[2-1- مقدمه 23](D:\\3\\Copy.doc" \l "_Toc252632463#_Toc252632463)

[2-2- کارآفرینی 23](D:\\3\\Copy.doc" \l "_Toc252632463#_Toc252632463)

[2-3- ویژگی های کارآفرینان 24](D:\\3\\Copy.doc" \l "_Toc252632464#_Toc252632464)

[2-4- روحيه کار آفريني 26](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632465#_Toc252632465)

[2-5- سه موج در کارآفرینی 28](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632466#_Toc252632466)

[2-6- کارآفرینی و ابعاد فرهنگ 29](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632463#_Toc252632463)

[2-7- کارآفرینی و اشتغال 34](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632468#_Toc252632468)

[2-8- انواع كارآفريني 35](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632474#_Toc252632474)

[2-9- آموزش کارآفرینی 36](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632486#_Toc252632486)

[2-10- کارآفرینی، دانشگاه و دانشجویان 39](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632486#_Toc252632486)

[2-11- عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه 41](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-1- دانش 41](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-2- تجربه 43](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-3- خانواده 45](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-4- نگرش 47](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-5- هنجارهای اجتماعی 47](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-6- کنترل رفتاری ادراک شده 48](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-11-7- ویژگی های جمعیتی 48](file:///D:\Users\PourNaserani\Desktop\Copy.doc#_Toc252632487#_Toc252632487)

[2-12- پیشینه تحقیق 50](file:///D:\3\Copy.doc#_Toc252632498#_Toc252632498)

**2-1- مقدمه**

عصر ما عصر شتاب و سرعت، دگرگوني و تغيير است. موج اين تغييرات، زندگي همه ما را خواسته يا ناخواسته تحت تاثير قرار مي‌دهد. از اين رو جامعه ايي در جهت سازگاري با تغييرات و رقابت جهاني پيشتاز خواهد بود که از نيروي انساني ماهر و متخصص و خلاق برخوردار باشد (صمدي و اصفهانی، 1386). رشد سريع جمعيت و افزايش نرخ بيکاري به ويژه در ميان دانش آموختگان از جمله چالشهايي است که جامعه ما درگير آن است. در شرايط کنوني يکي از عواملي که سبب دگرگوني چهره اقتصادي، اجتماعي و صنعتي يک کشور مي‌شود، فعاليتهاي کارآفرينانه، برخورداري از روحيه کارآفرينانه و در نهايت کارآفريني انسان است (2003، Antoncic and Hisrich). در عصر حاضر که با افزايش جمعيت، جوامع و سازمان ها به سرعت در حال گسترش و سرعت هستند و در پي آن، پيچيدگي آن‌ها نيز رو به فزوني است، کارآفريني در يک تعامل چند سويه‌ يعني هم در مفهوم ايجاد اشتغال، هم در مفهوم ايجاد تحول از راه نوآوري ها و بهبود فرآيندها و هم به عنوان عامل کليدي در رشد و توسعه اقتصادي، به شدت مورد نياز است. حتي مي‌توان بحث کارآفريني در عصر مدرن امروزي يکي از اصلي ترين راهبردهاي بنيادي هر کشور محسوب مي‌شود (ناهيد، 1388). سه دليل مهم براي توجه به مقوله کارآفريني، توليد ثروت، توليد تکنولوژي و اشتغال مولد است (کاراد، 1386).

**2-2- کارآفرینی**

کارآفرینی، خلق کسب و کار، هدایت منابع، تبدیل فرصت‏ها به دستاوردها و ارائه محصولات جدید است که سبب خوداشتغالی، دیگر اشتغالی و یا ایجاد ارزش افزوده می‏شود. کارآفرین کسی است که با بهره‏گیری از منابع موجود، به‏کارگیری خلاقیت، شناخت فرصت‏ها و پذیرش ریسک‏ها به ایجاد یک کسب و کار می‏پردازد (سالازار، 1376). کارآفرینی ریشه‏ای به درازای تاریخ دارد. کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که همزمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تامین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است. با این وجود، توجه آکادمیک به مفاهیم این دانش سابقه چندانی ندارد (سعیدی و مهتدی، 1378). کانتیلون به عنوان بنیانگذار واژه کارآفرینی، خود اشتغالی را کارآفرینی می‏داند. از دیدگاه وی، کارآفرین سازمان‏دهنده‏ بنگاه اقتصادی است و در عملکرد تولید و توزیع آن نقش محوری دارد (احمد پور، 1384). در سال 1848 واژه کارآفرینی (Entreprenerurship) توسط جان استوارت میل در زبان انگلیسی ترجمه شد. وی عمل کارآفرین (Entreprener) را شامل هدایت، نظارت، کنترل و مخاطره‏پذیری می‏دانست و عامل متمایزکننده مدیر و کارآفرین را مخاطره‏پذیری معرفی کرد. بنابر تعریف واژه‏نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متهد می‏شود مخاطره‏های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند . ژوزف شومپیتر، استاد دانشگاه هاروارد معتقد بود که کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‏های تازه از مواد. از دیدگاه شومپیتر نوآوری ملاک کارآفرینی است (سالازار، 1376). برخی نیز از ریسک‏پذیری یا مخاطره‏پذیری همچون عامل کلیدی برای تعریف کارآفرینان استفاده می‏کنند. اقتصاددانان نیز بر این عقیده‏اند که کارآفرینی فقط یک فعالیت اقتصادی نیست، بلکه یک پدیده فرا اقتصادی است و در اصل دارای ماهیت اقتصادی نمی‏باشد (قمبرعلی و زرافشانی، 1387). بعضی هم کارآفرینی را به معنای آگاهی از فرصت‏های سودآور کشف نشده دانسته‏اند (Kirzner, 1979).

**2-3- ویژگی های کارآفرینان**

دئو (2005) كارآفرين را از دو ديدگاه متفاوت تعريف مي نمايد: از ديد يک اقتصاددان و از ديد يک روانشناس.

از ديد يك اقتصاددان، يك كارآفرين كسي است كه منابع و نيروي انساني و مواد و ساير دارايي ها را تركيب مي نمايد، به گونه اي كه ارزش آنها افزايش يابد و كسي كه تغيير ايجاد مي كند، نوآوري مي نمايد و تقاضاي جديد ايجاد مي نمايد. از ديد روانشناس، يك كارآفرين كسي است كه به طور خاص به واسطه برخي نيروها مثل نياز به كسب و به دست آوردن، آزمودن، عمل نمودن و شايد فرار از قدرت ديگران هدايت مي شود. در حاليكه كارآفرينان وجوه اشتراك زيادي دارند، از بسياري جهات نيز متفاوت مي باشند. يك مجموعه معين از ويژگيها و رفتارها وجود ندارد كه هر كارآفريني آن را دارا باشد. آن چيزي كه در شرايط مختلف لازم مي باشد، به تركيبي از بازيگران كليدي و نحوه ايجاد و حذف فرصتها و كمبودها و نقاط قوت موسسان وابسته است. با اين وجود، مطالعاتي نيز نشاندهنده وجود يك مجموعه مشترك از ويژگيها در كارآفرينان مي باشد. برخي از اين ويژگيهاي كليدي كه در يك كارافرين موفق موجود بايد باشد عبارتند از نوآوري، ابتكار، محرك هاي رواني موفقيت، تمايل به ريسك پذيري حساب شده، انعطاف پذيري و رقابت جويي (Johnston et al, 2009). شخصیت از ملزومات كارآفرینی است توسعه كار آفرینی نیازمند تربیت افراد كارآفرین می‌باشد. در سرتاسر دنیا مراكز مختلفی برای آموزش و كارآفرینی وجود دارد. اگرچه برخی از افراد روحیة كارآفرینی بیشتر را وابسته به تحولات زندگی افراد در طول سالیان مختلف می‌دانند ولی این تناقضی با آموزش كارآفرینی ندارد. در آموزش كارآفرینی بایستی افرادی كه بصورت بالقوه از روحیه كارآفرینی برخوردارند انتخاب شده و سپس شخصیت‌شان به فعلّیت برسد. نقش دولت در توسعه كارآفرینی، علاوه بر ایجاد بسترهای سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و حمایتی از كارآفرینی، شناسایی، آموزش و هدایت فعالیت‌های كارآفرینانه است.(Ward, 2004) روایگما و ونتر (2004) نتيجه گرفتند كه ويژگيهایي مانند تعهد، اعتماد به نفس، سرسختي، نياز به كسب، فرصت سازي، ابتكار، مسئوليت پذيري، توانايي حل مشكل، توانايي ساخت تيم در كارآفرينان مشترك است. هوروث و همکاران (2005) براساس مطالعاتي كه برروي افراد كارآفرين موفق انجام داده اند به اين نتيجه رسيده اند كه نتيجه گيري كلي در مورد ويژگيهاي اين افراد سخت مي باشد. ما و تان (2006) بيان مي نمايند كه تلاش براي تعيين ويژگيهاي شخصيتي و روانشناختي يك كارآفرين محكوم به شكست است، زيرا براي هر تعريف سنتي ازتيپ كارآفرينانه، مثالهاي نقض متعدددي كه آن تئوري را تكذيب مي نمايد وجود دارد. آنها چنين بحث مي نمايند: زماني كه عوامل محيطي نمي توانند مستقل از عوامل روانشناختي بررسي شوند، ديدگاه كلي از كارآفريني ناكافي است. كارآفرينان نه تنها به وسيله وي‍ژگيهاي شخصيتي قابل شناسايي هستند، بلكه به اندازه آنچه که آنها هستند، آنچه كه يك كارآفرين انجام مي دهد نيز مهم است. بنابراين ضروري است كه كارآفرين را به صورت يك شكل رفتاري در نظر بگيريم و نه تنها به صورت مجموعه اي از ويژگيهاي مشترك. برخلاف صاحبان و مديران سنتي كسب و كارها كه به واسطه منابع تحت اختيارشان شناخته مي شوند، كارآفرينان داراي جهت گيري استراتژيك بوده و به دنبال فرصتها هستند. پیتر دراکر بيان مي كندكه كارآفريني يك شكل رفتاري است كه به وسيله تمرين نوآوري سيستماتيك، كه عبارتست از تحليل سيستماتيك فرصتها و جستجو براي تغييراتي كه عامل نوآوري مي شوند آموخته مي شود. اين نشان مي دهد كه كارآفرينان كساني هستند كه اين رفتار را بروز مي دهند و به صورت سيستماتيك فرصتهاي ناشي از تحولات را جذب و تحليل مي نمايند و سپس دانش تجربي خود را بر اساس آن مي سازند (Mcquaid, 2002).

