

بررسی تأثیر شیوه‌های حل مسأله بر شخصیت کارآفرینانه (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)

عبداله پارسا^۱ - مرضیه عبدالوهابی^{۲*} - سکینه ظریف^۳

۱. استادیار دانشگاه شهید چمران اهواز

۲. کارشناس ارشد تحقیقات آموزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۶/۲۲، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱۰/۲۵)

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی ارتباط شیوه‌های حل مسأله و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، با انتخاب تصادفی طبقه‌ای ۳۷۴ نفر از دانشجویان کارشناسی دانشگاه شهید چمران در سال ۱۳۸۹-۱۳۹۰ و با روش توصیفی-همبستگی و از طریق تکمیل دو پرسش‌نامه‌ی بررسی ویژگی‌های کارآفرینی و شیوه‌های حل مسأله انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که هر کدام از شیوه‌های چهارگانه‌ی حل مسأله با ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه‌ی معنادار و مثبت دارند. نتایج رگرسیون نیز نشان داد که شیوه‌های عقلانی و عمل‌گرا، ۳۳ درصد از کل واریانس ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان را پیش‌بینی می‌کنند و سهم شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی از این میزان، ۰/۵۶ می‌باشد. سایر شیوه‌های حل مسأله قادر به پیش‌بینی معنادار ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان نیستند. تقویت این دسته از شیوه‌های حل مسأله با گنجاندن متون و تمرین‌های مرتبط در محتوای برنامه‌های درسی دانشجویان، می‌تواند به رشد استعداد کارآفرینی دانشجویان کمک کند.

واژه‌های کلیدی: شیوه‌های حل مسأله، کارآفرینی، شخصیت کارآفرینانه

مقدمه

دانش کارآفرینی در عصر حاضر به یکی از پرطرفدارترین حوزه‌های مطالعاتی علمی و اقتصادی تبدیل شده است. عصر کنونی با تغییر و تحول پیوسته‌ی خود، نیازهای متغیری ایجاد کرده که مهارت‌های به‌روزی را هم می‌طلبد و دانش آموخته‌ای که از حوزه‌ی دانش و محفوظات فراتر رفته و در حل مسائل عملی آن محدودده‌ی تخصصی، مهارت بیش‌تری داشته و موفق‌تر عمل کند، نسبت به سایرین مزیت رقابتی دارد (طالبی و همکاران، ۱۳۸۷).

کارآفرینی فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۷۸)؛ و خلق ابتکارها و نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید (صابر، ۱۳۸۱) می‌باشد. ایفای نقش در عصر فناوری و ارتباطات گسترده‌ی میان فرهنگی، نیازمند قابلیت‌های لازم در زمینه‌ی حل مسأله، تصمیم‌گیری، مفهوم‌آفرینی و تفکر انتقادی است. حل مسأله‌ی اثربخش، پایه‌ای برای توسعه‌ی ایده‌ها و انتخاب بهترین آن‌ها برای یک شروع موفق می‌باشد. شناسایی و پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مانند توانایی حل مسأله، پشتکار، انگیزه‌ی موفقیت، نوآوری و خلاقیت، پافشاری بر حل مسأله، تحمل ابهام، تحمل شکست، اعتماد به نفس، خطرپذیری، استقلال‌طلبی، خوش‌بینی به آینده، کانون کنترل داخلی (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳؛ فیض و صفایی، ۱۳۸۸)، و افزایش تعداد کارآفرینان به این طریق (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵) مورد توجه محققان بسیاری بوده است. گرگورس^۱ (۱۹۸۵) اعتقاد دارد ۹۵ درصد افراد شیوه‌ی یادگیری ویژه‌ی دارند. به عقیده‌ی او معلمان کارآفرینی، برای اثربخشی بیش‌تر در دوره‌ی آموزشی باید شیوه‌ی تدریس خود را با شیوه‌های شخصیتی دانشجویان هماهنگ کنند (نقل در Zarafshani et al, 2011). یکی از اهداف اصلی آموزش کارآفرینی، توسعه‌ی ادراکات و شناخت‌های کارآفرینی به معنای ساختار دانشی می‌باشد که مردم برای ارزیابی، قضاوت، یا تصمیم‌های مربوط به ارزیابی فرصت‌ها، موقعیت‌های مخاطره‌آمیز و نتایج از آن استفاده می‌کنند" (Mitchell, et al, 2002, p.97).

محققان شیوه‌های حل مسأله را یکی از عوامل اثرگذار بر افزایش کارآفرینی می‌دانند

1. Gregorc

(Allinson and Hayes, 1996؛ Mitchell, et al, 2002). باید پذیرفت که مسائل امروز نیازمند راه‌حل‌های به‌روز هستند و زندگی برای فردا نیز به داشتن درک و پیش‌بینی درست از مسائل محتمل پیش‌رو در آینده وابسته است. دستیابی به چنین درکی، ویژگی بارزی می‌باشد که برای موفقیت در دنیای حاضر، حیاتی تلقی می‌شود. چنین است که در مواردی - شاید روزافزون- مشاهده می‌شود که معیارها و ارزش‌گذاری‌ها متفاوت می‌شوند و اقبال به راه‌حل‌های گذشته که گاه معادل تجربه انگاشته می‌شود، کم‌تر می‌باشد. به همین دلیل لازم است سیاست‌گذاران، مدیران، برنامه‌ریزان اجتماعی، برنامه‌ریزان آموزشی و درسی از این رویکردها و مفاهیم مرتبط و مبانی فکری آنها شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تری کسب کنند. براین اساس این پژوهش در صدد است تأثیر شیوه‌های حل مسأله بر شخصیت کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز را بررسی کند.

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

کارآفرینی

به‌طور کلی کارآفرینی به‌عنوان یک انتخاب برانگیزاننده‌ی شغلی، به‌نظر می‌رسد که فرصت شرکت در نظام اجتماعی را با تولید محصولات، خدمات، و فرایندهای فناورانه‌ی جدید ابداعی فراهم می‌کند (zarafshani et al, 2011). نظریه‌ی نیاز به پیشرفت مک‌کلند^۱ (۱۹۶۱) و نظریه‌ی مرکز کنترل روتر^۲ (۱۹۶۶) از نظریاتی هستند که در پژوهش‌های کارآفرینی به آنها توجه می‌شود. براساس نظریه‌ی مک‌کلند، افرادی که نیاز به پیشرفت بالایی دارند، کسانی هستند که می‌خواهند خودشان مسائل را حل کنند، هدفمندند و تلاش می‌کنند که با توانایی شخصی خود به اهدافشان دست یابند. این نظریه بیان می‌کند افرادی که موفقیت‌طلبی بالایی دارند، عملکردشان در کارآفرینی بهتر از دیگران می‌باشد. براساس نظریه‌ی روتر، مرکز کنترل افراد یا درونی است و یا بیرونی. نگاه افراد با کنترل درونی در عملکردشان به خودشان می‌باشد، در حالی که افراد با کنترل

1. McClelland
2. Rotter

بیرونی بیش تر، نتایج اعمالشان را در دست دیگران و عواملی مانند شانس، سرنوشت و تقدیر می دانند (Littunen, 2000).

