

دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم انسانی

عنوان پایان نامه:

بررسی اثر بخشی دوره های آموزشی کار افرینی بر روی دانش کسب و کار، انگیزش و رغبت
شغلی دانشجویان دانشگاه پیام نور همدان در سال ۱۳۸۹

نگارش :

فاطمه عاقلان

استاد راهنما:

دکتر مجتبی رفیعی

استاد مشاور:

دکتر نصراله عرفانی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
در رشته مدیریت اجرایی (MBA)

با سپاس بیکران از:

اساتید دانشمند و فرزانه آقایان دکتر مجتبی رفیعی و دکتر نصراله عرفانی
همچنین دوست گرانقدرم سرکار خانم مهندس اکرم سماواتیان که در تمام مراحل
انجام این پایان نامه صمیمانه مرا همراهی نمود.

تقديم به

چکیده

با توجه به تحولات سریع و مستمر محیط بین‌المللی، گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و مواجهه اقتصاد ملی با اقتصاد جهانی، "کارآفرینی" یکی از مباحث اساسی در خصوص راهکارهای مختلف برای تسریع فرآیند رشد و توسعه پایدار و رفاه اقتصادی است. کارآفرینی با ایجاد شغل و کسب و کار جدید و تولید ثروت همراه است. این پژوهش به منظور بررسی اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی بر دانش کسب و کار، انگیزش شغلی، و رغبت شغلی دانشجویان دانشگاه پیام نور همدان انجام شده است. روش انجام این تحقیق علی-مقایسه‌ای است. جامعه آماری را کلیه دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز همدان که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده‌اند، تشکیل می‌دهند که تعداد آنان ۳۰۰ نفر است. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۱۰ نفر تعیین گردید، افراد گروه نمونه به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. سپس ۱۱۰ نفر دیگر از دانشجویان دانشگاه پیام نور همدان که از لحاظ جنسیت و رشته تحصیلی با گروه نمونه مطابقت داشتند ولی در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت نکرده بودند، انتخاب گردیدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته دانش کسب و کار، پرسشنامه استاندارد انگیزش شغلی جونز و فیفر، و پرسشنامه استاندارد رغبت سنج جان هالند استفاده شد. داده‌ها با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی و آزمون پارامتری t برای گروه‌های مستقل به وسیله نرم افزار آماری SPSS تحلیل شد.

نتایج بیانگر آن است که بین میزان دانش کسب و کار افراد گروه نمونه با میانگین ۱۷/۱ با میزان دانش کسب و کار افراد گروه کنترل با میانگین ۶/۷۵ تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین میزان انگیزش شغلی افراد گروه نمونه با میانگین ۳۶/۲۸ با میزان انگیزش شغلی افراد گروه کنترل با میانگین ۲۹/۲۸ نیز تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در ضمن بین رغبت شغلی دانشجویان رشته‌های علوم ریاضی، خدمات، صنعت و کشاورزی برای گروه آموزش دیده به ترتیب با میانگین‌های ۵/۵۷، ۴/۸۹، ۴/۷۵ و ۴/۸۷ و گروه آموزش ندیده به ترتیب با میانگین‌های ۴/۸۶، ۴/۴۳، ۴/۱۶ و ۴/۴۱ تفاوت معنی‌داری وجود دارد، ولی در مورد دانشجویان آموزش دیده دو رشته علوم تجربی و علوم انسانی با میانگین‌های ۶/۳۳ و ۶/۴۴ و آموزش ندیده با میانگین‌های ۶/۳۷ و ۶/۴۷ تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی موجب افزایش میزان دانش کسب و کار، انگیزش شغلی و رغبت شغلی دانشجویان شرکت کننده در این دوره‌ها شده است. از این رو پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزش کارآفرینی به طور مستمر ادامه یابد.

