

طراحی مدل آموزش کار آفرینانه در صنعت خودروی کشور (مورد کاوی شرکت ایران خودرو دیزل)

ارژنگ عزتی نیا*^۱

سید رسول حسینی^۲

معصومه اولادیان^۳

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۰)

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی مدل آموزشی کارآفرینانه در صنعت خودروسازی سامان یافته است که از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات جزء پژوهش‌های آمیخته (کمی و کیفی) است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و سازمانی شامل خبرگان صنعتی مانند متولیان آموزش (سرپرستان و روسای آموزش)، رابطین آموزش، مدرسان آموزش، خبره موضوعی در شرکت و در بخش کمی شامل تمامی کارکنان آموزش خودروسازی ایران خودرو دیزل می‌باشد. حجم نمونه در بخش کیفی با اشیاع نظری (۲۰ نفر) با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و در بخش کمی بر اساس فرمول کوکران ۱۲۷ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برآورد گردید. ابزار گردآوری داده‌ها، در بخش کیفی، مصاحبه و در بخش کمی، پرسشنامه محقق‌ساخته بود. روایی پرسشنامه از نظر صوری و محتوایی از طریق چند نفر از خبرگان، روایی همگرا از طریق محاسبه میانگین واریانس استخراج شده و روایی واگرا از طریق محاسبه جذر AVE به تایید رسید. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۹۶۸ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار lisrel و smartpls3 استفاده شد. نتایج به دست آمده به شناسایی ۲۳ مؤلفه و ۱۳۳ شاخص منجر شد که ویژگی‌های فردی فراگیران (۰،۱۷۳)، ویژگی‌های فردی مدرسان (۰،۱۷۱)، محتوای آموزشی (۰،۱۶۹)، تعامل بین صنعت و دانشگاه (۰،۱۶۷)، شیوه آموزش (۰،۱۵۷)، حمایت مدیر ارشد (۰،۱۵۶)، سبک رهبری و مدیریت (۰،۱۴۳)، فضا و تجهیزات آموزشی (۰،۱۲۴) با توجه به بار عاملی آنها به ترتیب مؤلفه‌های بر آموزش کارآفرینانه تأثیر دارند. پیامدهای نیز به ترتیب بار عاملی آنها شامل تعهد (۰،۷۴۵)، رضایت (۰،۶۷۰)، خودکارآمدی کارکنان (۰،۶۵۵)، نوآوری (۰،۶۴۷)، توانمندسازی کارکنان (۰،۶۳۶)، عملکرد (۰،۶۰۳)، چابکی سازمانی (۰،۵۶۸) می‌باشند. الگوی ارائه شده از درجه تناسب مناسبی برخوردار بود.

کلیدواژه‌ها: آموزش، کارآفرینی، خودروسازی، آموزش کارآفرینانه.

۱- دانشجوی دکتری رشته مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند، تهران، ایران (نویسنده ی مسئول).

۲- استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده مدیریت آموزشی، دانشگاه فرهنگیان دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳- استادیار، علوم تربیتی، دانشکده مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند، تهران، ایران.

مقدمه

امروزه واحدهای اداره کننده‌ی امور عمومی متنوعی، متصدی تأمین نیازها و ارائه خدمات به عموم آحاد اجتماع هستند. مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی نیز یکی از اقسام مؤسسات عمومی، عهده دار بخشی از امور عمومی می باشند. این مؤسسات دارای شخصیت حقوقی، دارایی و نهادهایی خاص و جدا از سازمان مرکزی دولت هستند (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۲). در خصوص اینکه در حال حاضر چه رویکردی نسبت به این گونه از نهادها و مؤسسات وجود دارد، باید گفت که این سازمانها در دسته ی بزرگ بخش‌های غیر دولتی وجود دارند و نمی توان این مؤسسات را خصوصاً اگر بیش از پنجاه درصد بودجه سالانه آنها از منابع غیر دولتی تأمین شود را به عنوان یکی از واحدهای دولتی قلمداد کرد.

جهان در اواخر قرن بیستم شاهد تغییرات بسیار گسترده در تمامی عرصه‌های کسب و کار بوده است. به طوری که امروزه مفاهیمی چون جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات، توجه به کیفیت کالاها و خدمات، مشتری مداری و مانند اینها، اداره امور بخش عمومی را در سراسر جهان با چالش‌های جدی روبه‌رو کرده است. از جمله راهکارهای مؤثر دولتی برای رویارویی با این چالش‌ها، توسل و روی آوردن به بحث کارآفرینی در جامعه می‌باشد. از این رو کارآفرینی موضوعی است که در اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی و پژوهشی کشورهای جهان قرار گرفته است. در این بین سازمان‌های غیر دولتی به عنوان یکی از مهمترین بخش‌های جامعه نقش مؤثر و مفیدی با ترویج روحیه مشارکت و کار گروهی و تیمی و استفاده از تجربیات سایر جوامع توسعه یافته می‌توانند در ایجاد و توسعه کارآفرینی نقش در جامعه مهمی داشته باشند.

یادگیری و نوآوری برای سازمان‌هایی که در پی بقا و اثربخشی هستند، یک نیاز اساسی است و بسیاری از سازمان‌ها شدیداً به دنبال روش‌ها و رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه به منظور بهبود اثربخشی و کارآمدی و انعطاف‌پذیری هستند (شریف‌زاده و غلامرضایی، ۱۳۹۸: ۳). در همین راستا، آموزش کارآفرینانه در پی فراهم‌سازی شرایط وقوع یادگیری کارآفرینانه جهت تحقق هدف توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی فراگیران است. همانند تمامی فرآیندهای آموزشی دیگر، آموزش کارآفرینی بر محوریت یاددهی-یادگیری و تسهیل شرایط یادگیری استوار است. از اینرو، کیفیت، اثربخشی و کارایی جریان‌های آموزش کارآفرینی به کم و کیف وقوع یادگیری کارآفرینی یا تغییر نسبتاً پایدار، نهادینه و متوازن (در ابعاد دانشی و شناختی، بینشی، نگرشی و روانی، و مهارتی) در رفتار فراگیران در راستای کارآفرین بودن و کارآفرین شدن بستگی دارد. بواقع آموزش کارآفرینی در صورتی اثربخش و کارا خواهد بود که به یادگیری کارآفرینانه منجر شود. یادگیری کارآفرینانه به لحاظ ماهیت، دستاوردها و

شرایط و ملزومات تحقق، نظیر روش‌های آموزشی تسهیل‌کننده، وظایف آموزشگر و فراگیر، محیط آموزشی و غیره مقتضیات خاص خود را می‌طلبد و به نوعی با برداشت‌های متعارف از یادگیری متفاوت است.