**2-4- روحيه کار آفريني**

از مباحث مهم در کارآفريني، ايجاد و پرورش روحيه کارآفريني در اعضا توسط سازمان‌ها است. بعبارت ديگر، سازمان‌ها مي‌توانند با برنامه‌هاي آموزشي انگيزه پيشرفت، مخاطره پذيري، استقلال، خلاقيت و ساير اجزای کارآفريني را در فرد پرورش دهند و به سمت سازمان کارآفرين حرکت کنند. درباره علل کارآفريني مي‌توان به سه رويکرد متفاوت در اين زمينه اشاره کرد: 1) رويکرد شخصيتي 2) رويکرد دموگرافيک 3) رويکرد نگرشي. اما توجه اصلي بیشتر مطالعات به رويکرد نگرشي مي‌باشد که اجزاي نگرش کارآفرينانه در اين پژوهش عبارتند از:

* انگيزه پيشرفت: عبارت است ازتمايل از انجام کار در استانداردهاي عالي براي موفقيت در موقعيت‌هاي رقابتي
* خلاقيت: توانايي خلق ايده‌اي جديد
* ريسک پذيري: عبارت است از پذيرش مخاطره‌هاي معتدل که مي‌توانند با تلاشهاي شخصي مهار شوند
* استقلال طلبي
* کنترل دروني: يعني اينکه شکست‌ها و پيروزيهاي خود را به خودش ربط دهد، نه به عوامل بيرون از خودش.

پژوهشهايي در اين زمينه انجام پذيرفته است که از جمله: زامپتاکس و همکاران (2009)، در پژوهشي با عنوان سير کارآفريني در سازمان‌ها دريافتند که کارمنداني که سطح بالايي از حمايت سازماني را دريافت مي‌کنند به سازمانشان متعهد تر هستند و عملکرد بهتري ارائه مي‌دهند. راشيد (2000)، در پژوهشي با عنوان نقش آموزش برافزايش نگرش‌ها و خصوصيات کارآفرينانه دريافت که افرادي که تحت تاثير آموزش‌هاي خاص کارآفريني قرار گرفته به نحو قبل ملاحظه، نمرات بالاتري در انگيزه پيشرفت، مرکز کنترل دروني، عزت نفس و خلاقيت را به خود اختصاص داده اند. بدري (1384) نيز ضمن بررسي قابليتهاي کارآفريني در دانشجويان دانشگاه اصفهان خلاقيت، انگيزه پيشرفت، اعتماد به نفس و منبع کنترل دروني را از ويژگيهاي اصلي کارآفرينان معرفي مي‌کند. صمدي و شيرزادي اصفهاني (1376) به بررسي رابطه جو سازماني مدرسه با روحيه کارآفريني دانش آموزان در مدارس اصفهان پرداخته‌اند و نتيجه گرفتند که بين جو سازماني و روحيه کارآفريني رابطه مثبت و معني داري و جود دارد. خدمتي (1379) به بررسي، زمينه‌هاي بروز و پرورش کارآفريني در دبيرستان‌هاي پسرانه دولتي کارو دانش شهرستان کرج از نظر مديران، معلمان و دانش آموزان پرداختند. کديور (1378) ضمن بررسي جو سازماني مدارس راهنمايي شهر تهران، اذعان داشت که جو مدرسه به عنوان بستري براي رشد شخصيت دانش آموز و روحيه کارکنان داراي اهميت است. موسوي (1383)، به بررسي رابطه جو سازماني با فرسودگي شغلي کارکنان دانشگاه علوم پزشکي مازندران پرداخت. نتيجه نشان داد که بين جو سازماني و فرسودگي شغلي کارکنان رابطه و جود دارد. هر چه جو مطلوب تر درک شود، سطح فرسودگي شغلي کاهش مي‌يابد.

**2-5- سه موج در کارآفرینی**

تا دهه 1980 سه موج وسیع، کارآفرینی را به جلو هدایت کرده است:

**موج اول**. انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکتهای آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیو های سریع خلق ثروت که از اواسط دهه 1950 شروع شد.

**موج دوم.** این موج شامل ارائه رشته های آموزش کارآفرینی در حوزه های مهندسی و بازرگانی است که از دهه 1960 به پا شد.

**موج سوم.** این موج شامل افزایش علاقه مندی دولتها به تحقیقات بیشتر در زمینه کارافرینی و بنگاههای کوچک، نشر آموزشها به شاخه های دیگر علوم اقتصادی، روانشناسی و مدیریتی، تشویق رشد شرکت های کوچک و انجام تقیقات در خصوص نوآوریهای صنعتی است که از اوائل دهه 1980 آغاز شد (حسینی، 1386).

لذا کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.

**2-6- کارآفرینی و ابعاد فرهنگ**

فرهنگ یک جامعه نیروی عمده‌ای است که افکار، ارزش ها، اعتقادات و فعالیت‌های مردم را تعیین و تعریف می‌‌کند. مرور ادبیات کارآفرینی نشان می‌‌دهد که نرخ فعالیت کارآفرینی در کشور‌های مختلف به دلایل محیطی‌و فرهنگی‌ متفاوت می‌‌باشد. فرهنگ هایی که برای فعالیت‌های کار آفرینی نظیر ریسک پذیری و تفکر خلاق و مستقل ارزش قایل هستند، احتمال بروز و گسترش نوآوری و ایجاد کسب و کار جدید را افزیش می دهند، در حالیکه فرهنگ هایی که علایق گروهی را تقویت می کنند برای بروز نرخ‌های بالای نو آوری و کار آفرینی مستعد نیستند (1992 ،Herbig). لی‌ و پیترسون (2000) بیان می کنند که حتی در یک محیط حمایتی هم، فرهنگی‌ که فعالیت‌های کارآفرینی را حمایت و تشویق نماید ضروری می‌باشد. بنابراین داشتن یک درک کلی ‌از ارزش‌های فرهنگی ‌برای افزایش دانش درباره عواملی که به رفتار کارآفرینی کمک می‌‌کند، حیاتی‌ می‌باشد. به علت اینکه فرهنگ به طور ذاتی یک پدیده پیچیده است، محققان معمولا آن را با استفاده از یک مجموعه ابعاد توصیف می‌کنند (602، 2009 ، Liñán & Chen). در یک مطالعه گسترده شامل ۷۲ کشور، هافستد (1980) چهار بعد ارزش‌- محور فرهنگ را که برای توصیف و بیان رفتار در گروه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار میگیرند، تعیین و تعریف کرد. این ابعاد عبارتند از: فاصله قدرت، فردگرایی، مردانگی، ابهام گریزی. سپس هافستد و باند (1988) یک بعد پنجم هم تحت عنوان بعد بلند مدت در مقابل کوتاه مدت به این مجموعه اضافه کردند. ابعاد فرهنگی هافستد به عنوان یک مرجع در بیشتر تحقیقات انجام شده در زمینه ارتباط فرهنگ و کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته است (66 ،2006 ،Baughn et al). بر اساس یافته‌های تحقیقاتی‌، به طور کلی‌رفتار کارآفرینی در فرهنگ هایی با سطوح بالای فرد گرایی و مردسالاری و سطوح پایین فاصله قدرت و ابهام گریزی تسهیل می شود. ولیکن یافته‌ها در این زمینه هماهنگ نیستند و بعضی ‌مطالعات، نتایج متفاوت به دست آورده اند. مثلا آکس و همکاران، هافستد و همکاران گزارش کردند که سطوح بالاتر ابهام گریزی و سطوح پایین تر فردگرایی با سطوح بالاتر خوداشتغالی مرتبط هستند. اما موریس، آویلا و آلن (1993) بیان کرد که یک رابطه منحنی شکل بین فردگرایی، ‌جمع گرایی و کارآفرینی وجود دارد. آنها  خاطرنشان کردند که هم فردگرایی بالا و هم جمع گرایی بالا می‌‌توانند برای نوآوری به طور غیرمعمول عمل کنند. بعضی‌ مطالعات هم نشان می دهند که فرهنگ‌های با سطوح بالاتر فردگرایی و فاصله قدرت سطوح بالاتری از نوآوری دارند (273 ،2004 ،Franke and Lüthje). مطالعات ذکر شده نشان داد که فردگرایی، جمع گرایی و فاصله قدرت بر کارآفرینی تاثیر می گذارند، ولیکن عمدتا مشخص نیست که این ابعاد فرهنگی ‌چگونه و در چه جهتی رفتارهای کارآفرینانه را تحت تاثیر قرار می دهند. بونکن و همکاران (2010) معتقدند که مسیر تاثیر این ابعاد فرهنگی ‌بر روی قصد کار آفرینانه برای ایجاد یک کسب و کار جدید هنوز نامشخص می‌باشد و نیاز مبرم به انجام تحقیق در این زمینه احساس ‌می شود (272 ،2011 ،Díaz-García. and Jiménez-Moreno).

