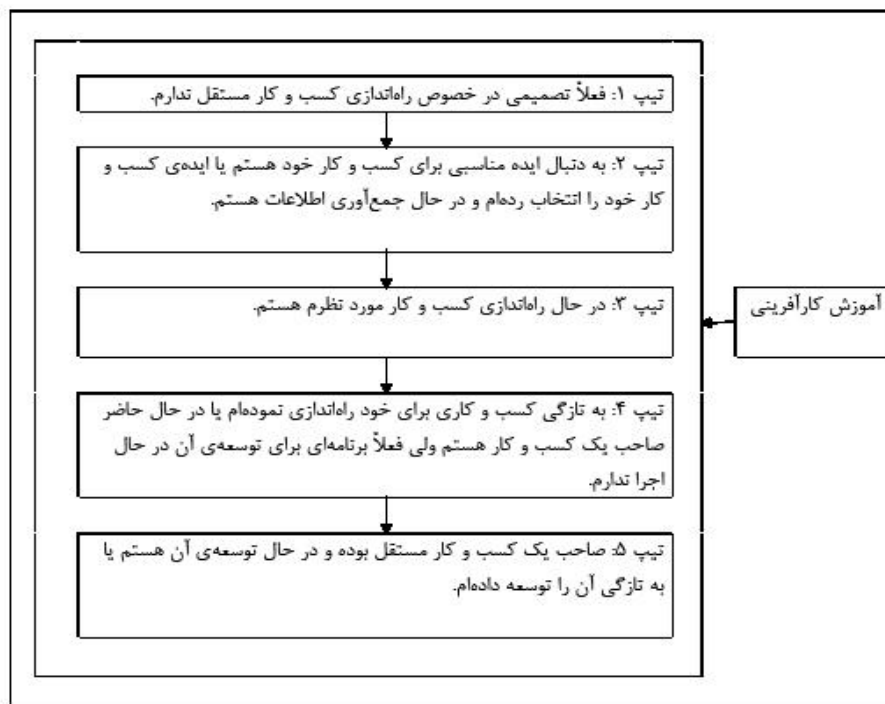
در گام نخست با مرور ادبیات کارآفرینی و مفهوم فرایند کارآفرینی به عنوان مدت زمان تصمیم به انجام یک فعالیت اقتصادی تا اولین فروش برنامه‌ریزی شده و تلفیق آن با منحنی عمر سازمان‌ها و نیز سطوح بیان‌شده در آموزش کارآفرینی پنج سطح برای سنجش وضعیت کسب و کار هر یک از افراد عضو جامعه در نظر گرفته شده که به شرح زیر است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۶، ص ۱۸۹)، (موسوی بازرگانی، ۱۳۸۶، ص ۵۲)، (Harry Matlay, 2008, pp. 382-396).

۱. فعلاً تصمیمی درباره راه‌اندازی کسب و کار مستقل ندارم.
۲. به دنبال ایده مناسبی برای کسب و کار خود هستم یا ایده‌ی کسب و کار خود را انتخاب کرده و در حال جمع‌آوری اطلاعات هستم.
۳. در حال راه‌اندازی کسب و کار مورد نظرم هستم.
۴. به تازگی کسب و کاری برای خود راه‌اندازی کرده‌ام یا در حال حاضر صاحب یک کسب و کار هستم ولی فعلاً برنامه‌ای برای توسعه‌ی آن در حال اجرا ندارم.

۵. صاحب یک کسب و کار مستقل بوده و در حال توسعه‌ی آن هستم یا به تازگی آن را توسعه داده‌ام.

لازم به یادآوری است به منظور اطمینان از اعتبار سطوح پیشنهادی یادشده از نظرات خبرگان نیز در این باره استفاده شده است. نکته‌ی حائز توجه آن است که اندازه‌گیری دقیق رفتارهای کارآفرینانه منوط به بررسی ریز عملکرد افراد در محیط کسب و کارشان است که به‌رغم کارآمدی بیشتر، در این تحقیق بنا به ماهیت مسأله‌ی تحقیق، به بررسی رفتارهای کلان بسنده می‌شود. بدیهی است تحقیقات بعدی می‌تواند بر بررسی چنین رفتارهایی متمرکز شود.

انجام هرگونه برنامه‌ی ترویجی و از جمله ارائه آموزش‌های کارآفرینی می‌تواند منجر به تغییر سطوح یادشده در بین افراد جامعه شود این مسأله در نمودار شماره (۱) نشان داده شده است.