یکی از نیازهایی که امروزه جر لاینفک زندگی بشر است، نیاز به حمل و نقل است. توسعه کمیت و کیفیت تولید و همچنین پیشرفت صنعت خودرو کاملاً وابسته به توسعه فناوری‌های ساخت و تولید است. تعقیب روند توسعه فناوری‌های ساخت و تولید از جمله راه‌های شناسایی فرصت‌های کارآفرینی فناورانه می‌باشد. صنعت خودرو سازی کشور برای نوآوری و توسعه محصول جدید در فضای رقابتی نیازمند متخصصین حرفه‌ای که با دانش، نگرش و مهارت‌های حرفه‌ای بتوانند مأموریت مورد نظر را محقق نمایند. در این راستا اگرچه آموزش‌های متنوعی در این صنعت طراحی و اجرا می‌گردد اما رویکرد آموزش فعلی سنتی بود و با تحقق نوآوری در تولیدات همسو نمی‌باشد. از طرفی با ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در صنعت خودروسازی داخلی و خروج بهترین نیروهای کار از شرکتها و اقدام به کارآفرینی مستقل، شرکت‌های خودروسازی را بر آن داشت که درخصوص رفع مشکلات آینده، بهبود عملکرد و سودآوری و تنوع در محصولات شرکتها باید به نوآوری و آموزش کارآفرینی به کارکنان بخش آموزش بپردازد. بدین منظور در پژوهش حاضر سعی می‌شود الگوی مناسب آموزش کارآفرینانه برای این حوزه را جهت تحقق اهداف مذکور طراحی نمود. در واقع سؤال اصلی پژوهش اینست که چه الگویی برای آموزش کارآفرینانه در صنعت خودروسازی می‌توان طراحی کرد؟ آموزش کارآفرینی فرایندی است نظام‌مند که با هدف توسعه دانش، مهارت، نگرش و ویژگی‌های شخصیتی و در قالب آموزش‌های رسمی ارائه می‌شود. در این فرایند، افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به‌صورتی خلاق تربیت می‌شوند. با توجه به اینکه ویژگی‌های اصلی کارآفرینان از قبیل ابتکار عمل، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، خلاقیت، پشتکار، مثبت‌اندیشی و ... اکتسابی و قابل آموزش هستند، بنابراین آموزش کارآفرینی امروزه به یکی از اساسی‌ترین فعالیت‌ها در نظام‌های آموزشی کشورهای پیشرفته تبدیل شده است. اما آنچه در این فرایند مهم و اساسی است، شناخت مؤلفه‌های اثرگذار بر آموزش کارآفرینانه در جهت ایجاد نگرش کارآفرینانه است که هدف اصلی تحقیق حاضر را شکل می‌دهد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بر اساس مرور مبانی نظری، مولفه‌های آموزش کارآفرینانه و عوامل اثرگذار و اثرپذیر از آن مورد شناسایی قرار گرفت. در جداول زیر، این مولفه‌ها و عوامل بر اساس مستندات پژوهشی قابل مشاهده می‌باشند:

مولفه‌های آموزش کارآفرینانه، عوامل اثرگذار و اثرپذیر از آموزش کارآفرینانه (محقق ساخته)

سازه	مؤلفه	منبع
آموزش کارآفرینانه	یادگیری انفرادی	میرسعیدی و کی ارسلان (۱۳۸۹)، آراستی و همکاران (۱۳۸۹)، عزیزی (۱۳۸۸)، عارفی و همکاران (۱۳۸۹)، شریف و همکاران (۱۳۹۰)، مرادی و جعفری (۱۳۹۲)، یعقوبی (۱۳۸۹)، احمدزاده و همکاران (۱۳۹۲)، استامبولیس (۲۰۱۴)، احمد و همکاران (۲۰۱۴)
	کار انفرادی عملی	
	کار با افراد باتجربه	
	فعالیت گروهی	
عوامل اثرگذار	ویژگی‌های روانشناختی آموزش دهنده	عزیزپوریان و همکاران (۱۳۹۸)، مدرسی سریزدی و همکاران (۱۳۹۸)، آقامحمدی (۱۳۹۸)، رضائی و میری کرم (۱۳۹۷)، روشن و همکاران (۱۳۹۴)، شریف و همکاران (۱۳۹۰)، ترکی و همکاران (۲۰۲۰)، گیانیدز و میک (۲۰۲۰)، آخمتشین و همکاران (۲۰۱۹)
	سبک رهبری و مدیریت	
	محتوای آموزشی	
	فضا و تجهیزات آموزشی	
عوامل اثرپذیر	شیوه آموزش	
	عملکرد بخش آموزش	طهماسبی و همکاران (۱۳۹۸)، احمدی زنجانی مقدم (۱۳۹۸)، طاهری زاده و همکاران (۱۳۹۷)، رضوی و همکاران (۱۳۹۶)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، ابوالفضلی و همکاران (۱۳۹۶)، سپهوند و مغویی نژاد (۱۳۹۶)، امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۵)، کاره وند (۲۰۱۹)، یزدی مقدم و همکاران (۲۰۱۵)، چن و همکاران (۲۰۱۵)
	نوآوری آموزش دهنده	
	توانمندسازی کارکنان بخش آموزش	
	چابکی سازمانی	

با توجه به مرور ادبیات پژوهش می‌توان دریافت که یکی از سازوکارهای مطلوب سازمان‌ها برای پاسخی سریع و مناسب به تغییر و تحولات روز افزون محیطی در فضای کسب و کار، ایجاد سازمان‌های کارآفرین است. سازمان‌های کارآفرین از طریق نهادینه‌سازی کارآفرینی در درون خود، موجبات اجرایی شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند. کارآفرینی سازمانی انقلابی در درون سازمان است که برای تغییر و نوسازی از درون سیستم مبارزه می‌کند. این امر ممکن است منجر به تضادهایی درون سازمان شود، بنابراین احترام گذاشتن یک اصل ضروری به منظور هدایت این تضادها و کارآفرینی سازمانی، تبدیل آنها به جنبه‌های مثبت برای سازمان می‌باشد. یک فرایند احیای بهبود عملکرد سازمان است؛ مزایای کارآفرینی سازمانی، در واقع شامل نوآوری در طراحی محصول و خدمات، نوآوری در فرایندهای سازمان، بهبود عملکرد سازمان، کارایی و اثربخشی است.