**فردگرایی- جمع گرایی**. بعد فردگرایی- جمع گرایی اشاره به رابطه بین فرد و اجتماع در یک جامعه مشخص دارد. این مقیاسی است که نشان می دهد هویت و خود‌انگاره یک فرد به چه میزان با گروه‌های درون جامعه مرتبط می باشد. فردگرایی را می توان بدین گونه تعریف نمود: میزانی که افراد جامعه ترجیح می دهند به تنهایی کار کنند، وظایفشان را به تنهایی انجام دهند، وظایفشان را بهتر از دیگران انجام دهند، خود اتکا باشند، و خودشان را منحصر به فرد تصور نمایند (2005 ،Hofstede and Hofstede). فرهنگ‌های فردگرا به توسعه فردی و پیشرفت شخصی اولویت می دهند. در این جوامع، ارزش‌ها و اهداف فردی تعیین کننده‌های اصلی‌ رفتار و هویت فرد می‌‌باشند. آنها بیشتر بر آزادی و استقلال فردی تاکید می کنند و خوداتکایی و عزت نفس فرد را پرورش می‌‌دهند. جوامع فردگرا برای آزادی فردی به عنوان راهی‌برای بهبود کیفیت زندگی ‌فرد ارزش فراوان قایل می‌‌شوند و بیشتر رقابت-محور و موفقیت-‌محور می باشند. در نتیجه رفتار کارآفرینانه مستقل از طرف هنجارهای اجتماعی به عنوان وسیله‌ای جهت دستیابی ‌به اهداف فردی مورد ارزش واقع شده و حمایت می‌‌شود. بنابراین، افراد بسیاری تمایل دارند که جذب کارآفرینی شوند و از آن به عنوان وسیله‌ای جهت دنبال کردن اقبال و رفاه فردیشان بهره بگیرند. در مقابل، در جوامع جامعه گرا، ارزش‌ها و اهداف فردی قالب هستند و نگرش‌ها و آرزهای فردی از ارزش ها، هنجارها، اهداف گروهی و گروه‌های اجتماعی همانند خانواده  مشتق می‌‌شوند و سازمان و کلاس اجتماعی بر فرد برتری دارند، در نتیجه هویت فردی عمدتا از عضویت گروهی نشأت میگیرد تا ویژگی‌های فردی. مردم در جوامع جمگرا زمانی ‌اساس پیشرفت و موفّقیّت می‌کنند که به یک هدف گروهی دست پیدا کنند. در این جوامع، امنیتی که از گروه یا عضویت سازمانی حاصل می شود بسیار مهم است و وفاداری به گروه‌های اجتماعی ارج نهاده می‌‌شود. بنابراین این جوامع کمتر احتمال دارد که به تلاش‌های کارآفرینانه فردی بها داده شود و افراد آرزو و اشتیاق چندانی به نقش کار آفرین ندارند. به همین دلیل احتمال دارد که سطح فعالیت کار افرینانه در این جوامع کاهش یابد (2004 ،Russell). پژوهشهای قبلی رابطه مستقیمی بین فرد‌گرایی-‌جمع گرایی و کارآفرینی پیدا کردند. سطح بالای کارآفرینی در یک جامعه مشخص منجر به یک فرهنگ کارآفرینی مساعدتر می‌‌شود (2000 ،Lee and Peterson) و در نتیجه موجب ایجاد یک نگرش مثبت نسبت به کار آفرینی می گردد (2007 ،Basoo et al). نتایج مطالعه مولر و توماس (2001) نشان داد که فرهنگ‌های فردگرا، کنترل درونی و نوع آوری بیشتری نسبت به فرهنگ‌های جمع گرا دارند.از طرف دیگر بعضی‌از پژوهشگران بیان می کنند که ممکن است جمع گرایی ارزش‌های کارآفرینی را ارتقا دهند (2003 ،Sivakumar & Nakata). سن مطرح کرد که اگر چه فردگرایی منجر به ایجاد کسب و کار نوین می شود، اما این ارزش‌های جمع گرایی است که اجازه می دهد یک سازمان (یا فرد) از منابع خودش به بهترین وجه استقاده کند. او پیشنهاد می کند که هم فردگرایی و هم جمع گرایی برای موفقیت کارآفرینی ضروری هستند. موریس و همکاران در مطالعه خود فقط جمع-گرایی و فردگرایی را در سه کشور آمریکا، آفریقای جنوبی و پرتغال مورد بررسی قرار دادند. آنها دریافتند که این بعد نه تنها در درک رفتار کارآفرینی در سطح ملی مهم است، بلکه همچنین در سطح شرکتها هم مهم است. آنها یک رابطه منحنی وار بین کارآفرینی و فردگرایی پیدا کردند. بیشترین سطح کارآفرینی در سطوح متوسط فردگرایی وجود داشت. جمع گرایی یا فردگرایی بالا در سطح سازمانها سطوح کمتری از فردگرایی را موجب می شد (282 ،2009 Schwarz et al). بونکن و همکاران (2002) تاثیر عوامل فرهنگی را بر انگیزشگرها و مقاصد کارآفرینی دانشجویان لهستان و آلمان مورد پژوهش قرار دادند. این پژوهشگران متغیرهای فردگرایی و جمع گرایی را به صورت دو متغییر جداگانه در سطح فردی مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که در بین دانشجویان آلمانی، فردگرایی تاثیر مثبتی بر قصد دانشجویان برای ایجاد کسب و کار جدید دارد، اما جمع گرایی فاقد تاثیر بر قصد کارآفرینانه آنان بود. در لهستان، فردگرایی و جمع گرایی اثر مثبتی بر انگیزشگرهای کارآفرینی داشتند، اما آنها فاقد تاثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه این دانشجویان بودند. در نتیجه، فردگرایی و جمع گرایی ضرورتا دو قطب مخالف یک پیوستار نیستند، بلکه آنها دو مشخصه جدا هستند که می توانند در کنار همدیگر در یک فرهنگ معین وجود داشته باشند و در آن جامعه کمتر یا بیشتر مورد تاکید قرار گیرند (2009 ، Oyserman et al).

**فاصله قدرت.** فاصله قدرت مربوط به راه حلهای مختلفی می باشد که برای حل مشکل اساسی نابرابری انسانی وجود دارد. فاصله قدرت نشان می دهد که میزان تحمل اعضای یک جامعه در برابر سلسله مراتب یا روابط نابرابر و توزیع نابرابر قدرت (جامعه کثرت گرا در مقابل جامعه نخبه گرا) چه میزان می باشد. به عبارت دیگر، مردم در فرهنگ هایی که سطح بالایی از فاصله قدرت را دارند، تفاوته ا و فاصله های طبقاتی را راحتتر می پذیرند و با آن کنار می آیند. در چنین جوامعی کارآفرینان بالقوه در گروه های پایین جامعه به سختی می توانند از فرصتهای سودآور بهره بگیرند و دسترسی آنها به منابع، مهارتها و اطلاعات کاهش می یابد. در مقابل، در فرهنگ هایی که فاصله قدرت کم می باشد، بر کاهش نابرابری بین طبقات مختلف و حقوق برابر برای همه اعضای جامعه تاکید می شود. در این جوامع احتمال اینکه سطوح بالاتری از فعالیتهای کارآفرینی وجود داشته باشد بیشتر است، زیرا بیشتر مردم دسترسی نسبتا راحت تری به منابع، مهارتها و اطلاعات لازم برای ایجاد و توسعه یک فعالیت یا کسب و کار جدید دارند (Russell, 2004). از لحاظ تجربی، رابطه بین فاصله قدرت و فعالیت کارآفرینی متناقض است. برای مثال، بونکن و همکاران (2009) دریافتند که فاصله قدرت تاثیر منفی بر انگیزشگرهای کارآفرینی در بین دانشجویان آلمانی دارد، اما تاثیر مثبتی در بین دانشجویان لهستانی دارد. آنها یک رابطه معنی دار بین فاصله قدرت و قصد کارآفرینانه دانشجویان دو کشور به دست نیاوردند. بنابراین آنها نتیجه گرفتند که فاصله قدرت اثرات گوناگونی در فرهنگهای مختلف دارد. بعضی محققان مطرح کرده اند که فاصله قدرت می تواند به طور مثبتی فعالیت کارآفرینی را متاثر سازد، زیرا تنها راه موجود برای استقلال و بالا بردن موقعیت قدرت فرد، آن است که وی تبدیل به یک کارآفرین شود (Zhao et al, 2010). از طرف دیگر، بعضی محققان بیان می کنند که فعالیت کارآفرینی باید در کشورهایی که سطح فاصله قدرت پایین است، بیشتر باشد، فاصله قدرت بالاتر همراه با حفظ وضع موجود می باشد. بنابراین ابتکار و نوآوری از طریق کسب و کار جدید خیلی مورد پذیرش قرار نمی گیرد. همچنین در این نوع جوامع، منابع و اطلاعات به صورت نابرابر توزیع می شود و همین امر باعث می شود که هم فرصتهای شغلی ارزشمند موجود و هم کشف فرصتهای شغلی ارزشمند جدید کاهش یابد (Haytone et al, 2002). سطوح پایین تر فاصله قدرت به طور مثبتی ویژگی های کارآفرینانه را نظیر اعتماد به نفس و خلاقیت را تحت تاثیر قرار می دهد (Naktiyok et al, 2010). سطح پایین تحمل روابط نابرابر منجر به ایجاد یک فرهنگ کارآفرینانه می شود و متعاقبا بر نگرش افراد نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینانه آنان اثر مثبت دارد. شین گزارش داد که فاصله قدرت یک تاثیر منفی بر نوآوری دارد و در نتیجه سطح پایین تر قصد کارآفرینانه افراد را موجب می شود (Lee and Peterson, 2000).

**2-7- کارآفرینی و اشتغال**

بی‏تریده گسترش کارآفرینی می‏تواند گره‏گشای بسیاری از مشکلات موجود در بخش اشتغال کشور باشد و راه توسعه همه جانبه را هموار نماید. اشتغال مترادف کارآفرینی نیست، اما یکی از نتایج مسلم کارآفرینی اشتغال است و یکی از ابزارهای موثر توسعه. اشتغال به‏ویژه وقتی که اساس کار بر استفاده از منابع و فرصت‏ها می‏باشد کارآفرینی است. به همین دلیل است که حتی کشورهای کاملاً پیشرفته که حداقل نرخ بیکاری را دارند، به کارآفرینی دامن می‏زنند و البته کشورهای تهی از فرهنگ کارآفرینی، بیشترین نارسایی‏ها را بویژه در نظام اشتغال خود دارند (احمدپور داریانی، 1380). خوشبختانه ضرورت ترویج و فرهنگ کارآفرینی، تربیت کارآفرینی و ایجاد زمینه‏های فعالیت این گروه مورد توجه قرار گرفته، لیکن هرگونه تلاش برای فعالیت این افراد، مستلزم حمایت دولت و دستگاه‏های متولی توسعه اشتغال به ویژه نظام آموزش عالی کشور و فراهم کردن زمینه‏های مساعد برای بروز خلاقیت و نوآوری کارآفرینان و دانش آموختگان دانشگاه‏هاست. زیرا در این شرایط می‏توان انتظار داشت که سایر اقشار جامعه بتوانند توان و مهارت‏های خود را در این جهت معطوف نمایند و بدین ترتیب طیف وسیعی از بیکاران نیز دارای شغل مناسب و پایدار باشند (سالازار و دیگران، 1380). سرمایه‏گذاری برای تمهید مقدمات و لوازم خوداشتغالی دانشگاهیان نظیر تسهیلات مالی، اطلاع‏رسانی، آموزش و فراهم کردن بسترهای قانونی، به دلیل توان تخصصی و قدرت نوآوری دانش‏آموختگان، در شرایط کنونی ایجاد فرصت‏های شغلی انبوه بیکاران کشور بویژه فارغ‏التحصیلان بیکار اصلی‏ترین و مهمترین دغدغه سیاستگذران و تصمیم‏گیران کلان کشور است. تجربیات موجود در زمینه اشتغال بیانگر این واقعیت است که تنها با تکیه بر سرمایه‏گذاری و حمایت دولت نمی‏توان از پس بحران بیکاری بر آمد (حاجی یخچالی، 1390). شاید تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‏آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک همین مطلب است که در دنیای امروز، دانش‏آموخته ها نسبت با سایرین دارای مزیت رقابتی هستند و پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل علمی آن محدوده تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل کند (طالبی و زارع یکتا، 1387). یکی از چالش‏های پیش‏روی جوامع مخلف، دانش‏آموختگانی هستند که توانایی‏های فردی و مهارت‏های لازم برای راه‏اندازی کسب و کار مناسب ندارند. این امر آماده‏سازی فارغ‏التحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‏سازد. آنچه مسلم است این آماده‏سازی نباید بعد از فارغ‏التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر لازم است طی فرآیند و حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم گردد و موانع و محدویت‏ها برطرف شوند. یکی از مهمترین این اقدامات تحت تاثیر قرار دادن نگرش‏ها و گرایش‏های کارآفرینانه دانشجویان است (امیری و مرادی، 1387).