نمودار ۱. مدل مفهومی تأثیر آموزش بر رفتارهای کارآفرینانه

به منظور استفاده از الگوی یادشده در ارزیابی تأثیر آموزش بر بروز رفتارهای کارآفرینانه قبل از شروع برنامه آموزشی وضعیت هر فراگیر بر حسب متغیرهای یادشده تعیین شده و ثبت می‌شود. حداقل شش ماه و حداکثر یک سال پس از شرکت در دوره، مجدداً از افراد خواسته می‌شود وضعیت فعلی خود را از میان همان پنج وضعیت مشخص کنند. میزان تفاوت در بین این دو پاسخ به عنوان شاخص ارزیابی رفتار کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شود. محدوده‌ی زمانی یادشده اگرچه یکی از محدودیت‌های تحقیق به شمار می‌آید اما برای بررسی رفتارهای سطح کلان ذکر شده کفایت می‌کند.

با توجه به این که در سطح جامعه به طور طبیعی، احتمال بروز رفتارهای کارآفرینانه وجود دارد، هم‌زمان با بررسی نمونه، نسبت به بررسی و مطالعه‌ی گروهی تحت عنوان گروه کنترل اقدام کرده که شامل گروهی از متقاضیان است که با توجه به محدودیت‌های مختلف در دوره‌های آموزشی شرکت داده نشده‌اند. این گروه نیز در هنگام ثبت نام وضعیت کسب و کار خود را مشخص کرده و پس از شش ماه تا یک سال مجدداً مورد پرسش قرار می‌گیرند.

پس از جمع‌آوری اطلاعات، با استفاده از آزمون نشانه نسبت به تجزیه و تحلیل داده‌ها اقدام می‌شود. چنانچه تفاوت معناداری بین اختلاف مجموع میزان تغییرات وضعیت کسب و کار گروه نمونه با همین اختلاف در گروه کنترل وجود داشته باشد به معنای تأثیر دوره بر بروز رفتارهای کارآفرینانه است.

این الگو به منظور مطالعه‌ی رفتار شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی وزارت کار و امور اجتماعی که به صورت فراگیر در سطح کشور به اجرا درمی‌آید، به کار گرفته شد.

جامعه‌ی آماری این تحقیق کلیه‌ی شرکت‌کنندگان در دوره‌های مربوطه در استان قم بود که با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵٪ تعداد گروه نمونه برابر ۲۳۵ نفر تعیین شد. در هنگام جمع‌آوری داده‌های مرحله‌ی نخست اطلاعات مربوط به ۳۰۰ نفر گردآوری شده و وضعیت کسب و کار آنها در ابتدای شرکت در دوره ثبت شد. پس از گذشت شش ماه تا یک سال از طریق مصاحبه‌ی تلفنی مجدداً وضعیت کسب و کار آنها

پرسیده و ثبت شد. در طول مصاحبه‌ی این مرحله امکان دریافت پاسخ مربوطه از ۵۱ نفر حاصل نشد و پاسخ‌های دریافتی کامل به ۲۴۹ مورد رسید. درباره گروه کنترل نیز همین فرایند طی شد و از میان متقاضیان شرکت در دوره‌ی کارآفرینی که بنا به دلایلی در دوره شرکت نکرده بودند، تعداد ۳۵۰ نفر انتخاب شده و وضعیت کسب و کار آن‌ها دو بار در فواصل زمانی شش ماه تا یک سال ثبت شد.

در این مرحله مشخص شد تعداد ۵۰ نفر از افراد گروه کنترل در این مدت در دوره‌های آموزشی مربوطه شرکت کرده‌اند که از گروه کنترل حذف شدند. دسترسی به ۳۷ نفر دیگر نیز ممکن نشده و در نهایت تعداد ۲۶۳ پاسخ صحیح جمع‌آوری شد. که با توجه به آزمون آماری به کار گرفته شده تعداد ۱۴ نفر به صورت تصادفی از گروه کنترل حذف شدند تا تعداد اعضای هر دو گروه مساوی شود.

خلاصه‌ی نتایج گردآوری شده در جدول انتهایی مقاله ذکر شده است. جدول ۱ وضعیت کسب و کار گروه نمونه در ابتدا، جدول ۲ وضعیت کسب و کار گروه کنترل در ابتدا، جدول ۳ تغییر در رفتار گروه نمونه و جدول ۴ تغییر در رفتار گروه کنترل است. پس از جمع‌آوری اطلاعات، با استفاده از آزمون نشانه نسبت به تجزیه و تحلیل داده‌ها اقدام شد. بدین ترتیب حاصل جمع تفاوت‌های جفتی اعضای نمونه و گروه کنترل محاسبه شده و با استفاده از توزیع تقریبی آن  $N\left(\frac{n}{2}, \frac{n}{4}\right)$  به محاسبه Pvalue و نتیجه‌گیری پرداخته می‌شود.