در این پژوهش برخی از ویژگی های کارآفرینی بررسی شده اند که به طور مختصر توضیح داده می شوند:

تمایل به موفقیت: کارآفرینان، آغازگر فعالیت بوده و میل درونی به رقابت، اعتلا در برابر استانداردهای خودساخته، و دنبال کردن اهداف دشوار دارند. در حد اعتدال خطر می کنند و با بررسی وضعیت، شرایط افزایش موفقیت را تعیین کرده و اقدام می کنند. نتایج پژوهش های مک کلند نشان داد که نیاز به موفقیت در افراد آغازگر فعالیت های اقتصادی بالاتر است (Littunen, 2000؛ احمدپور داریانی و عزیزی، ۱۳۸۳؛ کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳).

محوریت در کنترل: کارآفرینان موفق، خودباورند و پیروزی یا شکست را در گرو سرنوشت، بخت و اقبال ندانسته و خود را در کنترل شکست ها و پیروزی ها توانمند می دانند (احمدپور داریانی و عزیزی، ۱۳۸۳؛ کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳).

تحمل ابهام: به معنای پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه ی حیات با دانشی ناقص از محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بدون اطمینان از موفقیت می باشد (احمدپور داریانی و عزیزی، ۱۳۸۳). کارآفرینان تازه کار با نوعی عدم موفقیت مواجه اند. تغییرات پیوسته ای که باعث ابهام و تنش در همه ی جنبه های کار می شود، عدم قطعیت را پیچیده تر می کند. مایه ی رشد کارآفرینان موفق، سیال بودن و هیجانی است که از وجود چنین ابهامی ناشی می شود (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳).

تمایل به خطرپذیری: بروکهاوس، مخاطره پذیری را احتمال دریافت پاداش در نتیجه ی موفقیت فعالیت پیشنهادی می داند که شخص قبل از این که خود را در معرض پیامدهای ناشی از شکست قرار دهد، آنرا تأمین می کند. " (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳). کارآفرین، شخصی میانه رو می باشد که به صورت حساب شده، خطر می کند اما بیهوده ریسک نمی کند (احمدپور داریانی و عزیزی، ۱۳۸۳؛ کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳).

خلاقیت: خلاقیت، ترکیبی از تناسب و تازگی و یا حل مسأله به روش جدید است که مردم را توانمند می کند تا از عهده ی چالش ها و مشکلات محیطها برآیند (Berglund and

ennberg, 2006). به نظر دراکر، نوآوری عمل مختص کارآفرینی بوده و ابزاری می‌باشد که کارآفرین با آن، منابع ثروت‌زای جدید ایجاد می‌کند و یا منابع موجود را غنا می‌بخشد تا توانایی آن‌ها برای تولید ثروت بالا برود. کارآفرینان در فرایند نوآوری، فرصت‌ها را به ایده‌های قابل عرضه در بازار تبدیل می‌کنند و به تغییرات شتاب می‌بخشند.

رویاپردازی: کارآفرینان دیدی نسبت به آینده دارند که برای خود و کسب و کارشان جالب و دوست‌داشتنی است. کارآفرینان توانایی آن را دارند که رویایشان را به عمل تبدیل کنند.

چالش‌طلبی: کارآفرینان به وضع موجود راضی نیستند و همیشه به دنبال انجام بهتر کارها هستند. به همین دلیل اگرچه تغییر وضعیت کنونی‌شان با چالش‌های بسیاری روبه‌رو می‌باشد اما با اشتیاق فراوان با آنها مقابله می‌کنند و برای رفع آن قدم برمی‌دارند.

سلاست فکری: بهره‌مندی از ذهنی باز و سالم برای کارآفرین این امکان را فراهم می‌کند که از آنچه می‌خواهد تصویر روشنی بیافریند. فکر یک کارآفرین می‌تواند در زمانی محدود، گزینه‌های زیادی را در ارتباط با یک موضوع مطرح کند.

حل مشکل: یکی از ویژگی‌های بارز کارآفرین، قدرت تصمیم‌گیری و حل مسأله است. کارآفرینان در شرایط دشوار و نامانده و با تجزیه و تحلیل شرایط، سعی می‌کنند به بهترین نحو مسائل موجود را رفع کنند (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳). ترجیحات شخصی برای شیوه‌های مختلف تصمیم‌گیری، بخش جامعی از شخصیت هر یک از افراد را نشان می‌دهد. افراد گرایش بیش‌تری نسبت به برخی شیوه‌های حل مسأله نشان می‌دهند و از سایر شیوه‌ها هم به‌طور مبتدی و گه‌گاه استفاده می‌کنند. مدیران و کارآفرینان باید ترجیحات تصمیم‌گیری و حل مسأله‌ی خود را بشناسند تا به مواردی که کم‌تر ترجیح می‌دهند، توجه بیش‌تری نشان دهند (Mosley, et al. 1991).

اچینتیا^۵ و ام‌کام^۱ (۲۰۰۹) بیان کردند که کارآفرینی به‌طور معمول به‌عنوان یک

1. Dream processing
2. Positive response to challenge
3. Mental health
4. Problem solving
5. Achintya

ویژگی فردی شناخته شده است، زیرا موفقیت کارآفرینی به تصورات، بینش، نوآوری و خطر کردن وابسته می‌باشد (نقل در Achintya, et al. 2010).

حل مسأله

فرایند تصمیم‌گیری، اهمیت اساسی در حل مسأله برای توسعه‌ی شغلی دارد. مینتز برگ^۱ و همکاران (۱۹۷۶) فرایند تصمیم‌گیری را "مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و عوامل پویا که با شناسایی یک محرک برای فعالیت و اهداف با تعهدی ویژه برای انجام آن" تعریف کرده‌اند. گری (۲۰۱۰) هم‌چنین اشاره کرده است که تصمیم‌گیری نقش اساسی در عملکرد مشاغل کوچک ایفا می‌کند. گاه افراد برای مشکلات به‌ظاهر مشابه، از راه‌حل‌های مختلفی بهره می‌گیرند و برای پیدا کردن راه‌حل‌های کارساز، مراحل و فرایندهای گوناگونی را به‌صورت هوشمندانه دنبال می‌کنند و پس از کسب تجربه‌های موفق در بهره‌گیری از این راه‌حل‌ها، به تدریج شیوه‌ای از حل مسأله شکل می‌گیرد که از آن به بعد به‌طور خودکار برای حل مسأله به کار گرفته می‌شود.