**2-8- انواع كارآفريني**

ابتدا اعتقاد بر اين بود كه كارآفرينان خود صاحب و مالك كار خود هستند، اما امروزه معتقدند كارآفرينان ممكن است در استخدام شركت ها درآيند و از اينجا كارآفرينان سازماني متولد شوند. براين اساس، انواع كارآفريني زير مطرح گرديد:

**- كارآفريني آزاد (مستقل):** فرآيندي است كه كارآفرين طي مي كند تا فعاليت كارآفرينانه اي را به طور آزاد به ثمر رساند.

**- كارآفريني درون سازماني:** فرآيندي است كه كارآفرين طي مي كند تا فعاليتكارآفرينانه اي را در سازماني كه معمولاً سنتي و بوروكراتيك است به ثمر رساند.

**- كارآفريني سازماني:** فرآيندي است كه سازمان طي مي كند تا همة كاركنان بتواننددر نقش كارآفرين انجام وظيفه كنند و تمام فعاليت هاي كارآفرينانه فردي و گروهي به طورمستمر، سريع و راحت در سازمان مركزي يا شركت تحت پوشش خودمختار به ثمر رسند (صمد آقایی، 1379).

**2-9-** **آموزش کارآفرینی**

اسچامپیتر (1911) کارآفرین را به عنوان فردی تعریف کرده است که اقتصاد موجود را به منظور ایجاد ساختار جدید و منتفع شدن از آن به وسیله معرفی محصولات و خدمات جدید یا به وسیله شکلهای جدید سازمان یا به وسیله کشف مواد خام جدید از بین می برد. هامیلتون و هارپر (1994) کارآفرین را فردی می دانند که ریسکهای خاصی را به منظور کسب مزیت از یک اختراع متحمل می شود. در حالیکه تامپسون (1999) کارآفرین را فردی می داند که برای تشخیص و کشف یک فرصت کسب و کار جدید توانا است. با آنکه تعاریفی که از کارآفرین شده متفاوتند، اما توافقی وجود دارد که کارآفرین کسی است که یک غریزه منحصر به فرد، الهام یا بینش و نیرو و رغبت و اشتیاق و توانایی عقلایی کردن عقاید و انجام یک برنامه تجاری را دارد و تغییر را به عنوان یک فرصت برای ایجاد دانش می بیند. درنتیجه کارآفرین، فردی است که با تشخیص فرصت و تبدیل ایده و فکر جدید به یک کسب و کار (خانگی، اینترنتی، خانوادگی، کسب و کار کوچک و متوسط و...) و با بسیج منابع که توام با مخاطره مالی، اجتماعی آبرویی و حیثیتی می باشد، محصول و خدمت جدید به بازار ارائه می نماید (احمدپور، 1377). بر این اساس، به نظر می رسد که ابعاد شخصیت یا به عبارت دیگر ویژگیهای شخصی، عواملی ضروری در تعیین کارآفرین بودن یک فرد، هستند. به طور متداول این طرز فکر منجر به دیدگاهی می شود که رابطه منطقی کمی در تدریس و آموزش کارآفرینی فردی وجود دارد، چرا که کارآفرینان، کارآفرین متولد شده اند. این دیدگاه عقیده دارد که یک کارآفرین ویژگی ذاتی دارد که بستگی به عواملی مانند سابقه و ویژگیهای شخصی، تجارب در مسیر زندگی، و تأثیرات محیطی دارد و این ویژگی (کارآفرینی) قابل انتقال از شخصی به شخص دیگر نیست. بنابراین آموزش هر کسی برای اینکه کارآفرین شود، امکان ندارد. ضرورت آموزش کارآفرینی در کشور در نتیجه پیدایش اقتصاد جدید است که در آن دانش، منبع عمده اغلب فعالیت های اقتصادی است. پویش اقتصاد جدید فرصتهای تجاری بی شماری را ایجاد می کند. مطالعات کارآفرینی، افراد را به سرمایه گذاری در مهارت های نوآوری با درک فرصتها مجهز می کند. در عین حال کارآفرینان سرعت رشد اقتصاد جدید را ازطریق پیشرفت فعالیت های کارآفرینانه جدید تعیین می کنند. موریس و دیگران (2001) کارآفرینی را به عنوان یک فرآیند مدبرانه مرحله ای تعریف کرده اند که به وسیله عوامل بیرونی و درونی تحت تاثیر قرار می گیرد. در چارچوب مفهومی موریس فرض شده است که استعداد کارآفرینی مشخص است. از سوی دیگر دراکر (1985) و جورمن (1997) اظهار داشته اند که کارآفرینی می تواند از طریق آموزش تشویق گردد. مطالعات اخیر نشان می دهد که آموزش کارآفرینی نقش مهمی را در بهتر کردن روحیه کارآفرینی در میان فارغ التحصیلان دانشگاه دارد. طبق نظر کولورید و موان (1997)، دانشجویانی که دوره یا رشته ای را در زمینه کارآفرینی گذرانده اند، علاقه بیشتری برای کارآفرین شدن دارند و این دانشجویان، نسبت به دیگر دانشجویان در گرفتن دغدغه ای برای آغاز یک کسب و کار جدید کارآفرینانه تر عمل می کنند . تحقیق دلالت بر این دارد که اگر چه توسعه کارآفرینی صرفاً با آموزش کافی نیست اما به احتمال زیاد آموزش در کمک به تشکیل کارآفرینی تاثیر داشته است (38 ،2001 ،Morris et al). در تحقیقی دیگر، وب (1982) نشان داد که دانشجویانی که در یک برنامه کارآفرینی شرکت می کنند نسبت به دانشجویان دیگر ، بیشتر علاقه مند به شروع کسب و کاری توسط خودشان بودند. آپتون(1995) دریافت که 40% از آنهایی که در دوره های آموزش کارآفرینی حضور داشته اند کسب و کاری را خودشان شروع کرده اند . طبق نظر ابراهیم و سوفانی (2002)، مدرسه و سیستم آموزشی نقش مهمی در شناسایی و شکل دادن ویژگیهای کارآفرینانه دارد . طبق دیگرتحقیقات آموزش کارآفرینی، علی الخصوص آموزش تکنیکی، برای افزایش مهارت و نوآوری در یک محیط چالش برانگیز اهمیت دارد (559 ،2009 ،Mahmood et al). مطالعات مذکور نشان می دهد که علیرغم اعتقاد به اینکه کارآفرینی ذاتی است، روش هایی برای جایگزین کردن کارآفرینی وجود دارد. بنابراین آموزش کارآفرینی در جامعه امروز ضروری است. آموزش کارآفرینی بطور سنتی به عنوان آموزشی تعریف شده که مهارت های مورد نیاز برای استقرار کسب و کار جدید را فراهم می کند اما با محتوایی که در آن مهارتها مهم هستند و حالت بهینه برونداد دارند. طبق دیدگاه هیتی و جورمن (2004) تعدادی روش برای آموزش کارآفرینی بر اساس اهداف چنین آموزشی پیشنهاد شده است (495 ،2005 ،Verheul et al). در صورتیکه هدف آموزش افزایش درک ما از کارآفرینی باشد، اغلب روش مؤثر برای عملی سازی هدف، فراهم کردن اطلاعات از طریق کانالهای عمومی مانند رسانه، سمینارها یا سخنرانی ها است. این شیوه از لحاظ ارسال اطلاعات به جمعیت گسترده ای در یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه مؤثر است. در صورتیکه هدف آموزش، مجهزکردن افراد به مهارتهای کارآفرینانه ای است که به طور مستقیم قابل کاربرد برای کار هستند، بهترین روش برای انتشار آموزش و پرورش از طریق ابزاری مانند آموزش صنعتی است. در پایان، در صورتیکه هدف آموزش آماده کردن افراد برای فعالیت به عنوان یک کارآفرین است، تکنیک مؤثرتر، تسهیل کسب تجارب از طریق تلاش برای کارآفرینی در یک محیط کنترل شده است. برای نمونه از طریق تظاهر به کسب و کار یا نقش بازی کردن. مفهوم ضمنی این دیدگاه این است که مؤسسات آموزشی نقش بالقوه ای در ارائه آموزش کارآفرینی دارند (139 ،2003 ،Luthje et al). کیبری (2002) دیدگاهی کمی متفاوت را با تأکید بر اینکه آموزش کارآفرینی متفاوت با مطالعات مدیریت سنتی است که بعدها ممکن است مانع توسعه ویژگی و مهارت کارآفرینی شود بیان نمود. بنابراین، آموزش کارآفرینی نیاز به یک تدریس متفاوت دارد که در آن آموزش کارآفرینی باید با یادگیری تجربی، یادگیری همراه عمل، و آموزش کارآفرینانه همراه باشد. آموزش کارآفرینی بیشتر از مدیریت یا شروع یک کسب وکار جدید است، بلکه در مورد یادگیری است. یعنی یادگیری همراه با تجربه، مهارت و دانش، به منظورکسب آمادگی برای شروع یک سرمایه گذاری جدید. بنابراین، در این مقاله آموزش کارآفرینی اشاره به یک برنامه رسمی برای تجهیز دانشجویان با دانش و مهارت های مورد نیاز جهت تشخیص فرصتهای کسب و کار، جستجوی دیدگاه های مشتری، شبکه و درک نیازهای بازار، خلق ایده، توسعه یک برنامه کسب و کار، انجام یک کسب و کار و ارزیابی مسائل محیطی، سازمانی و سیاسی دارد (500 ،2003 ،Li et al).