روش پژوهش

روش پژوهش برحسب هدف، بنیادی-کاربردی برحسب نوع داده، آمیخته^۱ (کیفی-کمی) از نوع اکتشافی؛ برحسب زمان گردآوری داده، مقطعی و برحسب روش گردآوری داده‌ها و یا ماهیت و روش پژوهش، پیمایشی بود. بدین‌منظور ابتدا به مطالعه ادبیات و پیشینه مرتبط با موضوع بررسی پرداخته شد، سپس از مصاحبه و روش تحلیل محتوا به مثابه تکنیکی پژوهشی برای درک بیشتر و شناسایی شاخصها و مؤلفه‌های طراحی الگوی مدنظر پرداخته شد، بر آن اساس پرسشنامه تدوین گردید و در نهایت از رویکردهای کمی برای تاییدنتایج کیفی و آزمون مدل بهره برده شد. جامعه آماری بخش کیفی پژوهش شامل خبرگان، متخصصین و افراد آگاه به امر در زمینه آموزش و یادگیری کارآفرینی صنعت خودروسازی (خبرگان صنعتی مانند متولیان آموزش (سرپرستان و روسای آموزش)، رابطین آموزش، مدرسان آموزش، خبره موضوعی در شرکت) بود. ویژگی‌های خبرگان پژوهش که به تأیید اساتید راهنما و مشاور رسیده بود، افرادی بودند که از نظر آگاهی و اطلاعات در زمینه توسعه کارآفرینی برجسته بوده و این‌که بتوانند با ارائه اطلاعات دقیق نمادی از جامعه باشند. برای تعیین نمونه‌های این پژوهش و تعیین این گروه از خبرگان از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند^۲ استفاده شد. در صورتی که هدف از مصاحبه، اکتشاف و توصیف عقاید و نگرش‌های

¹ Mixed

² Goal oriented

مصاحبه‌شوندگان باشد، در این صورت با توجه به زمان و منابع قابل‌دسترس می‌توان از تعداد ۲۵-۱۰ نمونه برای انجام مصاحبه استفاده نمود (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۵) که در این پژوهش تعداد ۲۰ نفر به‌عنوان مصاحبه‌شونده با توجه به اصل اشباع در نظر گرفته شد.

گروه دوم از جامعه آماری این پژوهش، شامل تمام کارکنان آموزش صنعت خودروسازی کشور (ایران خودرو دیزل) به تعداد ۲۰۰ نفر خواهند بود.

با توجه به ماهیت متفاوت مدارس، با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) و در ابتدا از طریق نمونه‌گیری طبقه‌ای، ۱۲۷ نفر به‌عنوان آزمودنی انتخاب شد. لازم به‌ذکر است که به‌منظور تعمیم‌پذیری بیشتر و جلوگیری از ریزش حجم نمونه ۱۴۰ پرسشنامه در میان آزمودنی‌ها توزیع و از این میان ۱۳ پرسشنامه به‌دلیل ناقص بودن کنار گذاشته شد و عملیات آماری بر روی ۱۲۷ آزمودنی صورت گرفت. هم‌چنین نتایج آزمون KMO در فصل چهارم نشان داد این حجم از نمونه به‌منظور اجرای آزمون‌های آماری نظیر تحلیل عاملی اکتشافی کفایت دارد. به‌طور کلی روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی طبقه‌ای حجم نمونه تعیین خواهند بود.

برای گردآوری داده‌ها از دو روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی استفاده شد. برای روش میدانی، ابتدا در بخش کیفی مصاحبه از خبرگان دانشگاهی و سپس برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در بخش کمی، پرسشنامه‌ها در بین نمونه‌های آماری توزیع و جمع‌آوری شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش کیفی از روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی استفاده شد. روایی: به‌منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی ظاهری^۱، محتوایی^۲ و سازه^۳ استفاده شد. در روایی ظاهری پرسشنامه‌ها قبل از توزیع توسط پژوهش‌گر، چند نفر از اعضای نمونه و برخی خبرگان دانشگاهی و کارشناسان صنعت خودروسازی مورد بررسی قرار گرفت. در روایی محتوایی در قالب یک روش دلفی و با کمک فرم‌های CVR و CVI و به کمک ده نفر از خبرگان شامل اعضای مصاحبه‌شونده، خبرگان دانشگاهی، چند نفر از آزمودنی‌ها و ... محتوای پرسشنامه از نظر سؤال‌های اضافی و یا اصلاح سؤال‌ها مورد بررسی قرار گرفت. فرم CVI نشان داد که همه سؤال‌های آموزش کارآفرینانه بر آن از نقطه‌نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند (میزان این ضریب برای هر یک از سؤال‌ها بالاتر از ۰٫۷۹ بود)؛ هم‌چنین با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه سؤال‌ها بالای