گاه اطلاعات یکسان، تحت تأثیر عواملی مانند ساختار دانش، تجارب، و ویژگی‌های شناختی خود، از راه‌های متفاوتی پردازش می‌شوند. تصمیم‌گیران حسی، به‌طور معمول از پردازش اطلاعات جزئی و تمرکز بر جزئیات منفرد و پیوند حقایق و اشکال استفاده می‌کنند. اما تصمیم‌گیران شهودی، کل‌گرا هستند و به پردازش اطلاعات کلی توجه دارند. گرایش‌های مختلف حسی و شهودی باعث درک متفاوت اطلاعات و مسائل یکسان می‌شود (Cheng et al, 2003). تصمیم‌گیران منطقی، دقیق، نکته‌بین و تحلیلی عمل می‌کنند و عوامل شخصی بر تصمیم‌های آن‌ها تأثیرگذار نیست. همه‌ی راه‌حل‌های ممکن را در نظر می‌گیرند و براساس میزان سودمندی، یکی را انتخاب می‌کنند؛ در مقابل تصمیم‌گیران عاطفی براساس ارزش‌های شخصی و اخلاقی قضاوت کرده (Bradley & Hebert, 1997) و به عواطف دیگران علاقه‌مندند، از تجزیه و تحلیل اجتناب می‌کنند و از کارهای گروهی لذت می‌برند (Andersen, 2000).

1. M.Com
2. Mintzberg

در این تحقیق، به شیوه‌های حل مسأله‌ی یونگ شامل چهار شیوه‌ی حل مسأله‌ی عمل‌گرا، عقلانی، گروه دوست، و نوآور که بر کارکردهای حسی و شهودی، منطقی و عاطفی تکیه دارند، توجه شده است.

شیوه‌ی حل مسأله‌ی حسی - منطقی (عمل‌گرا): این افراد، عمل‌گرا، واقع‌بین، علاقه‌مند به حقیقت و دستوردهی، دقیق و مو شکاف هستند و ابهام نداشتن و کارایی ارزش‌ها را ترجیح می‌دهند (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۸۷). می‌کوشند بیش‌تر، از مهارت‌های فنی استفاده کنند و در فعالیت‌ها و وظایف خود، بسیار باوجدان و وظیفه‌شناسند (Mosley, et al. 1991).

شیوه‌ی حل مسأله‌ی شهودی - منطقی (عقلانی): این افراد، عقلانی و خلاقند. احتمالات آینده را با تجزیه و تحلیل درمی‌یابند (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۸۷). بر تغییرات و احتمالات تمرکز دارند و روشی هدفمند و غیرشخصی را پیش می‌گیرند و از پیچیدگی، تازگی، و مسائل غیرساختمند لذت می‌برند (Mosley, et al. 1991). ویژگی‌های تمایل به موفقیت، محوریت در کنترل، خطرپذیری، خلاقیت و تحمل ابهام از جمله ویژگی‌های مشترک شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی و ویژگی‌های کارآفرینانه است.

شیوه‌ی حل مسأله‌ی حسی - عاطفی (گروه‌دوست): افرادی که این شیوه را دارند، گروه دوست و معاشرتی، علاقه‌مند به حقایق درباره‌ی افراد و بی‌علاقه نسبت به ابهام هستند (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۸۷). آن‌ها خواهان ایجاد وضعیتی هستند که در آن افراد از یک‌دیگر مراقبت و حمایت کنند. در ارتباطات انسانی توانایی بالایی دارند و به کارهای گروهی علاقه‌مندند (Mosley, et al. 1991). بی‌علاقگی آنها به ابهام با ویژگی‌های کارآفرینانه مخالف است.

شیوه‌ی حل مسأله‌ی شهودی - عاطفی (نوآور): این افراد نوآور بوده و برای تحلیل و مهربانی ارزش قائل‌اند. پرشور بوده و اهداف باشکوه دارند و نسبت به قوانین بی‌علاقه هستند (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۸۷). بر تغییرات و احتمالات تمرکز دارند و مهارت‌های ذهنی خیلی خوبی دارند؛ اما از دیدگاه شخصی به نیازهای دیگران توجه می‌کنند و از توانایی خلاقانه‌ی خود در موقعیت‌های مردم‌محور مانند تدریس و روابط عمومی استفاده می‌کنند (Mosley, et al. 1991).

چنگ و همکاران^۱ (۲۰۰۳) تفاوت‌های عمده بین افراد با گرایش حسی و افراد با گرایش شهودی را در این نکته می‌دانند که افراد گروه اول از مسائل جدید اجتناب می‌کنند؛ مگر این که راه‌حل‌های استاندارد برای آن‌ها وجود داشته باشد، به روش‌های تثبیت‌شده برای انجام کارها گرایش دارند، به حقایق و اشکال علاقه دارند، به انجام بهتر کارها با جزئیات توجه می‌کنند، کارها را به صورت نظام‌مند و گام‌به‌گام انجام می‌دهند، به جزئیات راهوار دقت می‌کنند، نسبت به شرایط پیچیده، بی‌حوصله هستند و نسبت به زمان حال نگرانی بیش‌تری دارند، اما افراد گروه دوم به حل مسائل جدید تمایل دارند، از انجام کارهای تکراری بیزارند، در کشف الگوها و ارتباط بین داده‌ها توانمندند و بیش‌تر بر شرایط جهانی و وسیع تمرکز دارند، در حرکت از خاص به عام و رسیدن سریع به راه‌حل، بهتر عمل می‌کنند. به جزئیات کلیشه‌ای توجهی ندارند، نسبت به شرایط پیچیده با صبر و حوصله‌ی زیاد عمل می‌کنند. به زمان آینده و احتمالات توجه بیش‌تری دارند. بر این اساس شاید تلاش برای مجهز کردن کارآفرینان به شیوه‌های حل مسأله‌ی شهودی و عقلانی، انتظار معقولی باشد.