**2-10- کارآفرینی، دانشگاه و دانشجویان**

خوشبختانه ضرورت ترویج و فرهنگ کارآفرینی، تربیت کارآفرینی و ایجاد زمینه‏های فعالیت این گروه مورد توجه قرار گرفته، لیکن هرگونه تلاش برای فعالیت این افراد، مستلزم حمایت دولت و دستگاه‏های متولی توسعه اشتغال به ویژه نظام آموزش عالی کشور و فراهم کردن زمینه‏های مساعد برای بروز خلاقیت و نوآوری کارآفرینان و دانش آموختگان دانشگاه‏هاست. زیرا در این شرایط می‏توان انتظار داشت که سایر اقشار جامعه بتوانند توان و مهارت‏های خود را در این جهت معطوف نمایند و بدین ترتیب طیف وسیعی از بیکاران نیز دارای شغل مناسب و پایدار باشند (سالازار و دیگران، 1380). سرمایه‏گذاری برای تمهید مقدمات و لوازم خوداشتغالی دانشگاهیان نظیر تسهیلات مالی، اطلاع‏رسانی، آموزش و فراهم کردن بسترهای قانونی، به دلیل توان تخصصی و قدرت نوآوری دانش‏آموختگان، در شرایط کنونی ایجاد فرصت‏های شغلی انبوه بیکاران کشور به ویژه فارغ‏التحصیلان بیکار، اصلی‏ترین و مهمترین دغدغه سیاست‏گذران و تصمیم‏گیران کلان کشور است. تجربیات موجود در زمینه اشتغال بیانگر این واقعیت است که تنها با تکیه بر سرمایه‏گذاری و حمایت دولت نمی‏توان از پس بحران بیکاری برآمد (حاجی یخچالی، 1390). شاید تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‏آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک همین مطلب است که در دنیای امروز دانش‏آموخته‏ها نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی هستند و پا را از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل علمی آن محدوده تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل می کنند (طالبی و زارع یکتا، 1387). یکی از چالش‏های پیش‏روی جوامع مخلف، دانش‏آموختگانی هستند که توانایی‏های فردی و مهارت‏های لازم برای راه‏اندازی کسب و کار مناسب ندارند. این امر آماده‏سازی فارغ‏التحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‏سازد. آنچه مسلم است این آماده‏سازی نباید بعد از فارغ‏التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر لازم است طی فرآیند و حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم گردد و موانع و محدودیت‏ها برطرف شوند. یکی از مهمترین این اقدامات، تحت تاثیر قرار دادن نگرش‏ها و گرایش‏های کارآفرینانه دانشجویان است (امیری و مرادی، 1387). ایجاد نگرش‏های کارآفرینانه در دانشجویان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه از سوی آنان است (اللهیاری و همکاران، 1388). در مجموع، دانش که در نيروي انساني متخصص و فناوري تجسم مي‌يابد، هميشه براي توسعه اقتصادي مهم بوده است. در پاردايم جديد که پاردايم فراصنعتي يا اقتصاد دانش بنيان ناميده مي‌شود، از نظر اقتصادي توليد، انتشار و استفاده از دانش اهميت اساسي دارد و به همين لحاظ نظام علمي کشورها از اهميت رو به تزايدي برخوردار شده‌اند و نظام آموزش عالي کشور به عنوان يکي از دو قطب تعليم و تربيت مسئوليت تربيت نيروي انساني متخصص و کارمد مورد نياز جامعه را در سطوح و رشته‌هاي مختلف به عهده دارد. جذب فارغ التحصيلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالي کشور منوط به داشتن توانايي‌ها و ويژگي‌هايي است که بخشي از آن مي‌بايست در طول دوران تحصيلي در دانشگاه‌ها ايجاد گردد. عواملي همچون عدم تناسب بين ظرفيت فعلي پذيرش در دانشگاه و نيازهاي آتي بازار کار، عدم تناسب بين محتواي آموزشي با مهارتهاي شغلي، عدم توفيق دانشگاه‌ها در ايجاد و تقويت روحيه علمي و انگيزه خدمات رساني به جامعه در دانشجويان، حداقل قابليت‌هاي علمي و عملي براي فارغ التحصيل شدن، فقدان زمينه‌هاي مناسب براي آموزش علمي و کاربردي، ناکارآمدي اعضاي هيئت علمي در تربيت نيروي کار متخصص مورد نياز جامعه و مطرح نبودن مسائل علمي و پژوهشي به عنوان اولويت علمي در دانشگاه ها، از جمله مهم ترين عوامل مطرح نبودن فارغ التحصيلان در کاريابي و استقلال است (اسدي و قاسمي، 1389، 15). نظام آموزش عالي در هر جامعه ايي وظايف ويژه ايي به عهده دارد که از جمله مي‌توان آزاد سازي و رهايي افراد جامعه از ناتواني، آموزش و هدايت آنان به بازار کار را مورد نظر قرار داد (امامي نژاد، 1383). از اين رو، در عرصه‌هاي نوين رقابتي جامعه ايي پيشتاز است که از دانش آموختگاني برخوردار باشد که بتوانند با خلاقيت و پويايي منابع توليد را گردآوري کنند و با کوششهاي خلاقانه خود به کسب و کار بپردازندو کار آفرين باشند (جريبي، 1383، 160).

**2-11- عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه**

**2-11-1- دانش**

در سال‌های اخیر یکی از موضوعاتی که نظرات بسیاری از مدیران را به خود جلب کرده است موضوع "دانش و کارآفرینی" است. دانش در سال‌های اخیر این موضوع با برجستگی بیشتری مطرح شده است. این رشته از دانش بشری ریشه در رشته‌هایی مانند هوش مصنوعی، مدیریت صنایع، فناوری اطلاعات، مدیریت بازرگانی، جامعه شناسی، علوم تربیتی، روانشناسی و اقتصاد دارد. رشد مدیریت دانش و کارآفرینی به عنوان یک راهبرد برای مدیریت درسازمان‌ها به عنوان رویکردی جدید قلمداد می‌شود. رویکرد‌های متعددی تا‌کنون در عرصه مدیریت ظاهر شده اند اما به تدریج پس از اندک زمانی دستخوش تغییر شده‌اند (مهرعلی زاده، 1380). دانش و کارآفرینی، در دنیای پرشتاب معاصر، فرصت مناسبی است برای سازمان‌هایی که به خوبی آن را نمی‌شناسند و بکار می گیرند. در عین حال تهدیدی جدی برای سازمان‌هایی است که به تحولات محیطی کم توجه بوده و آن را نمی‌شناسند. در حال حاضر، مدیریت دانش و کارآفرینی یک مفهوم جدید و پرطرفدار محسوب می‌شود و فرآیندی است که به سازمان کمک می‌کند تا اطلاعات و تخصص‌های مهمی را که قسمتی از حافظه سازمان هستند و معمولاً به یک حالت بدون ساختار در سازمان وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی، توزیع و منتقل نمایند (لاجوردی و خانبابایی، 1386). عصر حاضر، عصر تغییر و تحول سریع دانش و نوآوری است. هر پنج سال و نیم حجم دانش دو برابر می شود، در حالی که عمر متوسط آن کمتر از چهار سال است. در چنین شرایطی دانش به عنوان یک "منبع ارزشمند استراتژیک " و "دارایی" مطرح می‌شود که نیازمند مدیریت است. اگر به شرایط فوق "رقابت شدید موجود در بازارهای جهان" را نیز اضافه نماییم، اهمیت مدیریت کردن دانش های سازمان به عنوان یک مزیت رقابتی در اقتصاد دانش محور کنونی دو چندان می‌شود (جلالی و همکاران، 1386). فقدان اعتماد در بین کارکنان یکی از مهمترین موانع انتقال دانش و گرایش یه کارآفرینی است. افزایش و تبادل دانش در اثر اعتماد متقابل موجب خلق دانش و کارآفرینی می‌شود. وجود اعتماد در سیستم‌های فراوظیفه‌ای و بین سازمانی نیز یک عامل ضروری است. زیرا مضایقه در اطلاعات آسیب جدی به خلق دانش خواهد رساند (Lee and Choi, 2004). در زمانی که مسائل پیش بینی نشده رو به افزایش‌اند، سازمان‌ها باید در ساختارها و فرآیندهایشان تنوع ایجاد کنند. رسمیت سبب کاهش نوآوری می‌شود. کاهش رسمیت، تنوع ایده‌ها و کارآفرینی رفتارهای جدید را تشویق می‌نماید (Liedtka, 1999). وجود ارتباطات و تعاملات غیر‌رسمی نیز به خلق و انتقال دانش کمک می‌کنند. رسمیت موجب از بین رفتن ارتباطات و تعاملاتی می‌شود که برای خلق دانش ضروری‌اند. وجود رسمیت پایین در ساختار سازمانی به اعضا سازمان اجازه می‌دهد که به منظور خلق و انتقال دانش با یکدیگر تعامل و ارتباط برقرار کنند (فرهنگی و همکاران، 1383). پروبست و همکارانش طی مطالعه‌ای، مدل مفهومی خاصی برای مدیریت دانش و نوآوری توسعه داده اند. این مدل مشتمل بر دو بعد اساسی است. بعد نخست، فرآیندهای اصلی عملیاتی مدیریت دانش (شناسایی دانش، کسب دانش، توسعۀ دانش و اشاعه و اشتراک دانش) و بعد دوم، فرآیندهای استراتژیک اصلی مدیریت دانش (اهداف دانش، ارزیابی دانش) هستند (Probst et al, 2001).

**2-11-2- تجربه**

مواجهه با شکست در مراحل مختلف فرآیند کارآفرینی که اساس آن را یادگیری تجربی از طریق روش های آزمون و خطا تشکیل می دهد (دیدگاه خلق فرصت)، امری بسیار رایج و قابل پیش بینی است. آن چه در این میان حائز اهمیت است ضرورت تصمیم گیری و سیاستگذاری مناسب در جهت کاهش تعداد شکست ها و تقلیل پیامدهای منفی حاصل از آن هاست. این یک الگوی متعارف است که اولین کسب و کار ایجاد شده توسط یک کارآفرین با مشکلات زیادی مواجه شود، ولی آن چه مهم است ضرورت تدوین سیاست های حمایتی لازم در جهت شناسایی ریشه های شکست، جلوگیری از ورشکستگی کامل و کمک به بازتوانی کارآفرینان به منظور حفظ و تداوم فعالیت های کسب و کار است (Liedtka, 1999). در جمع بندی می توان چنین نتیجه گرفت که دلایل و ریشه های اصلی شکست کارآفرینان عبارتند از: نداشتن دانش، تجربه و مهارت های کارآفرینی، چالش بازاریاری و فروش، مشکلات شراکت نامناسب ، انعطاف پذیری در روش، مشکلات مالی، شیفتگی به مسیر خطا و نامساعدبودن محیط کسب و کار، باتوجه به یافته های سایر پژوهش ها در خصوص شکست ها از یک سو و از سوی دیگر با توجه به مشترک و عمومی بودن فرآیند ایجاد و توسعه کسب و کارها در ایران و جهان، قاعدتا نبایستی تفاوت های اساسی در ریشه های شکست ها وجود داشته باشند مگر در ابعاد فرهنگی – اجتماعی تفاوت هایی آشکار شوند . البته باید توجه داشت که ریشه های شکست و اولویت بندی آن ها در صنایع خاص و در کشورهای مختلف ممکن است متفاوت باشند (طالبی و زارع یکتا، 1387). لازم به ذکر است که ایجاد اشتغال از طریق ایجاد کسب و کارهای جدید و تقویت کسب و کارهای موجود، از جمله هدف هایی است که نه برنامه ریزان و نه سیاستگذاران اقتصادی، هیچ یک نتوانسته اند به نتایج قابل قبولی در مورد آن دست پیدا کنند. ناهمگونی بین هدف های اقتصادی، هدف های اجتماعی و اهداف سیاسی عمده ترین دلیل این شکست به شمار می آیند. مشکل سیاستگذاری در کشور آن است که مردم می کوشند بر سیاست پیش دستی کنند و دشوارتر آن که این کار، مدام در حال تکرار است . بسیاری از اندیشمندان اثبات کرده اند که سیاست ها و قوانین قطعی برای همه ادوار، موجب تورم کمتر و بیکاری پایین تری نسبت به سیاستگذاری صلاحدیدی می شوند در حقیقت آن چه در سالیان اخیر سبب ناکامی در رسیدن به اهداف تعیین شده ، عدم قوانین نبوده، بلکه نحوه وضع قوانین و برخورد سلیقه ای با آنهاست. تعداد قوانین مرتبط با یک امر خاص در اسناد، سطوح ، سازمان ها و ادارات مختلف آن چنان زیاد و بعضا متناقض اند است که امکان عملیاتی شدن آن ها را با چالشی جدی مواجه می کنند. همیشه یک قانون بد، اگر خوب اجرا شود، بهتر از صد قانون خوب است که بد اجرا شوند. مشکل جای دیگری است. اگر این قوانین در نقطه دیگری از دینا کارآیی داشته اند، اصلا به این معنا نیست که در کشور ما نیز کارآیی دارند. قوانین زمانی موثرند که از دل نهادها، باورها، ارزش ها و هنجارهای جامعه جوشیده باشند. اول باید مردم یک جامعه به خوب بودن امری اعتقاد داشته باشند و ضرورت آن را درک کرده باشند، و پس از آن قانونی دربرگیرنده همان ارزش وضع شود، تا همه خود را ملزم به رعایت آن بدانند .