کلید واژه

خلاقیت ، نوآوری ، کارآفرینی ، رغبت شغلی ، انگیزش ، کسب و کار

فهرست مطالب

فصل اول	۱
۱-۱-مقدمه	۲
۲-۱- بیان مساله	۲
۳-۱-اهمیت و ضرورت مسئله	۳
۴-۱-اهداف تحقیق	۴
۶-۱-فرضیه‌های تحقیق	۴
۱۲-۱-متغیرها و تعریف عملیاتی آنها	۵
فصل دوم	۷
ادبیات و پیشینه پژوهش	۷
۱-۲-مقدمه	۸
۲-۲-بخش اول: کارآفرینی	۹
۱-۲-۲-کارآفرینی چیست؟	۹
۲-۲-۲-تعاریف کارآفرین	۱۰
۳-۲-۲-کارآفرین کیست	۱۱
۴-۲-۲-کارآفرینی سازمانی	۱۲
۵-۲-۲-چارچوب کارآفرینی سازمانی	۱۳
۱-۵-۲-۲-آموزش کارآفرینی سازمانی	۱۴
۲-۵-۲-۲-پرورش کارآفرینان سازمانی	۱۵
۳-۵-۲-۲-ابعاد ساختاری کارآفرینی سازمانی	۱۷
۶-۲-۲-عوامل تسهیل کننده در رشد کارآفرینی	۱۹
۷-۲-۲-اهمیت فرهنگ در توسعه کارآفرینی	۲۰
۸-۲-۲-یک کارآفرین باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟	۲۱

- ۲۲ چرا باید کارآفرینی را آموخت؟ ۹-۲-۲
- ۲۳ خلاقیت، نوآوری و کار آفرینی ۱۰-۲-۲
- ۲۴ فرآیند خلاقیت ۱۱-۲-۲
- ۲۵ انواع کارآفرینی ۱۲-۲-۲
- ۲۶ آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها ۱۳-۲-۲
- ۲۸ مشارکت فناوری اطلاعات در کارآفرینی ۱۴-۲-۲
- ۳۰ ویژگی های مؤثر فناوری اطلاعات در کارآفرینی ۱۵-۲-۲
- ۳۲ آشنایی بامنافع اقتصادی کارآفرینی دانشگاهی ۱۶-۲-۲
- ۳۴ آموزش کار آفرینی و نقش مراکز علمی دانشگاهی ۱۷-۲-۲
- ۳۷ چالشهای آموزش کار آفرینی ۱۸-۲-۲
- ۳۹ پرورش گروهی از جوانان مستعد کار آفرین ۱۹-۲-۲
- ۴۱ برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها و کشورهای مختلف ۲۰-۲-۲
- ۴۱ اندونزی ۱-۲۰-۲-۲
- ۴۳ اتریش ۲-۲۰-۲-۲
- ۵۱ وضعیت شاخص‌های کارآفرینی در ایران ۲۱-۲-۲
- ۵۳ موانع حرکت کارآفرینی در ایران ۲۲-۲-۲
- ۵۶ بخش دوم: دانش کسب و کار ۳-۲
- ۵۶ دانش به عنوان منبع ۱-۳-۲
- ۵۷ دانش و قابلیتها ۲-۳-۲
- ۵۹ حوزه های دانش کسب و کار ۳-۳-۲
- ۶۰ بخش سوم: رغبت شغلی ۴-۲
- ۶۱ رغبت شغلی یا رضایت شغلی ۱-۴-۲
- ۶۲ آزمون رغبت سنجی چیست؟ ۲-۴-۲
- ۷۰ بخش چهارم انگیزش ۵-۲
- ۷۰ انگیزش شغلی ۱-۵-۲
- ۷۳ پیشینه تحقیق ۶-۲
- ۷۵ جمع بندی ۷-۲
- ۷۸ فصل سوم روش شناسی تحقیق

۷۹	۳-۱- مقدمه
۸۰	۳-۲- روش پژوهش
۸۰	۳-۳- جامعه آماری
۸۱	۳-۴- روش نمونه گیری و تعداد نمونه
۸۱	۳-۵- ابزارهای جمع آوری اطلاعات
۸۴	۳-۶- تعیین اعتبار درونی (روایی) و بیرونی (پایایی) ابزار جمع آوری اطلاعات
۸۵	۳-۷- روش تجزیه تحلیل اطلاعات
۸۶	۳-۸- روند اجرا و چگونگی گردآوری داده ها
۸۷	فصل چهارم یافته های پژوهش
۸۸	۴-۱- مقدمه
۸۸	۴-۲- توصیف یافته ها
۹۰	۴-۲- میزان دانش کسب و کار دانشجویان:
۹۱	۴-۳- میزان انگیزش شغلی دانشجویان:
۹۴	۴-۴- میزان رغبت شغلی دانشجویان:
۹۶	۴-۵- تحلیل یافته ها:
۹۶	۴-۵-۱- فرضیه اول:
۹۷	۴-۵-۲- فرضیه دوم:
۹۹	۴-۵-۳- فرضیه سوم:
۱۰۳	فصل پنجم بحث و نتیجه گیری
۱۰۴	۵-۱- مقدمه
۱۰۴	۵-۱- نتیجه گیری
۱۰۴	۵-۲- بحث در نتایج
۱۱۳	۵-۳- محدودیتهای تحقیق
۱۱۴	۵-۴- پیشنهادات کاربردی و پژوهشی
۱۱۴	۱-۴-۵- پیشنهاد های پژوهشی:
۱۱۴	۲-۴-۵- پیشنهاد های کاربردی
۱۱۶	منابع فارسی
۱۱۸	منابع لاتین