¹ Faced Validity

² Content Validity

³ Construct Validity

۰,۶۲ به دست آمد هیچ سؤالی نیاز به حذف شدن نداشت. در مورد روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا با کمک نرم‌افزار Smart-Pls 2 استفاده شد. در بررسی روایی همگرا یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۰,۵۸ بود (آماره تی) یعنی تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ مقادیر تمام بارهای عاملی نیز بالای ۰,۵ بود (رابطه متغیر آشکار و پنهان)؛ میانگین واریانس استخراج شده (AVE) همه مؤلفه‌ها بالای ۰,۵ بود و همین‌طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده آن بود؛ لذا می‌توان گفت که روایی همگرای سازه‌های مدل تأیید می‌شوند. در بررسی روایی واگرا نیز از آزمون فورنل و لارکر (این آزمون روایی واگرا (تشخیصی) را در سطح متغیرهای پنهان با استفاده از مازولی که در نرم‌افزار Smart-Pls 2 تعریف شده می‌سنجد) و آزمون بار عرضی^۲ این آزمون روایی واگرا را در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر توسط مازولی که در نرم‌افزار Smart-Pls2 تعریف شده می‌سنجد) استفاده شد. در آزمون فورنل و لارکر یافته‌ها نشان داد، جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر پنهان بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل بود؛ همچنین نتایج آزمون بار عرضی نشان داد، بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل بود و از طرف دیگر بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل ۰,۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر بود (در فصل چهار به‌طور کامل قابل مشاهده است)؛ بنابراین نتایج این دو آزمون بیانگر روایی واگرا بود.

پایایی: در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۳ محاسبه می‌شود. مقادیر این دو ضریب برای همه متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. ضرایب پایایی و روایی ذکر شده برای پرسشنامه کارآفرینی سازمانی بر آن در جدول ۳-۶ زیر قابل مشاهده است.

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت: پایایی ابعاد مورد تأیید است زیرا آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بالای ۰,۷ است و همچنین $AVE > 0.5$ است. روایی همگرا مورد تأیید است، زیرا $CR > 0.7$ ؛

1 Average Variance Extracted

2 Cross Loadings

3 Composite Reliability (CR)

AVE > 0.5؛ CR > AVE و همین طور روایی واگرا نیز مورد تأیید است زیرا $MSV < ASV < AVE$.

برای تحلیل داده‌های بخش کیفی به دست آمده از مصاحبه و نیز مبانی نظری از نگاه نوع کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) استفاده شده است و در بخش کمی با توجه به سؤال‌های پژوهش از روشهای آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. برای توصیف ویژگیهای جمعیت شناختی که داده‌های آن از پرسشنامه به دست آمد از درصد، فراوانی، جداول، اشکال و نمودار استفاده شد و همچنین به منظور توصیف متغیرهای پژوهش از میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشایدگی بهره گرفته شد. عملیات مربوط به آمار توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS-v21 انجام شد. در بخش استنباطی برای پاسخ به سؤالهای پژوهش از آزمونهای نظیر همبستگی پیرسون، آزمون تی تک نمونه‌ای، مدلسازی معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تأییدی) و تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS-v21، Smart PLS-v2 و Lisrel-v8.8 نیز بهره گرفته شد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در این بخش داده‌های پژوهش با استفاده از روش‌های علمی مورد تحلیل و ارزیابی قرار می‌گیرد. با توجه به این که پژوهش از نوع آمیخته می‌باشد، تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل دو بخش است: تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و تجزیه و تحلیل داده‌های کمی؛ اما قبل از تجزیه و تحلیل داده‌ها پیش پردازش داده‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

- توصیف آماری اطلاعات جمعیت شناختی بخش کیفی

برای جمع‌آوری داده‌های بخش کیفی با ۲۰ نفر از خبرگان، متخصصین و افراد آگاه به امر در زمینه آموزش و یادگیری کارآفرینی صنعت خودروسازی (خبرگان صنعتی مانند متولیان آموزش (سرپرستان و روسای آموزش)، رابطین آموزش، مدرسان آموزش، خبره موضوعی در شرکت مانند خبره جوش) مصاحبه شد. به‌طور کلی مشخصات مصاحبه شونده‌گان در جدول زیر، ارائه شده است.

آمار جمعیت شناختی بخش کیفی

متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی
محل	اساتید دانشگاه	۵	تحصیلات	فوق لیسانس	۵	سن	پایین تر از	۲

¹ Maximum Shared Squared Variance (MSV)

² Average Shared Squared Variance (ASV)

متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی
خدمت	آزاد اسلامی		جنسیت	مرد	۱۲	سابقه کار	۳۹ سال	
		۴۰ تا ۴۵ سال					۱۰	
		۴۶ تا ۵۰ سال					۴	
	کارشناسان ایران خودرو دیزل	۸		زن	۸		بالای ۵۰ سال	۴
	خبرگان صنعت خودروسازی						زیر ۱۰ سال	۶
							۱۱ تا ۲۰ سال	۸
							بالای ۲۰ سال	۶

- تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی بخش کمی

در این بخش، اطلاعات جمعیت شناختی آزمودنی‌ها بر اساس مدرک تحصیلی، سن، جنسیت و سابقه کار توصیف شده است.

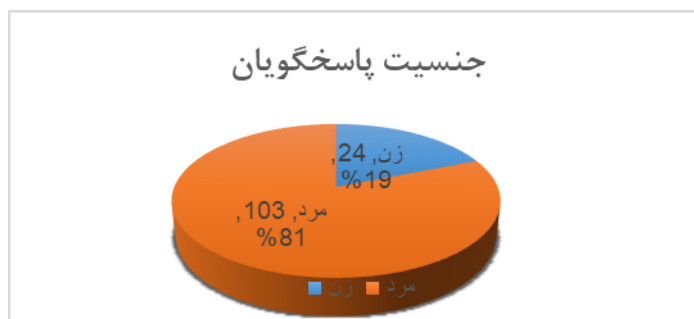
جنسیت

در این قسمت، آزمودنی‌ها بر اساس جنسیت طبقه‌بندی می‌شوند و فراوانی مربوط به هر دسته به همراه درصد آن نمایش داده می‌شود که در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۴-۲: توزیع سنی آزمودنی‌ها

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۲۴	۱۹
مرد	۱۰۳	۸۱
کل	۱۲۷	۱۰۰

براساس اطلاعات جدول بالا، ۱۹٪ از آزمودنی‌ها زن و ۸۱٪ مرد هستند. این نتایج در نمودار دایره‌ای زیر خلاصه شده است.