قوانینی که امروزه در کشورهای توسعه یافته مورد استفاده قرار می گیرند ، حاصل تعاملات دهه هاو شاید سده های متمادی نهادها و ارزش های گوناگونی است که در دل مردم به وجود آمده ، رشده کرده، اصلاح شده و نهایتا متناسب با وضع موجود آنان درآمده اند. این دارو، دارویی است برای دردهای اجتماعی و اقتصادی غرب که از دل تاریخ و فرهنگ آنان جوشیده است برای ما که تاریخ و فرهنگ و ارزش های متفاوتی داریم، استفاده از نسخه تجویزی دیگران، به هیچ وجه کار ساز نخواهد بود. در این میان دو راه پیش روی ماست. اول آن که میراث گرانبهایی که ادعا می کنیم از دل تاریخ و فرهنگ کهن این مرز و بوم ، برای ما به ارث رسیده است را به کلی ریشه کن کرده و فرهنگ و ارزش های غرب را جایگزین آن کنیم، به امید این که با این شبیه شدن، داروهای آنان بر ما کارگر افتد و دوم این که بر اساس شرایط خاص خودمان و با بهره گیری سنجیده و هوشیارانه از گنجینه علم و دانش بشر ، دارویی در خور خود تهیه کنیم. شیوه دوم شیوه ای است که کشور چین انتخاب کرده و بر اساس آن به سمت توسعه و پیشرفت گام بر می دارد و راه اول راهی است که کشورهایی نظیر امارات متحده عربی به کار بسته اند و این هر دو روش، بهتر از به کارگیری روشی نامتناسب با فرهنگ و ارزرش های موجود یک جامعه اند (صمدي و اصفهانی، 1386).

**2-11-3- خانواده**

کار آفرينی مفهومی است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. مروری بر ادبيات کارآفرينی نشان می‌دهد که مفهوم کارآفرينی برای اولين بار توسط اقتصاددانان مطرح شد. سپس با توجه به اهميت و نقش کارآفرينی در شکل‌گيری تحولات اقتصادی در جوامع، دانشمندان علوم اجتماعی نيز به بررسی ويژگيهای فردی و اجتماعی کارآفرينان پرداختند. خانواده، کانونی است که در شکل‌گيری اين ويژگيها، می‌تواند نقش حياتی ايفا کند. در جوامع سنتی که مردان نقش «نان‌آوري» و زنان نقش «خانه‌داری و تربيت فرزندان» را بر عهده داشتند، انتقال ايده کسب و کار بيشتر از طرف مرد صورت می‌گرفت؛ ساختار جديد خانواده درجامعه امروز و به تبع آن خروج زن از خانه، ظهور جلوه‌های تازه‌ای از بروز خلاقيت و نوآوری را در هر دو جنس زن و مرد باعث شد (2011 ،Díaz-García. and Jiménez-Moreno). بدنبال اين تغيير نگرش؛ شيوه توليد،‌ سبک زندگی و نقش‌های والدين در درون خانواده نيز دچار دگرگونی شد. به شکلی که هر کدام از والدين با رفتار خود می‌توانند در رشد اعتماد به نفس،‌خلق ايده‌های جديد در خانواده و تعيين مسير شغلی فرزندان، نقش‌های اساسی را ايفاء کنند.اگر خانواده را از ديدگاه نهادی مورد بررسی قرار دهيم به اين نتيجه می‌رسيم که که خانواده از نظر کمی و کيفی می‌تواند کانون اصلی انديشه کار و تلاش و پرورش روحيه خلق ايده و کار در افراد باشد. تحقق اين امر مستلزم توجه ويژه والدين به ابعاد و ساحتهای حيات فردی فرزند از هنگام تولد تا زمان تکوين شخصيت اوست (2001 ،Morris et al). وقتی پدر يا مادر همچون الگويی تلاشگر و مؤثر در عرصه کار و توليد در جامعه ظاهر شوند،‌کارکردهای مثبت ناشی از فعاليت آنها فرزند را به سمت و سويی ترغيب می‌نمايد تا ذهن خود را به صورتی منسجم و ثمربخش به ادامه شغل والدين و يا حرفه‌ای جديدتر سوق دهد. برای چنين فردی دستيابی به منابع اقتصادی ناشی از کار و تسخير فضاهای جديد، ارزش تلقی می‌شود. چنين طرز تلقی از دنيای پيرامون، ذهن فرد را نسبت به خلق ايده‌ای نو و استقلال اقتصادی و کسب موفقيت، دگرگون می‌سازد. در اين مرحله، نوجوان يا جوان ايده‌کاری خود را با خانواده در ميان می‌گذارد چه بسا بتواند از تجربيات و رهنمودهای والدين و احتمالاً حمايت مالی و اجتماعی آنها بهره‌مند شود. اينجاست که معيارها و ارزشهای خانواده برای فرزند ملاک عمل و چراغ راه او در مسير کار و تلاش واقع می‌شود. وظيفه والدين در چنين شرايطی تشريح ابعاد گسترده فعاليت اقتصادی به عنوان ارزش بنيادی برای فرزند و هدايت او در مسير مطلوب، آغاز توأم با موفقيت را در راه‌اندازی کسب و کار به همراه خواهد داشت (Russell, 2004). ميزان تحصيلات، نوع شغل والدين، ساخت خانواده، روابط خانوادگی (خصوصاً رابطه والدين با فرزندان)، درآمد خانواده و ميزان برخورداری از امکانات رفاهی در شکل‌گيری «فرهنگ کار» در خانواده می‌تواند تأثير داشته باشد. انسانهای متفاوت، توانمنديهای متفاوتی دارند که اگر از همان دوران نوجوانی در مسير مشخص هدايت شوند، ‌می‌توانند با خلق ايده‌های جديد خود، تغيير در روند توليد و بالطبع تغيير در فرآيند تکنولوژی را آسان کنند (Mcquaid, 2002).

**2-11-4- نگرش**

اشاره به ميزان ارزشيابي مثبت يا منفي افراد در مورد كارآفرين بودن دارد. نگرش ها، پاسخ هاي ارادي، شناختي و احساسي افراد نسبت به اشياء، ساير افراد، خودشان و يا مسائل اجتماعي هستند. نگرش ها سه ويژگي اساسي دارند: آموختني و اكتسابي هستند، زمينه بروز اعمالي را فراهم مي كنند و چنين اَعمالي تمايل مطلوب يا نامطلوب نسبت به ساير افراد يا اشياء را ايجاد مي كنند (Linan and Chen, 2009, 596). نگرش به رفتار ، يك متغير فردي و شخصي است كه طي آن رفتار از ديدگاه خود فرد ارزيابي مي شود. كاربرد اين متغير در تحقيق هاي تمايل به كارآفريني بدين صورت است كه از ديدگاه خود كارآفرين تا چه اندازه كسب و كار جذاب به نظر مي رسد (بارانی و همکاران، 1388).

**2-11-5- هنجارهای اجتماعی**

فشارهاي اجتماعي درك شده راجع به انجام دادن يا ندادن رفتارهاي كارآفرينانه را اندازه گيري مي كند و به طور خاص اشاره به درك و احساس موافق افراد نسبت به تصميم كارآفرين شدن يا نشدن دارد. اين متغير تحت تأثير عوامل اجتماعي مانند نگرش هاي فرهنگي، نگرش هاي افراد، گروه ها و شبكه هاي اجتماعي مانند دوستان و همكاران هستند (زالي و همكاران، 1389، 59). هنجار ذهني در اين نظريه يعني فشار درك شده از سوي محيط (پدر و مادر ، دوستان نزديك ، همكاران و ...) كه به معناي هنجار هاي جامعه بوده و منعكس كننده فشار و جهت دهي مؤكد اجتماعي است كه شخص آن را براي انجام دادن يك رفتار خاص، احساس مي كند. به عبارت ديگر، براي شخص مهم است كه جامعه چه برداشتي از رفتار مورد نظر وي داشته باشد (بارانی و همکاران، 1388).

**2-11-6- کنترل رفتار ادراک شده**

اشاره به شناخت افراد از آساني يا دشواري انجام رفتار دارد و يا به صورت درك از ميزان سهولت و دشواري نسبت به كارآفرين شدن تعريف مي شود. اين عامل نيز تحت تأثير تجربه هاي گذشته، دشواري ها و موانع پيش بيني شده است. اين متغير، ميزان باور فرد را به اينكه مي تواند يك عمل خاص را انجام دهد، نشان مي دهد. از اين رو آن را مي توان خودباوري يا خودكارآمدي ناميد (Linan and Chen, 2009, 596). منظور از اين دو مفهوم، توانايي فرد براي انجام دادن يك فعاليت است و اين كه تا چه اندازه يك فرد توانايي انجام دادن يك فعاليت را در خود احساس مي كند (بارانی و همکاران، 1388).