پیوست ها	۱۲۰
Abstract	۱۳۹
Key Words:	۱۳۹

فهرست جداول

جدول ۱-۴- توصیف ویژگی های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه برحسب فراوانی و درصد فراوانی	۸۷
جدول ۲-۴- توصیف و مقایسه میزان دانش کسب و کار دانشجویانی که دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۸۹
جدول ۳-۴- توصیف و مقایسه میزان انگیزش شغلی دانشجویانی که دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۹۰
جدول ۴-۴- توصیف و مقایسه میزان رغبت شغلی دانشجویانی که دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۹۳
جدول ۵-۴- نتایج آزمون t برای گروه های مستقل در مورد میزان دانش کسب و کار دانشجویانی که دوره های آموزش کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۹۵
جدول ۶-۴- نتایج آزمون t برای گروه های مستقل در مورد میزان انگیزش شغلی دانشجویانی که دوره های آموزش کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۹۶
جدول ۷-۴- نتایج آزمون t برای گروه های مستقل در مورد میزان رغبت شغلی دانشجویانی که دوره های آموزش کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۹۹

فهرست نمودارها

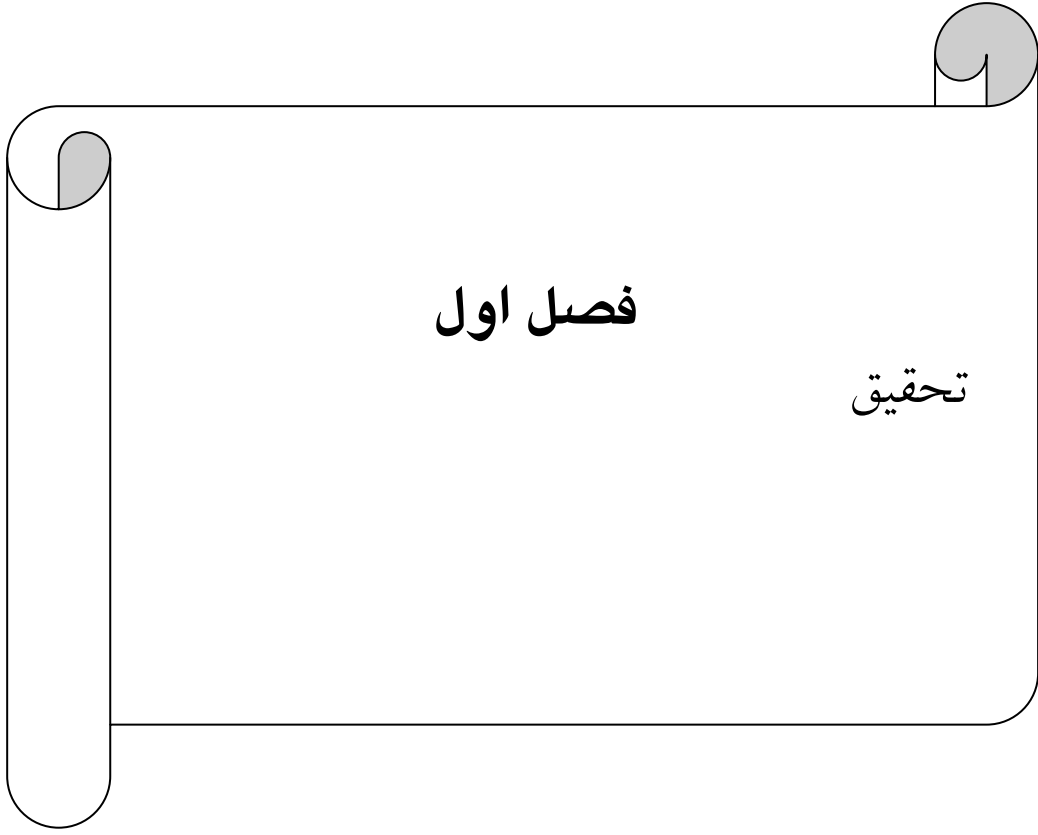
نمودار ۱-۴- درصد فراوانی نمونه آماری مورد مطالعه به تفکیک جنس و رشته تحصیلی	۸۹
نمودار ۲-۴- مقایسه میانگین دانش کسب و کار دانشجویانی که دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی را گذرانده اند و دانشجویانی که این دوره ها را نگذرانده اند	۹۰