توزیع سنی جنسیت آزمودنی‌ها

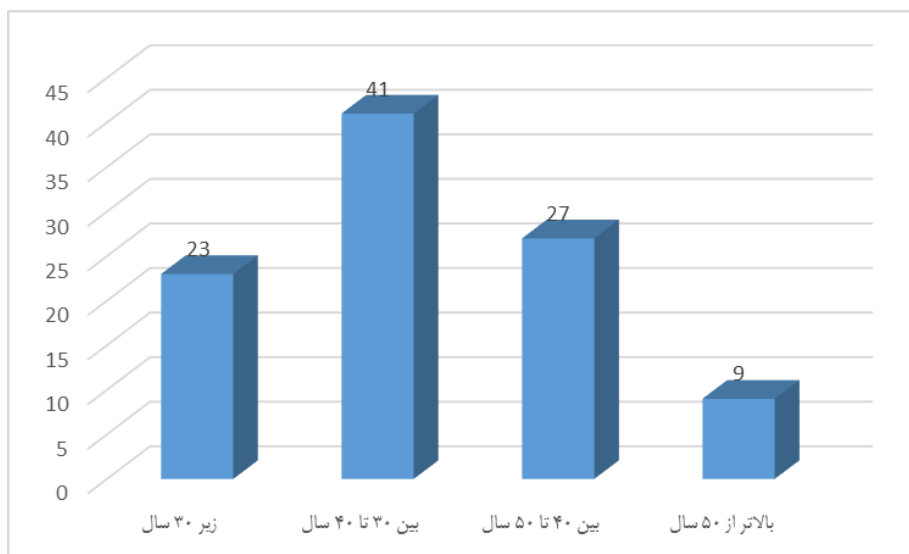
سن

در این قسمت، آزمودنی‌ها بر اساس سن طبقه‌بندی می‌شوند و فراوانی مربوط به هر دسته به همراه درصد آن نمایش داده می‌شود که در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۴-۳: توزیع دامنه‌ی سنی آزمودنی‌ها

دامنه سنی	فراوانی	درصد
زیر ۳۰ سال	۲۹	۲۳
بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۵۲	۴۱
بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۳۵	۲۷
بالاتر از ۵۰ سال	۱۱	۹
کل	۱۲۷	۱۰۰

براساس اطلاعات جدول بالا، ۲۳٪ از آزمودنی‌ها کمتر از ۳۰ سال، ۴۱٪ بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۲۷٪ بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۹٪ بالاتر از ۵۰ سال سن دارند. این نتایج در نمودار میله‌ای زیر خلاصه شده است.



توزیع نسبی سن آزمودنی‌ها

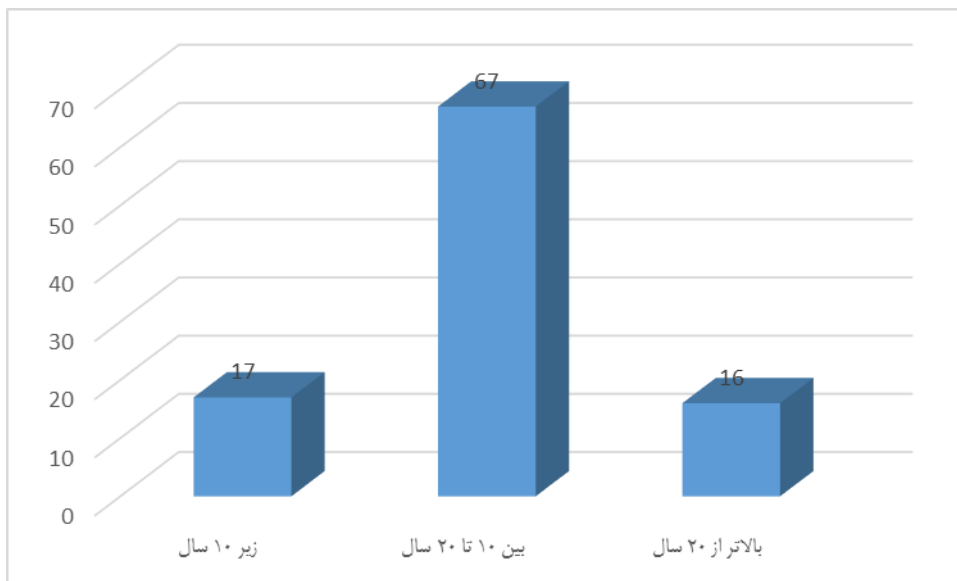
سابقه کار

در این قسمت، آزمودنی‌ها بر اساس سابقه کار طبقه‌بندی می‌شوند و فراوانی مربوط به هر دسته به همراه درصد آن نمایش داده می‌شود که در جدول زیر آورده شده است.

توزیع سابقه کار آزمودنی‌ها

سابقه کار	فراوانی	درصد
زیر ۱۰ سال	۲۲	۱۷
بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۸۵	۶۷
بالاتر از ۲۰ سال	۲۰	۱۶
کل	۱۲۷	۱۰۰

براساس اطلاعات جدول بالا، ۱۷٪ از آزمودنی‌ها کمتر از ۱۰ سال، ۶۷٪ بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۱۶٪ بالاتر از ۲۰ سال سابقه کار را دارند. این نتایج در نمودار میله‌ای زیر خلاصه شده است.



توزیع نسبی سابقه کار آزمودنی‌ها

- توصیف آماری متغیرهای پژوهش

در جدول زیر، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به عوامل تشکیل‌دهنده آموزش کارآفرینانه نمایش داده شده است. لازم به ذکر است، کمینه و بیشینه هر یک از متغیرهای زیر به ترتیب ۱ و ۵ می‌باشد.