تعداد گام‌های ارتقا برای فرد  $i$ ام از گروه نمونه  $X_i$

تعداد گام‌های ارتقا برای فرد  $i$ ام از گروه کنترل  $Y_i$

تعداد نمونه  $n = 249$

$$N \sim \left(\frac{n}{2}, \frac{n}{4}\right) (X - Y)$$

$$\sum_1^{249} (X_i - Y_i) = 152 - 11 = 141$$

$$Pvalue = P \left( \frac{141 - 124/5}{\sqrt{\frac{249}{4}}} \geq Z \right)$$

بنابراین فرض استقلال رفتار از آموزش در سطح  $(\alpha=0/05)$  مردود است. به عبارت دیگر بین رفتار شرکت‌کنندگان با دوره، وابستگی وجود دارد. در واقع با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت شرکت در دوره بر بروز رفتارهای کارآفرینانه مؤثر است.

### نتیجه‌گیری

ماهییم تاریخچه علم کارآفرینی به بررسی

در این تحقیق

هدف آموزش‌های متناسب با خود قرار دهند تا امکان تأثیرگذاری بیش‌تر این آموزش‌ها فراهم شود.

جدول ۱. توزیع وضعیت کسب و کار نمونه

ردیف	رده سنی	فراوانی	درصد
۱	هنوز تصمیم نگرفته	۱۱۳	۴۵,۴
۲	به دنبال ایده یا اطلاعات	۸۰	۳۲,۱
۳	در حال راه‌اندازی	۳۸	۱۵,۲
۴	دارای کسب و کار	۱۸	۷,۳
۵	توسعه داده یا در حال توسعه	۰	۰
	جمع	۴۶	۱۰۰/۰

جدول ۲. توزیع وضعیت کسب و کار گروه کنترل

ردیف	رده سنی	فراوانی	درصد
۱	هنوز تصمیم نگرفته	۱۰۲	۴۰,۹
۲	به دنبال ایده یا اطلاعات	۸۰	۳۲,۱
۳	در حال راه‌اندازی	۳۹	۱۵,۷
۴	دارای کسب و کار	۲۸	۱۱,۳
۵	توسعه داده یا در حال توسعه	۰	۰
	جمع	۲۴۹	۱۰۰/۰

جدول ۳. رفتار کارآفرینانه گروه نمونه

ردیف	میزان پاسخ	فراوانی	درصد
۱	بدون حرکت	۱۲۳	۴۹,۴
۲	یک گام	۱۰۷	۴۲,۹
۳	دو گام	۱۲	۴,۸
۴	سه گام	۷	۲,۹
	جمع	۲۴۹	۱۰۰
	میانگین تعداد گامها	۱,۶۱	
	میانه تعداد گامها	۱	

جدول ۴. رفتار کارآفرینانه گروه کنترل

ردیف	میزان پاسخ	فراوانی	درصد
۱	یک گام به عقب	۵	۲
۲	بدون حرکت	۲۲۸	۹۱,۶
۳	یک گام به جلو	۱۶	۶,۴
۴	دو گام به جلو	۰	۰
۵	سه گام به جلو	۰	۰
	جمع	۲۴۹	۱۰۰
	میانگین تعداد گامها	۰,۰۴	
	میانه تعداد گامها	۰	



## منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۶)، کارآفرینی؛ تعاریف؛ نظریات و الگوها، تهران: نشر شرکت پردیس ۵۷.
۲. ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۵)، کارآفرینی از تئوری تا عمل، مشهد: نشر جهان فردا.
۳. حسینی خواه، علیرضا، سلیمی، جمال و رستگار، احمد (۱۳۸۵)، آیا می‌توان کارآفرینی را آموزش داد؟ مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، تهران
۴. ابراهیمی، سعید، کارنامه، حسن، نصوحی، مرتضی و محمودی، محمود (۱۳۸۵)، دانشگاه‌های کارآفرین و آموزش‌های مورد نیاز کارآفرینان، مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، تهران
۵. موسوی بازرگانی، سید جلال (۱۳۸۶)، مولفه‌های کارآفرینی، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
6. Colette Henry, Frances Hill & Claire Leitch (2005), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught?" Part I, Journal of Education + Training, Vol 47, NO.2.
7. David Urbano, Marinés Aponte & Nuria Toledano (2008), "Doctoral education in entrepreneurship: a European case study", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol 15, NO.2.
8. Colette Henry, Frances Hill & Claire Leitch (2005), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught?" Part II, Journal of Education + Training, Vol 47, NO.3.
9. Harry Matlay, *UCE Birmingham, Birmingham, UK* (2008), "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes" Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol 15, NO.2