نمودار ۳-۴- میانگین انگیزش شغلی دانشجویانی که دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی را

گذرانده اند ۹۲

نمودار ۴-۴- میانگین انگیزش شغلی دانشجویانی که دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی را نگذرانده

اند ۹۵



فصل اول

تحقيق

۱-۱- مقدمه

در جهان رقابتی امروز سازمان ها، دانشگاه ها و کشورهای موفق هستند که قادر به بهره گیری بیشتر از اطلاعات و دانش باشند، چرا که دیگر مواد اولیه، زمین و سایر مواد طبیعی منبع مهم و اساسی به شمار نمی روند و بر خلاف گذشته ثروتمند ترین مردم، افراد دانش مدار و کارآفرین می باشند که پیشه ی آنها کارآفرینی است. از این رو بسیاری از دانشگاه های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه بهره گیری از کارآفرینی را آغاز نموده اند و این بذل توجه در قالب تدوین استراتژی ها، سیاست ها و برنامه های علمی جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرینی و مهمتر از آن آموزش کارآفرینی در موسسات علمی و آموزشی و دانشگاه ها ظاهر گردیده است.

در این تحقیق نیز ما قصد داریم تاثیر آموزش های کارآفرینی برگزار شده در دانشگاه پیام نور واحد همدان را بر رغبت شغلی، انگیزش شغلی و دانش کسب وکار دانشجویانی که این دوره ها را گذرانده اند بررسی نماییم .

۱-۲- بیان مساله

با نگاهی به روند رشد و توسعه جهانی در می یابیم که با افزایش و گسترش فناوریهای پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان بطور فزاینده ای بیشتر می شود. به بیان دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کارآفرینان وجود دارد. اگرچه در سالهای گذشته اختراع، جایگاه ویژه ای در توسعه کشورها داشته است، اما امروزه کارآفرینی فردی و سازمانی از گزینه های مهم رشد و توسعه اقتصادی به شمار می آید. به گونه ای که در غرب و برخی کشورهای دیگر، دو دهه ی اخیر دهه های طلایی کارآفرینی نام گرفته است. در اکثر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، بحث کار آفرینی اصلی ترین منبع توسعه مد نظر قرار گرفته است. به رغم آنکه برخی از صاحب نظران معتقدند با آموزش مستقیم حاصل نمی شود و باید به روش پرورشی کارآفرینان را تربیت کرد، اما هیچ کس منکر این مطلب نیست که استفاده از فناوریهای نو و ایجاد کسب وکار جدید بدون آموزش و پرورش در عمل دست نیافتنی است، با مراجعه به اطلاعات موجود درباره افزایش رشته های دانشگاهی

کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه کارآفرینی و تربیت کار آفرینان بیشتر مشخص میشود.

معمولا واژه کار آفرینی با ایجاد شغل و کسب و کار مترادف شده است. در حالی که اشتغال یکی از دستاوردهای کارآفرینی است. ممکن است فعالیتهای کار آفرینانه اشتغال ایجاد نکند اما تولید انگیزش، رغبت شغلی و ثروت نماید و یا به دانایی بیفزاید.

کسانی که میخواهند کسب و کار جدیدی راه اندازی کنند و ثروت تولید کنند باید به دانایی خود بیافزایند و با فناوریهای پیشرفته روز آشنا گردند و بطور قطع پیش نیاز دستیابی به این هدف طراحی دوره های آموزشی کارآفرینی میباشد.