مشخصه‌های آماری عوامل تشکیل‌دهنده آموزش کارآفرینانه

سازه	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
آموزش کارآفرینانه	یادگیری انفرادی	۳,۱۴	۰,۸۴	۰,۲۵	-۰,۴۱
	کار انفرادی عملی	۳,۳۰	۰,۸۰	۰,۰۰	-۰,۰۸
	کار با افراد باتجربه	۳,۲۸	۰,۷۱	۰,۰۱	۰,۴۷

سازه	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
	فعالیت گروهی	۳,۱۶	۰,۸۶	۰,۲۶	۰,۰۷
	آموزش مجازی	۳,۲۳	۰,۷۷	۰,۰۵	۰,۴۷
	یادگیری از طریق نرم افزار	۴,۵۲	۰,۵۶	-۱,۷۲	۰,۰۱
	آموزش در محیط واقعی	۴,۴۶	۰,۵۷	-۱,۲۲	۰,۵۶
	ایفای نقش و بازیهای کسب و کار	۳,۲۳	۰,۷۵	۰,۱۴	۰,۲۲
عوامل اثرگذار	ویژگی های فردی فراگیران	۳,۳۲	۰,۸۳	-۰,۲۲	۰,۱۷
	ویژگی های فردی مدرسان	۳,۴۳	۰,۷۹	-۰,۲۳	۰,۱۳
	سبک رهبری و مدیریت	۳,۱۷	۰,۷۶	۰,۱۰	۰,۵۱
	محتوای آموزشی	۳,۳۹	۰,۸۷	۰,۴۸	۰,۶۳
	شیوه آموزش	۳,۲۲	۰,۷۴	-۰,۰۹	۰,۲۲
	فضا و تجهیزات آموزشی	۳,۱۳	۰,۷۶	۰,۱۴	۰,۲۸
	تعامل بین صنعت و دانشگاه	۴,۱۵	۱,۱۱	۰,۸۵	-۰,۶۷
	حمایت مدیر ارشد	۴,۳۷	۰,۵۶	-۱,۶۲	۰,۷۷
عوامل اثرپذیر	تعهد کارکنان	۴,۲۴	۰,۵۷	-۰,۶۱	-۰,۰۱
	رضایت کارکنان	۴,۴۰	۰,۵۹	-۱,۳۳	۰,۱۷
	توانمندسازی و توسعه کارکنان	۴,۴۱	۰,۵۷	-۱,۲۷	۰,۹۹
	خودکارآمدی کارکنان	۳,۴۶	۰,۸۵	-۰,۲۲	۱,۳۷
	نوآوری	۳,۴۷	۰,۶۹	-۰,۶۲	۰,۸۸
	عملکرد	۴,۰۰	۰,۱۶	-۰,۲۸	۱,۴۳
	چابکی سازمانی	۴,۰۱	۰,۷۲	-۱,۱۱	-۰,۲۵

اطلاعات جدول مشخصه‌های آماری همچون میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی را برای عوامل تشکیل‌دهنده را نشان می‌دهد. همچنین، با توجه به مقادیر چولگی و کشیدگی که در بازه‌ی

معقولی برای حدس بر نرمال بودن داده‌ها قرار دارند، می‌توان فرض نرمال بودن داده‌ها را مطرح کرده و پذیرفت.

متغیر	ابعاد	آماره آزمون	سطح معناداری
	یادگیری انفرادی	۰,۶۶۱	۰,۴۱۴
	کار انفرادی عملی	۰,۷۱۸	۰,۵۷۷
	کار با افراد باتجربه	۰,۶۵۲	۰,۳۹۱
	فعالیت گروهی	۰,۶۴۱	۰,۳۶۲
	آموزش مجازی	۰,۸۲۰	۰,۶۰۰
	یادگیری از طریق نرم افزار	۰,۶۳۱	۰,۳۳۵
	آموزش در محیط واقعی	۰,۶۶۶	۰,۴۰۲
	ایفای نقش و بازیهای کسب و کار	۰,۷۰۰	۰,۵۱۰
	ویژگی های فردی فراگیران	۰,۶۲۵	۰,۳۱۷
	ویژگی های فردی مدرسان	۰,۶۴۳	۰,۳۶۸
	سیک رهبری و مدیریت	۰,۸۰۰	۰,۵۲۰
آموزش کارآفرینانه	محتوای آموزشی	۰,۳۱۸	۰,۴۲۰
	شیوه آموزش	۰,۱۰۲	۰,۳۶۸
	فضا و تجهیزات آموزشی	۰,۲۹۶	۰,۳۱۴
	تعامل بین صنعت و دانشگاه	۰,۵۳۸	۰,۵۲۱
	حمایت مدیر ارشد	۰,۷۱۶	۰,۷۲۵
	تعهد	۰,۷۳۹	۰,۴۳۳
	رضایت	۰,۵۵۵	۰,۵۰۹
	توانمندسازی کارکنان	۰,۴۱۰	۰,۴۳۹
	خودکارآمدی کارکنان	۰,۶۴۳	۰,۳۷۰
	نوآوری	۰,۷۱۳	۰,۴۱۳
	عملکرد	۰,۵۲۸	۰,۶۱۷
	چابکی سازمانی	۰,۶۱۱	۰,۶۳۸

خلاصه آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

چنانکه در اطلاعات جدول بالا مشاهده ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری آماره‌ی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان می‌دهد برای همه متغیرها آماره‌ی آنها در بازه‌ی (+۱,۹۶، -۱,۹۶) قرار گرفته است که سطح معناداری این با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده در فرمت مصاحبه که با فرایند تطبیق مستمر به نقطه اشباع نظری رسیده است بعد از تعریف سؤالات اصلی پژوهش (مصاحبه) که برای آن‌ها مقیاس کمی تعریف شده است، می‌توان کدگذاری مصاحبه‌های جمع‌آوری شده را با تعریف ویژگی‌ها و ابعاد آن و نمودارهای توصیف کننده این ویژگی‌ها شروع کرد.

شایان‌ذکر است که با ۲۰ خبره در این زمینه بر اساس مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۳ سؤال مصاحبه شد. با استفاده از رویکرد گراند تئوری و استفاده از نرم‌افزار MAXQDA به این سؤال پاسخ داده می‌شود. در ادامه می‌توان سؤال‌های مصاحبه و چک لیست نتایج مصاحبه را در جداولی مجزا مشاهده کرد. پاسخ‌های ارائه شده برای هر سؤال پس از تحلیل محتوا و کدگذاری توسط پژوهشگر و دو نفر از متخصصین آمار در جدولی آورده شده است که این جدول، بیانگر شاخص‌ها و مؤلفه‌های اصلی پژوهش می‌باشد. همان‌طور که گفته شد در جدول ۴-۹ سؤال‌های مصاحبه آورده شده است و در جدول ۴-۱۰ نیز واحدهای معنایی مربوط به نتایج تحلیل محتوای مصاحبه آورده شده است.