**2-11-7- ویژگی های جمعیتی**

در هزاره سوم میلادی، فرآیند تغییر و تحول مستمر و پر شتاب از عمده ترین جریان های حاکم بر حیات بشری و از مهمترین مشخصات بارز آن به شمار می رود و فرآیند کارآفرینی و خلاقیت که اساس و بستر ساز تغییر و تحول و دگرگونی است. در این خصوص نقش بسیار بنیادین و تعیین کننده ایفا می کند. افراد، سازمان ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پر شتاب همگام کنند، دچار حالت ایستایی و توقف و سکون شده، بی شک در آینده حضور فعالی نخواهند داشت و سرانجام دچار اضمحلال می شوند (Ardagna and Lusardi, 2008). در این میان، افرادی هستند که در این دریای پرتلاطم انقلابهای پی در پی، بر روی موج ها سوار بوده و در زمانی که همگان بر نابسامانی، تناقض و عدم تعادل اذعان دارند، آنها به دنبال بدست آوردن فرصتی هستند تا بتوانند با ارائه محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه، تعادل را برقرار کرده و اوضاع را سامان بخشد و ارزشی از خود بر جای گذارند (Johnston et al, 2009). تلاش صاحبنظران و متخصصان همواره بر این بوده است که برای سازمان ها شرایط و بستری رافراهم کنند که زمینه حاکمیت فناوری، خلاقیت و نوآوری در آنها مناسب تر و مستعدتر شود و بتواند هرچه بیشتر و بهتر از رویدادها و دگرگونی ها بهره مند شوند و حتی آنها را به وجود آورند و همچنین بسیاری از دانشمندان در پی آن بودند که وجه تمایز این افراد که محور توسعه اقتصادی بوده و کارآفرین خوانده می شوند، با دیگر افراد جامعه را بدست آورند و همین امر سبب به وجود آوردن علم کارآفرینی شد که در آن رویکرد رفتاری و ویژگی های شخصیتی کارآفرینان از منظر اقتصادی، روانشناسی و جامعه شناس مورد بررسی قرار می گیرد (،2005 ،Verheul et al).

**2-12- پیشینه تحقیق**

**جدول 2-1- جدول پیشینه تحقیق:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الف: تحقیقات خارجی** | | | |
| **نام محقق** | **سال تحقیق** | **عنوان تحقیق** | **نتایج تحقیق** |
| فینی و دیگران | 2012 | عوامل موثر بر تمایل به کارآفرینی سازمانی در میان شرکتهای کوچک و تازه تاسیس | نتایج تحقیق نشان داد که تمایل به کارآفرینی سازمانی تحت تاثیر عواملی چون انگیزش، مهارت های فردی و همچنین پویایی محیطی ادراک شده قرار دارد. |
| لینان و همکاران | 2011 | عوامل موثر بر سطوح تمایل به کارآفرینی: بررسی نقش آموزش | نتایج تحقیق نشان داد که نگرش فردی و کنترل رفتاری ادراک شده مهمترین عوامل موثر بر تمایلات کارآفرینانه هستند. همچنین نقش موثر آموزش در ایجاد این تمایلات و نگرش ها مورد بررسی قرار گرفت. |
| تورکر و سلچوک | 2009 | کدام عوامل بر تمایلات کارآفرینانه دانشجویان موثرند؟ | مدل حمایت از کارآفرینی در این تحقیق تاثیر عوامل زمینه ای بر تمایلات کارآفرینانه یعنی عوامل آموزشی، رابطه ای و ساختاری به عنوان عوامل موثر بر تمایلات کارآفرینانه مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج نشان داد که عوامل حمایتی آموزشی و ساختاری بر تمایل دانشجویان به کارآفرینی تاثیر دارند. |
| **ب: تحقیقات داخلی** | | | |
| رحمانیان کوشککی و همکاران | 1391 | « بررسي عوامل اثرگذار بر قصد كارآفرينانه دانشجويان كشاورزي دانشگاه آزاد ايلام | اثرات متغييرهاي مستقل (باور به خودكارآمدي، نگرش نسبت به كارآفريني، حمايت خانواده و هنجارهاي ذهني) بر متغير وابسته (نيات كارآفرينانه دانشجويان) آزموده شد. نتايج نشان داد تمامي متغيرهاي مستقل، بغير از نگرش نسبت به كارآفريني رابطه مثبت و معناداري با نيت هاي كارآفرينانه دارند |
| آراستي و  همکاران | 1390 | نقش آموزش درس "مباني كارآفريني" در  قصدكارآفريني دانشجويان رشته هاي غير مديريت  (مطالعه موردي: دانشكده هاي هنر و ادبيات و علوم انساني دانشگاه تهران) | **نتايج تحليل داده ها نشان مي دهد كه آموزش درس مباني كارآفريني بر قصد كارآفريني دانشجويان و عوامل تعيين كننده آن شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهاي ذهني و درك كنترل رفتاري تاثيرگذار است.** |
| جمشيدي فر و  همکاران | 1389 | بررسي عوامل مؤثر بر روحيه كارآفريني دانشجويان دانشكده كشاورزي تبريز | نتايج نشان داد كه 38 درصد دانشجويان به دلايلي از جمله نبود سرمايه يا نبود مهارتهاي لازم براي كسب و كار، تمايلي به كارآفريني ندارند. همچنين نتايج تحليل مدل لوجيت نشان داد كه متغيرهاي سن، سطح تحصيلات، دريافت وام، موانع اقتصادي، سابقه فعاليت، درآمد، كسب مهارتهاي لازم و ريسك پذيري از عوامل مؤثر براي انگيزه به كارآفريني از سوي دانشجويان بودند كه از بين اين متغيرها، سن و موانع اقتصادي اثر معني دار منفي و بقيه متغيرها اثر معني دار مثبت داشتند. |
| قاسمي و  اسدي | 1389 | تحليل عاملي عوامل موثر در ايجاد روحيه كارآفريني دانشجويان تحصيلات تكميلي (مطالعه موردي: پرديس كشاورزي و منابع طبيعي دانشگاه تهران) | نتايج حاصل از تحليل عاملي متغيرهاي تاثيرگذار در ايجاد روحيه كارآفريني را در چهار عامل آموزشي، روانشناختي، ارتباطي و دانشگاهي دسته بندي كرد كه اين چهار عامل در مجموع حدود 46/50 كل واريانس را تبيين نمودند. |
| قاسم نژاد مقدم | 1389 | ارزیابی میزان کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی | نتایج نشان داد که میزان خلاقیت دانشجویان گروه فنی، مهندسی و پایه از دانشجویان گروه علوم انسانی، بیشتر است و دانشجویان پسر، نسبت به دانشجویان دختر استقلال طلبتر، ریسک پذیرتر و خلاقترند. همچنین میزان انگیزة پیشرفت دانشجویان مجرد از دانشجویان متأهل بیشتر است و مقاطع کارشناسی ارشد و دکتري از نیاز به پیشرفت، خلاقیت و کنترل درونی بالاتري برخوردارند. |
| بارانی و همکاران | 1388 | بررسي دلايل گرايش به كارآفريني دانشجويان  علمي-كاربردي كشاورزي  (مطالعه موردي: استان كرمانشاه) | نتايج حاصل از آزمون رگرسيون چندگانه به روش گام به گام نشان داد كه 37 درصد از تغييرات متغير نيت كارآفرينانه را سه متغير شامل نگرش نسبت به كارآفريني ، هنجارهاي جامعه و باور به خودكارآمدي تبيين مي كنند. همچنين رابطه مثبت و معني داري بين هر يك از متغيرهاي مستقل يادشده با نيت كارآفرينانه بدست آمد. در كل، يافته ها نشان داد كه در بين دانشجويان علمي-كاربردي كشاورزي، نيت كارآفرينانه بالايي وجود دارد. |

**منابع فارسی**

آراستي، زهرا، سعيدبنادكي، سعيده، ايماني پور، نرگس، نقش آموزش درس "مباني كارآفريني" در قصد كارآفريني دانشجويان رشته هاي غير مديريت(مطالعه موردي: دانشكده هاي هنر و ادبيات و علوم انساني دانشگاه تهران)، توسعه كارآفريني، سال چهارم، شماره چهاردهم، زمستان 1390، 124-107

آمدی، اقدس، ملک محمدی، ایرج و حسینی نیا، غلامحسین، تحلیل رگرسیونی عوامل موثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی تهران (1388)، سال بیستم، شماره 210 و 211، ص 17-34.

احمدپور دارياني، 1383، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: پردیس.

اسدی، علی، قاسمی، جواد، تحلیل عاملی عوامل موثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد 24، شماره 1، 1389، 22-13

امامی نژاد، م، کارآفرینی در ساختار سازمانی مناسب عامل توسعه سازمانی، مدیریت کیفیت و کار آفرینی، ماهنامه مدیریت، سال چهاردهم، شماره 90-89، 1383

امیری، ع. ن، مردای، نگرش‏های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن، فصلنامه پزوهش و برنامه‏ریزی در آموزش عالی، شماره 49، 1387، 67-45

اللهیاری، محمد صادق، کشاورز، ف و چیذری، م، نگرش‏ها و ارزش‏های کارآفرینی در میان دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره 9، 1388، 37- 29.

بارانی، شهرزاد، اطهري، زهرا، زرافشاني، كيومرث، بررسي دلايل گرايش به كارآفريني دانشجويان علمي- كاربردي كشاورزي (مطالعه موردي: استان كرمانشاه)، توسعه كارآفريني، سال دوم، شماره ششم، زمستان 1388، 95-73

بدری ا.، لیاقتدار م.ج.، عابدی، م.ر.، جعفری، ا.، "بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان"، مجله پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره 40، 73-90، تابستان 1385.

پورآتشی م.، مختارنیا م.، "بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی دانش آموختگان کشاورزی از دیدگاه اعضای هیئت علمی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران"، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره 2-40، شماره 2، ص 115- 122، 1388.

جریبی، جعفر، توسعه کارآفرینی و دانش آموختگان، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره 30، 1383

جلالي، س. م. ج، افرازه، ف. و نظافتي، ن. (1386). طراحي و بكارگيري نرم‌افزاري سيستم جامع مديريت دانش(مطالعۀ موردي در وزارت راه و ترابري جمهوري اسلامي ايران). پنجمين كنفرانس بين المللي مهندسي صنايع.

جمشيدي فر، مصطفي، خرمي، شهروز، راحلي، حسين، بررسي عوامل مؤثر بر روحيه كارآفريني دانشجويان دانشكده كشاورزی تبريز، مجله پژوهش هاي ترويج و آموزش كشاورزي، سال سوم، شماره 3، پاييز 1389، 64-53

حاجی یخچالی، ع، بررسی و اولویت‏بندی نگرش دانشجویان نسبت به مواد و دوره‏های آموزش کارآفرینی و خود اشتغالی در دانشگاه شیراز، http://research.shirazu.ac.ir

حسینی، محمدحسین (1386)، موج های پیش برنده کارآفرینی، ماهنامه تبدیر

حیدري، حسین، پاپ زن، عبدالحمید وکرمی دارابخانی، رویا، بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مؤلفه هاي کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردي: سازمان جهاد کشاورزي شهرستان کرمانشاه)، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال اول، شماره 3، پاییز و زمستان 1390، 166-145.