در این راستا با توجه به سیاستهای اتخاذ شده توسط دانشگاه پیام نور که آموزش برای همه می باشد و برای حرکت از دانشگاه نوع ۱ (آموزش محور) و نوع ۲ (پژوهش محور) به دانشگاه نوع ۳ (کارآفرین) و با هدف ارتقای سطح کارآفرینی دانشجویان و دانش آموختگان دانشگاه پیام نور و فراهم سازی زمینه هر چه بیشتر مشارکت استانها و مراکز تابعه در امر کارآفرینی اقدام به ایجاد نظام جامع کارآفرینی دانشگاه پیام نور نموده است .

مسئله عمده این پژوهش بررسی اثر بخشی آموزش مهارتهای کارآفرینی بردانش کسب و کار دانشجویان مراجعه کننده به واحد کارآفرینی دانشگاه پیام نور همدان در سال ۱۳۸۹ می باشد.

۱-۳- اهمیت و ضرورت مسئله

از آنجا که دانشگاه ها به عنوان متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص در جامعه، نقش اساسی دارند، توجه به مقوله ی کارآفرینی دانشگاهی به توسعه ی بهتر این امر کمک می کند. شاید تغییر رویکرد دانشجویان و دانش آموختگان از کارجویی به کارآفرینی به سبب درک این مطلب است که در دنیای امروز دانش آموخته ای نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی است که پارا از حوزه ی دانش و محفوظات خود فراتر گذاشته و در حل مسائل عملی آن محدودده ی تخصصی، مهارت داشته و موفق عمل کند. به همین دلیل است که آموزش کارآفرینی در دو حالت ساخت یافته با

برنامه های آموزشی گوناگون و گاهی با صرف وقت زیاد یا کارگاه ها و سمینارهای آموزشی کوتاه مدت مورد توجه بیشتری قرار می گیرد.

دانشگاه می تواند و انتظار می رود که با تکیه بر رسالت اصلی خود یعنی آموزش و پژوهش، در تسهیل مسیر کارآفرینی نقش بسزایی داشته باشد. برای تبدیل انسانهای عادی به انسانهای کارآفرین و پشتیبانی همه جانبه از آنها نیاز به یک جهاد فراگیر در آموزش گسترش زمینه های فناورانه و پشتیبانی مالی میباشد. در همین راستا و با هدف بهره وری و بهبود کیفی و کمی برگزاری اینگونه دوره های آموزشی ضرورت انجام تحقیق با محوریت بررسی اثربخشی دوره های آموزشی کارآفرینی بر دانش کسب و کار، انگیزش و رغبت شغلی دانشجویان ضروری می باشد .

۱-۴-اهداف تحقیق

هدف اصلی: شناخت میزان اثر بخشی دوره های آموزشی کارآفرینی بر روی دانش مدیریت کسب و کار، انگیزش و رغبت شغلی دانشجویان

اهداف ویژه:

- تعیین میزان اثرگذاری آموزش مهارتهای کارآفرینی بر دانش کسب و کار دانشجویان
- تعیین میزان اثرگذاری آموزش مهارتهای کارآفرینی بر انگیزش شغلی دانشجویان
- تعیین میزان اثربخشی آموزش مهارتهای کارآفرینی بر رغبت شغلی دانشجویان

۱-۶-فرضیه های تحقیق

- ۱- دانش کسب و کار دانشجویان شرکت کننده در دوره های آموزشی مهارت های کارآفرینی بیشتر از دانشجویان است که در این دوره ها شرکت نکرده اند.
- ۲- انگیزش شغلی دانشجویان شرکت کننده در دوره های آموزشی مهارتهای کارآفرینی بیشتر از دانشجویانی است که در این دوره ها شرکت نکرده اند.

۳- رغبت شغلی دانشجویان شرکت کننده در دوره های آموزشی مهارت‌های کارآفرینی بیشتر از دانشجویانی است که در این دوره ها شرکت نکرده اند.

۱-۱۲- متغیرها و تعریف عملیاتی آنها

خلاقیت^۱: یعنی بکار گیری تواناییهای ذهنی برای ایجاد یا تبلور یک فکر یا مفهوم جدید است و نیز برخی خلاقیت را به ترکیب ایده ها یا ایجاد پیوستگی بین ایده ها تعبیر نموده اند
نوآوری^۲: نوآوری بکار گیری ایده های نوین ناشی از خلاقیت می باشد در واقع نوآوری عملی ساختن ایده ناشی از خلاقیت را امکان پذیر می سازد و آن را بصورت یک محصول جدید یا خدمت تازه ارائه می نماید .