سؤال‌های مصاحبه

ردیف	سؤال
۱.	تعریف شما از آموزش کارآفرینانه چیست؟
۲.	از دیدگاه شما عوامل تشکیل‌دهنده آموزش کارآفرینانه در صنعت خودرو سازی کدام‌اند؟
۳.	از دیدگاه جنابعالی آموزش کارآفرینانه در صنعت خودرو سازی چه پیامدهایی به دنبال دارد؟

با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده در فرمت مصاحبه که با فرایند تطبیق مستمر به نقطه اشباع نظری رسیده است بعد از تعریف سؤالات اصلی پژوهش (مصاحبه) که برای آن‌ها مقیاس کمی تعریف شده است، می‌توان کدگذاری مصاحبه‌های جمع‌آوری شده را با تعریف ویژگی‌ها و ابعاد آن و نمودارهای توصیف کننده این ویژگی‌ها شروع کرد. در گام اول، واحدهای معنایی شناسایی شد. بعد از کدگذاری واحدهای معنایی و رسیدن به حد اشباع، (زمانی که از تحلیل متن یا مصاحبه‌های جدید، مقولات یا کدهای جدیدی به دست نیاید)، براساس مشابهت کدها به یکدیگر، مقوله بندی شدند شدند و در

نهایت ۲۳ مقوله از داده‌های کیفی پدیدار شدند. براساس مفاهیم و مقوله‌های جدول قبل، زمینه کدگذاری محوری فراهم شد که در جدول زیر آورده شده است. در کدگذاری محوری بین مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با هم ارتباط برقرار گردید. همان طور که ملاحظه می‌گردد این جدول حاوی ۲۳ طبقه بوده و هر یک از طبقات دربرگیرنده زیرطبقات و مفاهیم مربوط به خود است. این طبقات در جدول زیر از محورهای A تا W مشخص شده‌اند. در مرحله سوم از فرایند کدگذاری داده‌های گردآوری شده، مرتب سازی نهایی و خوشه بندی کلیه مفاهیم و کدهای محوری در ۲۲ طبقه صورت گرفته است. در مرحله آخر از فرایند تحلیل کیفی حاضر، یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل، حول محور هدف اصلی قرار گرفت و با پیوند دادن کدها (کدگذاری باز)، مفاهیم (کدگذاری محوری) مشخص شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان می‌دهد که از میان ۱۳۳ شاخص (گویه) موجود، ۲۳ مؤلفه اصلی قابل شناسایی است. بر اساس ادبیات، پیشینه و نظریه‌های موجود این مولفه‌ها در جدول زیر نام‌گذاری شده‌اند.

مولفه‌های شناسایی شده بر اساس ادبیات، پیشینه و نظریه‌های موجود

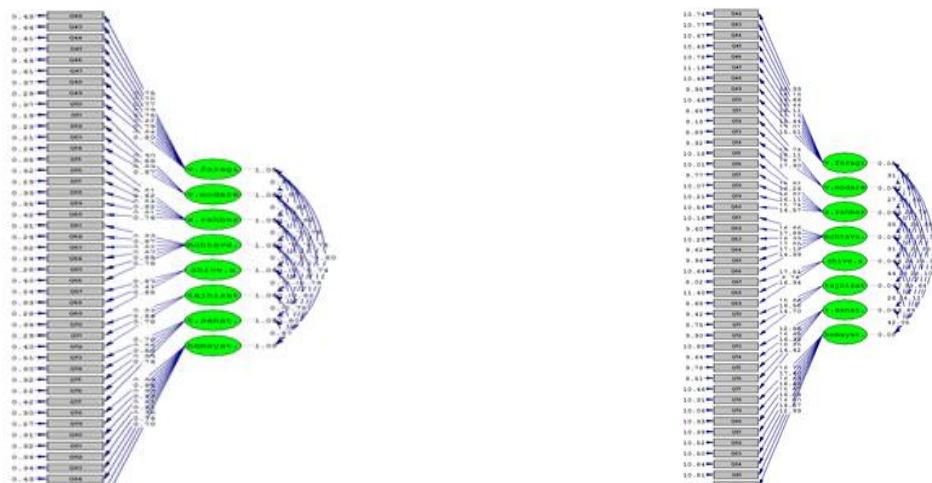
سازه	مؤلفه	تعداد گویه
آموزش کارآفرینانه	یادگیری انفرادی	۵
	کار انفرادی عملی	۶
	کار با افراد باتجربه	۶
	فعالیت گروهی	۵
	آموزش مجازی	۶
	یادگیری از طریق نرم افزار	۵
	آموزش در محیط واقعی	۵
	ایفای نقش و بازیهای کسب و کار	۳
عوامل اثرگذار	ویژگی های فردی فراگیران	۹
	ویژگی های فردی مدرسان	۴
	سبک رهبری و مدیریت	۶
	محتوای آموزشی	۶

سازه	مؤلفه	تعداد گویه
	شیوه آموزش	۳
	فضا و تجهیزات آموزشی	۳
	تعامل بین صنعت و دانشگاه	۵
	حمایت مدیر ارشد	۹
عوامل اثرپذیر	تعهد	۷
	رضایت	۵
	توانمندسازی کارکنان	۶
	خودکارآمدی کارکنان	۴
	نوآوری	۵
	عملکرد	۹
	چابکی سازمانی	۱۱

مدل عوامل اثرگذار توسط ۴۵ گویه اندازه‌گیری می‌شود. ابتدا، آزمون تحلیل عاملی بر روی عوامل اثرگذار انجام شد. برآوردهای پارامتر استاندارد شده در شکل زیر نشان می‌دهد که همه شاخص‌ها از لحاظ آماری معناداری هستند و بارهای عاملی آن در سطح بالایی قرار دارند. بررسی نتایج شاخص‌های برازش حاکی از برازش مناسب مدل می‌باشد.