ارتباط بین هر یک از شیوه‌های حل مسأله و ویژگی‌های کارآفرینانه

محققان بسیاری به بررسی نقش و رابطه‌ی ویژگی‌های روان‌شناختی مختلفی با کارآفرینی پرداخته‌اند (Kickul, et al. 2010؛ Mitchell, et al. 2002؛ Ivanova & Gibcus, 2003؛ Hayes & Allinson, 1996؛ Ruth, 1987؛ Cano, 1999؛ فراهانی و فلاحتی، ۱۳۸۶؛ فیض و صفایی، ۱۳۸۸؛ رضایی و رهسپار، ۱۳۸۸؛ خانجانی و همکاران، ۱۳۸۵). محققانی مانند (هالی و گریس کیویکز^۲، ۱۹۹۳؛ گری^۳، ۲۰۰۱؛ کیکول و همکاران^۴، ۲۰۰۷؛ زرافشانی و همکاران^۵، ۲۰۱۱) نیز به بررسی ارتباط بین شیوه‌ی حل مسأله و کارآفرینی پرداخته‌اند. در پژوهش‌های بیان شده، به شیوه‌های حل مسأله از دیدگاه

-
1. Cheng, et al
 2. Holly and Gryskiewicz
 3. Gray
 4. Kickul, et al
 5. Zarafshani, et al

مایرز-بریگز^۱ توجه شده است. اما در این پژوهش تلاش می‌شود ضمن اتکاء به آرای صاحب‌نظران و محققان، طبقه‌بندی یونگ که از شیوه‌های حل مسأله می‌باشد، مبنا قرار گرفته و رابطه‌ی آنها با ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان بررسی شود. برخی از محققان، نقش برجسته‌ای برای شیوه‌های شخصیت در مطالعه‌ی کارآفرینی قائلند (Allinson and Hayes, 1996؛ Mitchell, et al. 2002). کانو^۲ (1999) مریان کارآفرینی را ملزم به شناخت تفاوت‌های شیوه‌ی شخصیتی و تدریس می‌داند؛ زیرا شیوه‌های یادگیری دانشجویان با یکدیگر متفاوت است. کیکول و همکاران^۳ (۲۰۰۷) معتقدند افرادی که شیوه‌ی شهودی دارند، اثربخشی کارآفرینی بالاتری دارند که به‌طور معناداری به اهداف کارآفرینی آنها کمک می‌کند، اما اطمینان کم‌تری از توانایی افراد منطقی برای شناسایی و ایجاد ایده و فرصت جدید وجود دارد. در حالی که پژوهش زرافشانی و همکاران (۲۰۱۱) نشان داد دانش‌آموزانی که تیپ شخصیتی برون‌گرا و حسی دارند نسبت به دانش‌آموزان شهودی و درون‌گرا از سطح نیت کارآفرینانه‌ی بالاتری برخوردارند.

هم‌چنین تحقیق کیکول و همکاران (۲۰۱۰) نشان داد که نیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان شهودی گرا در عقاید خودکارآمدی مربوط به مرحله‌ی شناخت فرصت فرایند ایجاد مشاغل جدید، بهتر تبیین شده است؛ در حالی که نیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان تحلیل‌گر بیش‌تر به عقاید خودکارآمدی آنها در زمینه‌ی مراحل طراحی، مرتب کردن منابع و اجرای فرایند ایجاد مشاغل جدید متکی می‌باشد. سکستون و بومان^۴ (۱۹۸۴) در پژوهشی نشان دادند که دانشجویان کارآفرین، نمرات بالاتری در مهارت‌های اجتماعی به‌دست می‌آورند (نقل در Gryskiewicz, 1993 & Holly). گری (۲۰۰۱) نیز با طراحی و اعتباریابی پرسش‌نامه‌ای جدید، برای شیوه‌ی تصمیم‌گیری کارآفرینی و مشارکت ۲۲۵ نفر و پس از انجام تحلیل عاملی، سه شاخص هم‌گرا، واگرا و مبتکر را شناسایی و گزارش کرده است.

-
1. Myers - Briggs
 2. Cano
 3. Kickul
 4. Sexton and Bowman

روش‌شناسی

این مطالعه، پژوهشی کاربردی از نوع توصیفی-همبستگی است که پرسش‌نامه بین ۴۰۰ نفر از دانشجویان کارشناسی علوم انسانی، علوم پایه، کشاورزی، دامپزشکی، و مهندسی دانشگاه شهید چمران اهواز (۱۳۸۹-۱۳۹۰) با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای توزیع شد. ۳۷۴ پرسش‌نامه‌ی تکمیل شده تجزیه و تحلیل شد (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع نمونه‌ی آماری تحقیق

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۶۷
	مرد	۱۰۷
رشته تحصیلی	علوم انسانی	۱۵۸
	علوم پایه و کشاورزی	۱۲۶
	فنی- مهندسی	۷۴
	دامپزشکی	۱۶
سال تحصیل	اول	۱۰۹
	دوم	۱۳۵
	سوم	۶۱
	چهارم	۶۹

در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ی سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۸۶) با ۹۵ گویه و ۸ خُرده مقیاس استفاده شده است. در این تحقیق پایایی کل پرسش‌نامه‌ها و خُرده مقیاس‌های آن بر روی نمونه‌ی مقدماتی ۳۰ نفره اجرا و محاسبه گردید. ضریب پایایی پرسش‌نامه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه، ۰/۹۳ و ضریب پایایی هر یک از خُرده مقیاس‌های پرسش‌نامه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه بین ۰/۷۲ تا ۰/۸۸ به‌دست آمد. پرسش‌نامه‌ی شیوه‌ی حل مسأله نیز شامل ۲۰ گویه می‌باشد که چهار شاخص شامل شیوه‌های حل مسأله‌ی عقلانی، عاطفی، شهودی و احساسی را می‌سنجد و با طیف ۵ نمره‌ای لیکرت نمره‌گذاری شده و روایی آن توسط چندتن از استادان روان‌شناسی تأیید شده است. ضریب پایایی این پرسش‌نامه نیز ۰/۷۶ و ضرایب پایایی خُرده مقیاس‌های آن نیز بین ۰/۷۰ تا ۰/۸۲ به‌دست آمد که در حد مقبولی می‌باشد (ر.ک. به uk.sagepub.com).

یافته‌ها

نتایج به‌دست آمده از تحلیل داده‌ها در جداول شماره ۲ تا ۴ آمده است. در جدول

شماره (۲) میانگین نمرات شیوه‌های حل مسأله و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در گروه‌های مختلف نمونه‌ی آماری بیان شده است.