کارآفرینی^۳: بنابر تعریف واژه نامه وبستر کارآفرین کسی است که متعهد می شود یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. از دیدگاه روانشناسان معتقدند کارآفرین کسی است که بوسیله نیروهای شخصی خود به پیش می رود، نیروهایی از قبیل نیاز به کسب کردن یا رسیدن به چیزی، تجزیه نمودن، انجام دادن یا شاید فرار از قدرت اختیار دیگران. از دیدگاه مدیران فرایند اداره و راهبری سازمان و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه را کارآفرینی می نامند.

رغبت شغلی: میزان خشنودی فرد از محتوی و شرایط شغلش، به ویژه از جهت انگیزه‌های درونی شغل. جنبه‌های مثبت یا منفی طرز تلقی فرد نسبت به شغلش.

دانش کسب و کار: مجموع اطلاعاتی میباشد که به شخص جویای کار کمک میکند تا بامحیط اقتصادی و شرایط کسب و کار پیرامون خود آشنا شود و بهتر بتواند در فضای جامعه به شغل مورد نظر خود بپردازد، این اطلاعات میتواند در زمینه قوانین تجارت، قوانین مالیاتی، مدیریت مالی و حسابداری و اصول ثبت شرکت و سایر فنون و قوانین باشد.

¹ Creative
² Innovation
³ entrepreneurship

انگیزش : حالتی در افراد که آنان را به انجام رفتار و عمل خاصی متمایل می سازد.

فصل دوم

ادبیات و پیشینه پژوهش

۲-۱- مقدمه

مباحث مربوط به کارآفرینی به ویژه کارآفرینی دانشی عمر چندانی ندارند. در کشور ما، با عنایتی که برنامه ی سوم توسعه ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به موضوع کارآفرینی داشته است، تصویب طرح توسعه ی کارآفرینی در دانشگاه های کشور (کاراد) انجام شده که به فعالیتهایی در سطح برخی از دانشگاه های کشور منجر شده است. اگرچه آموزش به تنهایی زمینه ساز توسعه ی کارآفرینی و ایجاد کسب و کار مؤثر نیست اما به عنوان جزئی از یک سیستم توسعه بسیار حائز اهمیت است. بررسی های انجام شده در ایالات متحده، اروپا و کشورهای جنوب شرقی آسیا نشان می دهد که اگر آموزش های کارآفرینی در کنار سایر اقدامات ترغیب کننده و تسهیل کننده قرار گیرند، اثربخشی قابل توجهی خواهند داشت. (شهرکی پور، بنی سی: ۱۳۸۴)

در دهه ی ۷۰ میلادی دانشگاه های آمریکا به خاطر چیرگی بر توسعه ی فناوری های جدید و عدم انتقال آن به شرکت ها و بخش خصوصی مورد انتقاد قرار گرفتند. تا اینکه کنگره ی آمریکا قانون "بای دل" را جهت "یکسان سازی حق امتیاز" تصویب کرد. این قانون محدودیت بهره گیری از مالکیت حق امتیاز را برای دانشگاه هایی که از کمک های دولتی استفاده می کردند مرتفع می ساخت (فردمن و دیگران^۱، مترجم طالبی، زارعی یکتا، ۲۰۰۲)

بررسی ها نشان داد که این قانون، دانشگاه را به نیروهای اجرایی و کارآفرینانی که به دنبال تجاری سازی تکنولوژی های دانش بنیان هستند، نزدیک تر می کند (جنسون و ترسبی^۲ ۲۰۰۱: ص ۹۱). دنبال این قانون بسیاری از دانشگاه ها برای مدیریت و حفاظت از دارایی فکریشان، دفاتر انتقال تکنولوژی راه اندازی کردند. نقش این دفاتر که گاهی دفاتر حق امتیاز تکنولوژی نیز نامیده می شوند، تسهیل انتقال دانش تجاری (گسترش تکنولوژیک) از طریق دادن حق امتیاز اختراعات و سایر شکل های دارایی فکری منتج از تحقیقات دانشگاهی به صنایع بود، به طوری که حق امتیاز دانشگاه ها از

¹. Feldman, Link, & Siegel

². Jensen & Thursby