حیدری، ناصر، بررسی رابطه مولفه های ویژگی های روانشناختی با کارآفرینی، ماهنامه کار و جامعه، شماره 109، تیر 1388، 47-41

دلجوی شهیر، جواد (1388)، ویژگی های کارآفرین و کارآفرین اجتماعی، ماهنامه کار و جامعه، شماره 112، 24-33.

رحمانيان كوشككي ، مهدي، چيزري، محمد، هواسي، علي، بررسي عوامل اثرگذار برقصد كارآفرينانه دانشجويان كشاورزي دانشگاه آزاد ايلام، توسعه كارآفريني، سال چهارم، شماره پانزدهم، بهار 1391 ، 125-144.

زالي، محمدرضا، رضوي، سيد مصطفي، يداللهي فارسي، جهانگير و كرد نائيج، اسدالله، ارزيابي وضعيت كارآفريني در ايران، چاپ اول، تهران: انتشارات موسسه كار و تامين اجتماعی (1389).

سعیدی، م، مهتدی، م، تاثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینی (مطالعه موردی: آموزش‏های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، 1387، 73- 57

سلازار، م، تیونگ، ا، سونیا ودیا، پ، (1998)، مقدمه‏ای بر کارآفرینی، ترجمه سیامک ناطق (1380)، انتشارات کوهسار

صالحي، سعيد، برادران، مسعود، (1386). راهكارهاي بكارگيري كارآفريني در آموزش كشاورزي، ماهنامه جهاد، شماره 247 ، آذر و دي، 205-183.

صمد آقايي، جليل، 1379، سازمانهاي كارآفرين، نشر مؤسسه عالي آموزش و پژوهش سازمان مديريت و برنامه ريزي.

صمدی، پروین و اصفهانی، هما، بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان، فصلنامه نوآوری های آموزشی، شماره 16، 1386

صمدی، پ، شیرزادی، ه، بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان، فصلنامه نوآوری‏های آموزشی، سال پنجم، شماره 16، 1387، 187- 164

عزيزي، ب.، حسيني، س.، "نقش آموزش و توسعه كارآفريني در نظام آموزش عالي، جهاد کشاورزی"، شماره 274 ، 182،1385-165.

فرهنگي، ع. و صفرزاده، ح. و خادمي، م. (1383). نظريه‌هاي ارتباطات سازماني. مؤسسه خدمات فرهنگي رسا، 1383.

قاسمی، جواد و اسدی، علی (1389)، تحليل عاملي عوامل موثر در ايجاد روحيه كارآفريني دانشجويان تحصيلات تكميلي (مطالعه موردي: پرديس كشاورزي و منابع طبيعي دانشگاه تهران)، نشريه اقتصاد و توسعه كشاورزي (علوم و صنايع كشاورزي)، جلد 24 ، شماره 1، 13-22.

قاسم نژاد مقدم، نیما، ارزیابی میزان کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، ابتکار و خلاقیت در علوم، سال اول، شماره اول، زمستان 1389، 20-1

قوامی ه.، لطفعلی پور م.، "بررسي عوامل مؤثر بر انتخاب كارآفريني در مقايسه با اشتغال دستمزدي دانش آموخته گان: مطالعه موردي دانشگاه فردوسي مشهد"، مجلة دانش و توسعه، سال پانزدهم، شمارة 24 ، 1-20، 1387.

طالبی، کامبیز، زارع یکتا، محمدرضا، آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‏های کوچک و متوسط دانش‏بنیان، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره 1، 1387، 131-111

کمالیان، امین رضا، یعقوبی نور، محمد و الیاس کردی، اشکان (1389)، مطالعه عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی و نقش آن در پیاده سازی استراتژی کارآفرینی، راهبرد یاس، شماره 23، 184-202.

لاجوردي، ج. و خانبابايي، ع. (1386). بررسي عوامل تسهيل كننده مديريت دانش در تيم‌هاي كاري(مطالعۀ موردي: بانك كشاورزي). فصلنامۀ دانش مديريت، سال 20، شمارۀ 76،‌ بهار 1386، صص 97 تا 116.

مهرعلي‌زاده،ي. (1380). اقتصاد جهاني، تغييرات سازماني، آموزش و كارآموزي و ايجاد و بهره‌برداري از مهارت در صنايع. مجلۀ مطالعات مديريت دانشگاه علامه طباطبايي، شماره 27ـ28.

ناهید، مجتبی، چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی در یک نگاه، مجله بررسی های بازرگانی، شماره 34، 1388، 58-39

ب- منابع انگلیسی

Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior". Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol, 50, PP.179-211

Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R. and Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention, International Journal of Hospitality Management 31.pp. 489– 499.

Antoncic, boston. And Hisrich, robert. (2003). Clarifying the entre preneurship concept journal of small businessand enterprist development, 7-24

Ardagna, S. and Lusardi, A. (2008). Explaining international differences in entrepreneurship: The role of individual characteristics and regulatory constraints. University of Chicago Press.

Basso, O; Bouchard, V.; Fayolle, A. and Legrain, T. (2007). “Understanding the Impact of Culture on a Firm’s Entrepreneurial Orientation and Behavior: a Conceptual Framework”. The international conference RENT XXI – Research in Entrepreneurship and Small Business, Cardiff, November 22-23

Baughn, C.C., Cao, J. S. R., Le, L. L. M., Lim, V. A., & Neupert, K.E. (2006). “Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philiphines”. Journal of Developmental Entrepreneurship, 11 (1), 57-77.

Carr, J. C. and Sequeira, J. M. (2007). "Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach". Journal of Business Research. Vol, 60, PP. 1090-1098.

Díaz-García, M. and Jiménez-Moreno, J. (2011). "Entrepreneurial intention: the role of gender." International Entrepreneurship and Management Journal 6(3): 261-283.

Fayolle, A., Gailly, B .and Lassas-Clerc, N. (2006). “Assessing the impact of entrepreneurship education programmers: a new methodology”. Journal of European Industrial Training, Vol, 30 (9) pp.701-720.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G.L and Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention Within Small and Newly Established Firms, ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE, DOI: 10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x.

Franke, N. and Lüthje, C. (2004). “Entrepreneurial intentions of business students: a benchmarking study”.International Journal of Innovation and Technology Management, 1(3), 269-288.

Ferreira; J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R.G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches, Journal of Small Business and Enterprise Development; 19, (3), 424 – 440.

Gürol, Yonca and Atsan, Nuray (2006). Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey, Education and Training, Vol. 48, Issue. 1, pp. 25-38.

Gurel, E., Altinay, L. and Daniele, R. (2010). Tourism students’ entrepreneurial intentions, Annals of Tourism Research. 37(3).pp.646–669.

Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). "National culture and entrepreneurship: a review of behavioral research". Entrepreneurship Theory and Practice, 26(4), 33-52

Howell, J.M and Avolio, B.J. (2002). Transformational Leadership , Transactional Leadership, Locus of Control, and Support for Innovation: Key Predictors of Consolidated Business- Unit Performance, Journal of Business.

Huang, Shihping Kevin. And Wang, Yu-Lin. 2011. Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises. Procedia Social and Behavioral Sciences. 24 (2011). 563–570

Hofstede, G. & Hofstede, G.J. (2005). Culture and organizations: Software of the mind. New York: McGraw-Hill.

Johnston, Kevin A. Andersen, Barry K. Davidge-Pitts, Jennifer. and Ostensen-Saunders, Mark. 2009. Identifying Student Potential for ICT Entrepreneurship using Myers-Briggs Personality Type Indicators. Journal of Information Technology Education. Vol 8

Jones, C. & English, f. (2004), contemporary approach to entrepreneurship education, Education + Training, Vol. 46. No. 8/9.

Kirzner, I. 1979 . Perception of Opporunity and Profit Chicago. University of Chicago Press.

Koe, W.L., Sa’arib, J.R., Majidc, I.A. and Ismail, K. (2012). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation, Procedia - Social and Behavioral Sciences 40. pp. 197 – 208

Lee, H. and Choi, B. (2004). Knowledge Management Enabler, Process and Organizational Performance: An Integrative View and Empirical Examination . Management Journal, Vol. 17, No. 7, April-June 2004, 22-37.

Lee, S.M. and Peterson, S.J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. Journal of World Business, 35 (4), 4-16.

Li, J. Zhang, Y. and Matlay, H. 2003. Entrepreneurship Education in China,Education and Training, Vol. 45. (8/9). 495-505

Liedtka, J. (1999). Linking Competitive Advantage With Communities of Praetice. Journal of Management Inquiry, 8, 1. 5-16.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions". Entrepreneurship Theory and Practice, 33(3), 593-617.

Luthje, C. and Franke, N. 2003. the making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial itent among engineering students at MIT**.** R & D Management. Vol, 33 (2). 135-147

Mahmood, A. Chng, M.Y. Chn, W.S. 2009. The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. Journal of Education & Training. vol. 51. NO. 7 .555-566

Mcquaid, R. 2002. Entrepreneurship and ICT industries: Support from regional and local policies. Regional Studies. 36(8). 909-919

Morris, H.M. Donald, K.F. Minet, S. 2001. Towards integration: understanding entrepreneurship through frameworks. Entrpreneurship and Iinnovation. February. 35-49

Naktiyok, A., C. Nur Karabey and Gulluce, A.C.(2010). "Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case." International Entrepreneurship and Management Journal 6(4): 419-435.

Oyserman, D., Coon, H. M., & Kemmelmeier, M. (2009). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analysis. Psychological Bulletin, 128, 3–72

Probst, G., Raub, S., Romhardt, K. (2001). Managing Knowledge- Building. Blocks for Success, Wiley: Chichester.

Russell, D,R.(2004). The impact of national culture on the emergence of entrepreneurship. Penn State – Harrisburg

Sivakumar, K., & Nakata, C. (2003). Designing global new product teams: Optimizing the effects of national culture on new product development. International Marketing Review, 20(4), 397–445.

Schwarz, E., Wdowiak, M., Almer-Jarz, D. and Breitenecker, R. (2009) The effects of attitudes and, perceived environment conditions on students’ entrepreneurial intent: An Austrian perspective.Education + Training, 51(4): 272-291.

Turker, D and Selcuk, S.S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?, Journal of European Industrial Training, 33 (2). pp.142 – 159

Verheul, I. Lorraine, U. and Thurik, R. 2005. Business accomplishment, gender and entrepreneurship self-image. Journal of Business Venturing, Vol. 20 .483-518

Ward, T. B. 2004. Cognition, creativity, and entrepreneurship. Journal of Business Venturing. 19(2). 173-188

Zhao, X; Rauch, A., and Frese M. (2010). Cross-country differences in entrepreneurial activity: The role of national culture practice and economic wealth. Working paper No.1.

Ziaee, M. (2004). Specification the roles of scientific-applied education due to the key role of entrepreneurship, In: Proceedings of the 5th Scientific-Applied Education Seminar.