جدول ۲. میانگین نمرات شیوه‌ی حل مسأله و ویژگی‌های کارآفرینانه به تفکیک جنسیت و رشته تحصیلی

متغیر	سبک حل مسأله	فراوانی	میانگین استاندارد	انحراف استاندارد	میانگین کارآفرینی	انحراف استاندارد کارآفرینی
جنسیت	زن	عقلانی	۳/۴۱	۰/۴۸	۲/۸۷	۰/۳۰
		عمل‌گرا	۳/۳۴	۰/۴۲		
		نواور	۳/۶۶	۰/۴۲		
	مرد	عقلانی	۳/۵۸	۰/۴۷	۲/۹۴	۰/۲۷
		عمل‌گرا	۳/۵۰	۰/۴۲		
		نواور	۳/۶۷	۰/۴۷		
رشته تحصیلی	علوم انسانی	عقلانی	۳/۴۵	۰/۴۸	۲/۸۶	۰/۳۱
		عمل‌گرا	۳/۳۸	۰/۴۳		
		نواور	۳/۶۹	۰/۴۴		
		گروه دوست	۳/۶۲	۰/۴۵		
	علوم پایه	عقلانی	۳/۴۳	۰/۴۷	۲/۹۱	۰/۲۹
		عمل‌گرا	۳/۳۴	۰/۴۳		
		نواور	۳/۶۴	۰/۴۰		
		گروه دوست	۳/۵۶	۰/۴۵		
	فنی - مهندسی	عقلانی	۳/۵۳	۰/۵۰	۲/۹۱	۰/۲۹
		عمل‌گرا	۳/۴۳	۰/۴۲		
		نواور	۳/۴۶	۰/۴۰		
		گروه دوست	۳/۵۸	۰/۴۳		
دامپزشکی	عقلانی	۳/۴۵	۰/۵۲	۲/۸۸	۰/۲۷	
	عمل‌گرا	۳/۵۵	۰/۴۴			
	نواور	۳/۵۱	۰/۵۶			
	گروه دوست	۳/۶۰	۰/۴۷			

همان‌طور که در جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود میانگین نمرات کارآفرینی همه‌ی دانشجویان، اعم از دختر و پسر و یا در رشته‌های تحصیلی مختلف و سال‌های تحصیلی متفاوت از میانگین (۳) کم‌تر می‌باشد. بیش‌ترین میانگین نمرات کارآفرینی متعلق به دانشجویان علوم پایه و فنی - مهندسی (۲/۹۱) و کم‌ترین نمره مربوط به دانشجویان علوم انسانی (۲/۸۶) است. میانگین نمره‌ی کارآفرینی دانشجویان پسر (۲/۹۴) نیز اندکی بیش‌تر از نمره‌ی دانشجویان دختر (۲/۸۷) می‌باشد. از بین دانشجویان سال‌های تحصیلی مختلف، دانشجویان سال سوم بیش‌ترین نمره و سال دومی‌ها کم‌ترین نمره را دارند. هم‌چنین براساس یافته‌های جدول شماره (۲)، هر دو گروه دانشجویان دختر و پسر بیش‌ترین نمره را

در شیوه‌ی حل مسأله‌ی نوآور و کم‌ترین نمره را در شیوه‌ی حل مسأله‌ی عمل‌گرا کسب کرده‌اند. افزون بر این به استثنای دانشجویان دامپزشکی، سایر دانشجویان بالاترین نمره را در شیوه‌ی حل مسأله‌ی نوآور و کم‌ترین نمره را در شیوه‌ی عمل‌گرا کسب کرده‌اند. به‌منظور بررسی دقیق‌تر رابطه‌ها، با بهره‌گیری از ضریب همبستگی پیرسون، همبستگی بین شاخص‌های کارآفرینی و شیوه‌های حل مسأله سنجیده شد. این بخش از نتیجه‌ها در جدول شماره (۳) آورده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای شیوه‌های حل مسأله و ویژگی‌های کارآفرینی

کارآفرینی شیوه	خطر پذیری	کانون کنترل	نیاز به موفقیت	سلاست فکری	عمل گرایی	تحمل ابهام	رویا پردازی	چالش طلبی	کار آفرینی
عقلانی	۰/۴۳**	۰/۲۴**	۰/۴۸**	۰/۳۷**	۰/۲۳**	۰/۱۲**	۰/۳۵**	۰/۵۹**	۰/۵۶**
عملگرا	۰/۳۴**	۰/۱۳*	۰/۲۴**	۰/۲۸**	۰/۰۶	۰	۰/۲۲**	۰/۲۵**	۰/۳۲**
نوآور	۰/۳۳**	۰/۲۰**	۰/۳۳**	۰/۲۹**	۰/۲۳**	-۰/۰۵	۰/۳۵**	۰/۳۵**	۰/۴۲**
گروه دوست	۰/۱۸**	۰/۰۶	۱/۰۳	۰/۱۶**	۰/۰۳	-۰/۱۸**	۰/۱۷**	۰/۰۴	۰/۱۱*

* $p < 0/05$ ** $p < 0/001$

استعداد کارآفرینی دانشجویان بیش‌ترین همبستگی را با شیوه‌های حل مسأله‌ی عقلانی دارد. بین شیوه‌ی عقلانی و تمام شاخص‌های شخصیتی کارآفرینی، رابطه‌ی معناداری وجود دارد. اما همبستگی شیوه‌ی عمل‌گرا با شاخص‌های تحمل ابهام صفر بوده و برخلاف انتظار با شاخص عمل‌گرایی نیز همبستگی معنادار ندارد. شیوه‌ی نوآور با همه‌ی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی به‌جز ویژگی تحمل ابهام، همبستگی معنادار دارد. شیوه‌ی گروه‌دوست با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی خطرپذیری، سلاست فکری و رویاپردازی رابطه‌ی معنادار مثبت دارد؛ اما با ویژگی تحمل ابهام همبستگی منفی و معنادار دارد. در پاسخ به سؤال نخست تحقیق مبنی بر این که: آیا بین شیوه‌ی عقلانی و ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه شهید چمران رابطه وجود دارد؟ ضریب همبستگی ۰/۵۶ به‌دست آمد که بیانگر وجود رابطه‌ی مثبت معنادار بین شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی و استعداد کارآفرینی دانشجویان است. در پاسخ به سؤال دوم که: آیا بین شیوه‌ی عمل‌گرا و ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه شهید چمران رابطه وجود دارد؟ ضریب همبستگی ۰/۳۲ به‌دست آمد که بیانگر وجود رابطه‌ی مثبت معنادار بین شیوه‌ی عمل‌گرا و استعداد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران می‌باشد. نتیجه‌ی بررسی سؤال سوم برای فهم اینکه آیا بین شیوه‌ی نوآور و ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه

شهید چمران رابطه وجود دارد؟ کسب ضریب همبستگی ۰/۴۲ نشانه‌ی آن است که رابطه‌ی بین شیوه‌ی حل مسأله نوآور و استعداد کارآفرینی دانشجویان نیز مثبت و معنادار است. در پاسخ به این پرسش که آیا بین شیوه‌ی گروه دوست و ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه شهید چمران رابطه وجود دارد؟ به‌عنوان سؤال چهارم تحقیق، هر چند مقدار ضریب ۰/۱۱ اندک می‌باشد اما این رابطه نیز مثبت و معنادار است. یافته‌ها نشان می‌دهند که ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان بیش‌ترین همبستگی را با شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی با مقدار ۰/۵۶ و کم‌ترین همبستگی را با شیوه‌ی حل مسأله‌ی گروه‌دوست با میزان ۰/۱۱ دارد.

به‌منظور فهم بیشتر از رابطه‌ی شیوه‌های حل مسأله و توانایی آنها در پیش‌بینی ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان (سؤال پنجم)، رابطه‌ی چندگانه‌ی آنها با استفاده از تحلیل رگرسیون بررسی شد. برای بررسی متغیرهای پیش‌بین متغیر ملاک و تعیین سهم هر یک از متغیرها در پیش‌بینی، از تحلیل رگرسیون چندگانه به‌روش گام‌به‌گام استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره (۴) ارائه می‌شود.

جدول ۴. رابطه‌ی چندگانه‌ی شیوه‌های حل مسأله و کارآفرینی

مرحله	متغیر	R	R2	R2 تعدیل شده	F	β	سطح معناداری
۱	عقلانی	۰/۵۶	۰/۳۲	۰/۳۲	۱۷۳/۸۶	۰/۵۶	۰/۰۰۱
۲	عقلانی، عملگرا	۰/۵۷	۰/۳۳	۰/۳۳	۹۰/۸۶	۰/۶۴ - ۰/۱۴	۰/۰۰۱ ۰/۰۱

دو شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی و عمل‌گرا با هم، ۰/۳۳ از واریانس ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان را پیش‌بینی کرده‌اند. ۰/۵۶ از سهم این واریانس، مربوط به شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی می‌باشد و با ورود شیوه‌ی حل مسأله‌ی عمل‌گرا، و تأثیر منفی آن بر استعداد کارآفرینی؛ میزان تأثیر شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی به ۰/۶۴ افزایش یافته است. با توجه به میزان ضریب تعیین نیز می‌توان گفت شیوه‌ی حل مسأله‌ی عمل‌گرا فقط می‌تواند ۰/۰۱ از واریانس استعداد کارآفرینی دانشجویان را تبیین کند. آزمون F نیز معناداری همبستگی ویژگی‌های کارآفرینانه و شیوه‌های عقلانی و عمل‌گرا را نشان می‌دهد. ضریب بتا بیانگر تأثیر منفی شیوه‌ی حل مسأله‌ی عمل‌گرا بر ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان می‌باشد و نشان می‌دهد که شیوه‌ی یادشده ۱۴ درصد از واریانس

ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان را پیش‌بینی می‌کند ($\beta = -0.14$). به عبارت دیگر با افزایش رویکرد دانشجویان به سمت شیوه‌ی عمل‌گرا، نمرات ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی آنها کم می‌شود. جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که شیوه‌های نوآوری و گروه‌دوست، اثر معناداری بر ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان نداشته‌اند.

بحث و نتیجه

بسیاری از محققان، ویژگی‌های روان‌شناختی مختلفی را بررسی کرده و ارتباط معناداری بین برخی از این ویژگی‌ها را با کارآفرینی گزارش داده‌اند (Ivanova and Holly and Gryskiewicz, 1993; Ruth, 1987; Gibcus, 2003؛ فراهانی و فلاحتی، ۱۳۸۶؛ فیض و صفایی، ۱۳۸۸؛ رضایی و رهسپار، ۱۳۸۸؛ خانجانی و همکاران، ۱۳۸۵). نتایج این پژوهش نیز نشان می‌دهد: بین میانگین شیوه‌های حل مسئله در گروه‌های مختلف دانشجویان، تفاوت زیادی نیست و میانگین هر چهار شیوه را می‌توان حدود ۳/۵ برآورد کرد و چنین استنباط نمود که دانشجویان دانشگاه شهید چمران گرایش خاصی به یک نوع شیوه ندارند و می‌توانند در شرایط مختلف از انواع شیوه‌های حل مسئله استفاده کنند و به تصمیم‌گیری بپردازند. اگرچه هر کدام از این شیوه‌ها را می‌توان متناسب با انتظارات و هم‌چنین متناسب با شرایط و سایر ویژگی‌های دانشجویان و محتوای دوره‌ی رشته‌های تحصیلی آنها با راهبردهای آموزشی دانشگاه تقویت کرد. گوناگونی در شیوه‌های استفاده شده توسط دانشجویان برای حل مسئله را می‌توان دو گونه تعبیر کرد. از یک سو شاید این تنوع را نشانه‌ای از ناآگاهی نسبت به روش‌ها و راه‌حل‌های متناسب با مسئله تلقی کرد؛ اما با توجه به همبستگی شیوه‌ی حل مسئله‌ی عقلانی این تعبیر را هم می‌توان داشت که دانشجویان برای حل مسائل خود براساس عقلانیت، راه‌حلی را بر می‌گزینند که بیش‌ترین موفقیت را برای آنان در پی داشته باشد. به بیان دیگر این دانشجویان از سمت چپ مغز بیش‌ترین استفاده را کرده و از رویکرد قیاسی در حل مسئله بیش‌تر بهره می‌گیرند.

بین انواع شیوه‌های حل مسئله‌ی عقل‌گرا (منطقی - شهودی)، عمل‌گرا (منطقی - حسی)، نوآور (عقلانی - عاطفی) و گروه‌دوست (عاطفی - حسی) با میزان ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران رابطه‌ی مثبت و معناداری مشاهده شد. بیش‌ترین رابطه

بین شیوه‌ی عقل‌گرا و ویژگی‌های کارآفرینی است. نتایج نشان می‌دهند که ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان تأثیرپذیری بیش‌تری از شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقل‌گرا دارند. البته انتظار می‌رفت که ویژگی‌های کارآفرینانه با شیوه‌های حل مسأله‌ی عمل‌گرا، نوآور و گروه‌دوست ارتباط بیش‌تری داشته باشند؛ چراکه کارآفرینان مرد در عمل، خلاق و نوآور بوده و علاقه‌ی زیادی به گروه دارند. اما نتیجه‌ی این پژوهش نشان داد ویژگی کارآفرینی افراد بیش‌تر تحت تأثیر شیوه‌ی عقل‌گرا قرار دارد. شاید این نتیجه را بتوان این‌گونه تحلیل کرد که افراد با ویژگی‌های کارآفرینی بالا، بدون در نظر گرفتن همه‌ی شرایط و تصمیم‌گیری عقلانی در یک زمینه، سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. به عبارت دیگر ویژگی‌هایی از قبیل قدرت خطر بالا سبب بی‌دقتی و تصمیم‌گیری احساسی در کارآفرینان نمی‌شود؛ بلکه آنها همه‌ی شرایط را به‌خوبی تجزیه و تحلیل کرده و در شروع کار با آگاهی کافی و به‌طور منطقی تحلیل هزینه-فایده انجام می‌دهند و هنگامی که شرایط را مناسب و موفقیت‌آمیز دانستند وارد عمل می‌شوند. نتایج تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام نیز نشان داد که دو شیوه‌ی عقل‌گرا و عمل‌گرا می‌توانند میزان ویژگی‌های کارآفرینی اشخاص را پیش‌بینی کنند. یافته‌ی این پژوهش در این مورد که شیوه‌ی حل مسأله‌ی عقلانی توانایی پیش‌بینی ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی افراد را دارد، با نتایج مطالعه‌ی باسنتیز و بارنی^۱ (۱۹۹۷) که فرایند تصمیم‌گیری را در کارآفرینان عقلانی می‌دانند، همسو است. اما با یافته‌های پژوهش کارلند^۲ (۱۹۸۳) که نشان داد کارآفرینان باهوش‌تر و انعطاف‌پذیرتر، و مهارت تصمیم‌گیری روشمندتر و منطقی‌تری دارند، مغایرت دارد (نقل در Holly & Gryskiewicz). نتیجه‌ی رگرسیون بیانگر این است که با افزایش ویژگی‌های کارآفرینانه، استفاده از شیوه‌ی عقل‌گرا بیش‌تر می‌شود. اما در رابطه با شیوه‌ی عمل‌گرا ارتباط معکوس می‌باشد؛ یعنی با افزایش ویژگی‌های کارآفرینانه، استفاده از این شیوه کم می‌شود. شاید به این دلیل باشد که افرادی که بیش‌تر از شیوه‌ی عمل‌گرا استفاده می‌کنند؛ افرادی با تحمل ابهام پایین و نسبت به گروه، سرد و کم‌احساس هستند؛ در حالی که کسانی که از ویژگی کارآفرینانه‌ی بالایی برخوردارند؛ تحمل ابهام بالایی دارند و علاقه‌ی زیادی به انجام

1. Busenitz & Barney

2. Hoy and Carland

کارهای گروهی و ارتباط برقرار کردن با گروه دارند.

اگرچه کارآفرینی، ارزش آفرینی است و کارآفرینان می‌کوشند با هزینه‌ی کم‌تر و با اعتبار بیش‌تر، به واسطه‌ی خلاقیت و خطرپذیری خود، نیازهای جامعه را شناسایی کرده و رفع کنند، اما به وضوح می‌توان شاهد نفوذ کارآفرینی در متن زندگی آحاد جامعه بود. زندگی فقط بر یک‌مدار نمی‌چرخد و همان‌قدر که عقلانیت و حسابگری و کاربرد روش استقرایی و نتیجه‌گیری و تصمیم‌گیری بر مبنای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده لازم است، توجه به نیروهای درونی و عاطفی نیز که در لایه‌لایه‌های زندگی جریان دارد، انکارناپذیر می‌باشد. خودشناسی، خوش‌بینی، مثبت‌اندیشی، تلقی فرصت از تهدیدات و مشکلات پیش‌رو، نشاط و پرهیز از تنبلی و صفاتی از این قبیل، را نه تنها نمی‌توان از معادلات زندگی کنار گذاشت بلکه واژگانی مانند عشق به‌رشد و رفاه هم‌نوعان، ایشار و از خود گذشتگی برای رفع مشکلات جامعه، شجاعت در رویارویی با خطراتی که امکان دارد مجهولات و ناشناخته‌هایی در پی داشته باشند و هم‌چنین الهام گرفتن از طبیعت و ماوراء آن و شاید در یک کلام، معنویت نیز باید در ادبیات مشکل‌گشایی و هم‌چنین ادبیات کارآفرینی جست‌وجو شده و یا گنج‌نیده شوند و به‌عنوان وجوه مشترک انسان‌ها و آحاد جامعه‌ی بشری، مبنای حل مسأله قرار گیرند. خلاء وجود این مفاهیم، نقطه‌ی ضعفی است که در تربیت کارآفرینان مشاهده می‌شود.

پیشنهادها

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که برخی از ویژگی‌های روان‌شناختی، تأثیر بیش‌تری در تقویت روحیه و استعداد کارآفرینی دارند. از این‌رو باید توجه داشت در جریان برنامه‌ریزی درسی و در تدوین محتواهای لازم برای تربیت کارآفرینان، مطالب مرتبط و مفید در این باره گنج‌نیده و سازماندهی شوند. انتظار می‌رود در محتواهای پیش‌بینی شده برای آموزش کارآفرینان، آموزش مهارت‌های تعقل (تفکر) اعم از مهارت‌های شناختی و فراشناختی و هم‌چنین طرح مسائل و تمرین‌هایی که نیازمند بهره‌گیری از روش‌های علمی برای حل مسأله هستند و به دانشجویان قدرت کنترل، برنامه‌ریزی و نظارت بیش‌تر و دقیق‌تری بر فرایند یادگیری خود می‌دهد، گنج‌نیده شوند.

- برنامه‌های آموزشی نباید به گونه‌ای باشند که بر کاربرد یک شیوه‌ی حل مسأله برای همه تأکید شود (Kickul, et al. 2007؛ Kickul, et al. 2010)؛ بلکه باید کلاس‌های کارآفرینی به گونه‌ای برگزار شوند که با احترام به تفاوت‌های فردی دانشجویان، به تدریج آنها را به استفاده‌ی بیش‌تر از شیوه‌های حل مسأله‌ی عقلانی که تناسب بیش‌تری با مقتضیات کارآفرینی دارند، هدایت کند. لازم است ارزش همه‌ی شیوه‌های حل مسأله روشن شود تا احتمال موفقیت کارآفرینان آینده با استفاده از شیوه‌های مناسب‌تر افزایش یابد؛ چنان‌چه زرافشانی و همکاران (۲۰۱۱) می‌گویند تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر اکتساب و توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینی مانند نوآوری و خطرپذیری نادیده گرفته می‌شود.

ارزیابی شیوه‌های حل مسأله‌ی دانشجویان و هدایت آنها به سمت شیوه‌هایی که کم‌تر ترجیح می‌دهند از پیشنهاد‌های کاربردی این پژوهش است. تعمیم نتایج این تحقیق باید با احتیاط انجام شود. شاید انجام یک تحقیق علی مقایسه‌ای می‌تواند یافته‌های معتبرتری را در اختیار پژوهشگران و برنامه‌ریزان قرار دهد. انجام پژوهش‌های بیش‌تر درباره‌ی شیوه‌های آموزش و هم‌چنین تناسب محتوای آموزشی دروس و دوره-رشته‌های مختلف تحصیلی با سطح انتظار مطلوب از توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان راهگشا خواهد بود.

منابع

- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۸). کار آفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: نشر پردیس. چاپ اول
- احمدپورداریانی، محمود و عزیزی، محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی. تهران: محراب قلم، دفتر برنامه ریزی و تألیف آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کار دانش.
- خانجانی، زینب؛ مهین، همایون؛ حسینی نسب، داوود (۱۳۸۵). نقش‌های عامل‌های عمقی شخصیت در استعداد و عملکرد کارآفرینی. فصلنامه علمی پژوهشی روانشناسی دانشگاه تبریز. سال اول. شماره ۴. صص ۱۱۶-۸۹
- ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد: نشر جهان فردا.
- رضایی، محمد حسن؛ طیبه، رهسپار (۱۳۸۸). بررسی چگونگی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد داراب. فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. صص ۶۲-۴۵
- صابر، فیروزه (۱۳۸۱). راه‌های توسعه‌ی کارآفرینی زنان در ایران: راهکارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران. تهران: روشنگران و مطالعات زنان
- طالبی، کامبیز. زارع یکتا، محمدرضا (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه‌ی شرکتهای کوچک و متوسط دانش‌بنیان، توسعه‌ی کارآفرینی، سال ۱، شماره ۱، صص ۱۳۱-۱۱۱
- فراهانی، ابوالفضل. فلاحتی، مهدی (۱۳۸۶). بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادراک تربیت بدنی دانشگاه‌ها، پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۵، صص ۶۷-۷۹
- فیض، داوود. صفایی، میلاد (۱۳۸۸). ارزیابی و مقایسه‌ی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان. فصلنامه‌ی انجمن آموزش عالی ایران. سال دوم. شماره ۲، صص ۱۵۸-۱۳۷.

کردنائیج، اسدالله. محمدرضا زالی، حیدر علی هومن و شهاب الدین حسینی، (۱۳۸۶). *ابراز سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی*. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
کوراتکو، دانلد اف. هاجتس، ریچارد دام (۱۳۸۳). *نگرشی معاصر بر کارآفرینی*، ترجمه‌ی ابراهیم عامل محرابی و محسن تهرانی. جلد اول، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد

مقیم، محمد. خنیفر، حسین. عربی‌خوان، مهلا (۱۳۸۷). بررسی ارتباط بین سبک شخصیت و اثربخشی مدیریت در مدیران سازمان‌های دولتی. نشریه‌ی مدیریت دولتی، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۱، صص ۱۰۴-۸۷

- Achintya, Kr, S., M.Com, B. (2010). *entrepreneurship: concept and definition*. <http://assamagribusiness.nic.in/agriclinics/Entrepreneurship%20concept%20&%20definition.pdf>.
- Allinson, C., Hayes, J. (1996). the cognitive style index: a measure of intuition analysis for organizational research. *Journal of Managment Studies* 33. PP. 119-135
- Andersen, J. (2000). Intuition in managers are intuitive managers more effective? *Journal of managerial Psychology*. Vol. 15. N(1).pp.46-67
- Berglund, H; Wennberg, K. (2006). Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education. *Int. J. Cont. Engineering Education and Lifelong Learning*, Vol. 16, No. 5.PP.366-379
- Bradley, J. Hebert, F. (1997). The effect of personality type on team performance. *Journal of Management Development*, Vol. 16 No. 5, pp. 337-353
- Busenitz, L.W;Barney, J. B (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*. V(12). Pp: 9-30
- Cano, J. (1999). The relationship between learning style, academic major and academic performance on college students. *J. Agriculture. Education*,40(1): 30-37.
- Cheng, M., Luckett, P., Schulz, A. (2003). The effect of cognitive style diversity on decision-making dyads: An empirical analysis in the context of a complex task. *Behavioral Research In Accounting*. (15). Pp. 39-62
- Gray, J. (2001). *A new measure of entrepreneurial decision-making style*.
- Holly, B.E., Gryskiewicz, N. (1993). Entrepreneurs' Problem-Solving Styles: An Empirical Study Using the Kirton Adaption/innovation Theory. *Journal of Small Business Management*, Vol. 31
- Ivanova, E., Gibcus, P. (2003). *The decision-making entrepreneur Literature review*. (<http://www.ondernemerschap.nl/pdf-ez/N200219.pdf>)

- Kickul, J., Gundry, L.K., Barbosa, S.D., Simms, S. (2007). One style does not fit all: The role of cognitive style in entrepreneurship education. *Paper presented at IntEnt 2007: Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Poland*, pp. 89-100
- Kickul, J., Gundry, L.K., Barbosa, S.D., Simms, S. (2010). *One style does not fit all: the role of cognitive style in entrepreneurship education*. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. V(9),N (1). Pp:36-57
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, VOL.6 No 6. Pp 295- 309
- Mintzberg, H; Raisinghani, D; Theoret, A. (1976). The structure of unstructured" decision processes. *Administrative Science Quarterly* , 21,pp: 246 - 274.
- Mitchell, R., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P., Morse, E., Smith, B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship. Theory Practice.*, 27(2): 93-104
- Mosley, D., O'Brien, F., Pietri, P. (1991). Problem solving styles determine manager's approach to making decisions. *Industrial Management* (.
- Ruth C. L. (1987). *Creative problem solving in business: synergy of thinking, intuiting, sensing and feeling strategies*. A dissertation submitted to the school of education and the committee on graduate studies of Stanford university in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy.
- www.uk.sagepub.com/.../Problem-solving%20Style%20Questionnaire
- Zarafshani, K., Sharafi, L., Rajabi, S. (2011). Using the Myers-Briggs type indicator (MBTI) in the teaching of entrepreneurial skills. *International Journal of Science and Technology Education Research*. Vol. 2(4), pp. 67 – 74.