مدل عوامل اثرگذار در حالت ضرایب معناداری ضرایب

شکل فوق مربوط به مدل نهایی عوامل اثرگذار است. مقدار کای اسکوئر بر درجه آزادی مدل حاضر ۲,۶۵ و مقدار RMSEA برابر ۰,۰۷۸ می‌باشد. در جدول زیر، مهم‌ترین و متداول‌ترین شاخص‌های برازش آورده شده است. همان‌گونه که در جدول دیده می‌شود، تقریباً تمامی شاخص‌ها کفایت آماری دارند. بنابراین، با اطمینان بسیار بالایی می‌توان دریافت محقق در مورد این شاخص‌ها به برازش کامل دست یافته است.



جدول ۴-۲۲: گزیده‌ای از شاخص‌های برازش مهم مدل ترسیمی

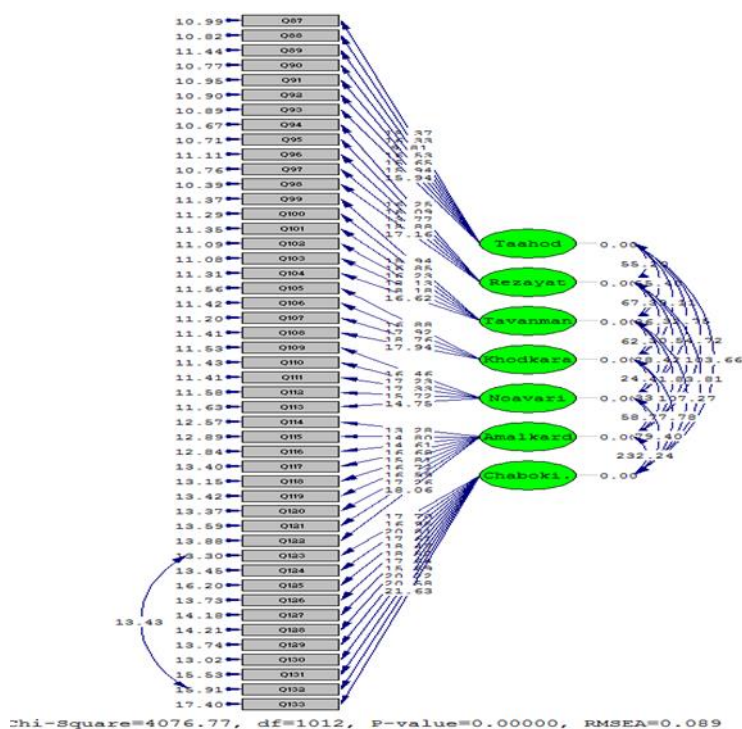
شاخص	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش (کای اسکوئر)	-	۲۴۳۵,۱۲	
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰,۹۵	بزرگتر از ۰,۹
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰,۹۳	بزرگتر از ۰,۹
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰,۹۷	بزرگتر از ۰,۹
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰,۰۷۸	کمتر از ۰,۱

- عوامل اثرپذیر

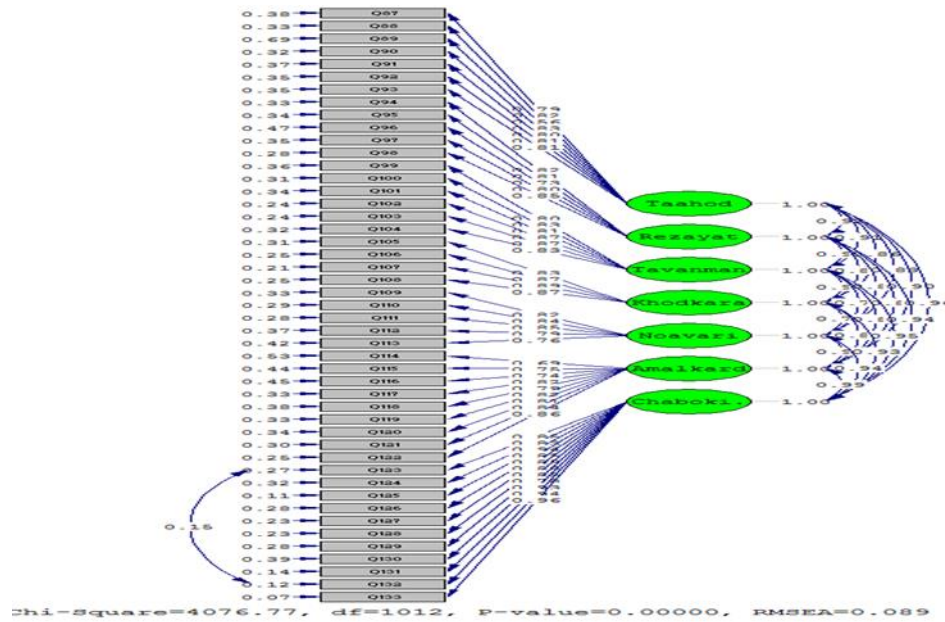
مدل عوامل اثرپذیر توسط ۴۷ گویه اندازه‌گیری می‌شود. ابتدا، آزمون تحلیل عاملی بر روی عوامل اثرپذیر انجام شد. برآوردهای پارامتر استاندارد شده در شکل زیر نشان می‌دهد که همه شاخص‌ها از

لحاظ آماری معناداری هستند و بارهای عاملی آن در سطح بالایی قرار دارند. بررسی نتایج شاخص‌های برازش حاکی از برازش مناسب مدل می‌باشد.

شکل زیر مربوط به مدل نهایی عوامل اثرپذیر است. مقدار کای اسکوئر بر درجه آزادی مدل حاضر ۴,۰۲ و مقدار RMSEA برابر ۰,۰۸۹ می‌باشد.



مدل عوامل اثرپذیر در حالت معناداری ضرایب



مدل عوامل اثرپذیر در حالت ضرایب استاندارد

در جدول زیر، مهم‌ترین و متداول‌ترین شاخص‌های برازش آورده شده است. همان‌گونه که در جدول دیده می‌شود، تقریباً تمامی شاخص‌ها کفایت آماری دارند. بنابراین، با اطمینان بسیار بالایی می‌توان دریافت محقق در مورد این شاخص‌ها به برازش کامل دست یافته است.

گزیده‌ای از شاخص‌های برازش مهم مدل ترسیمی

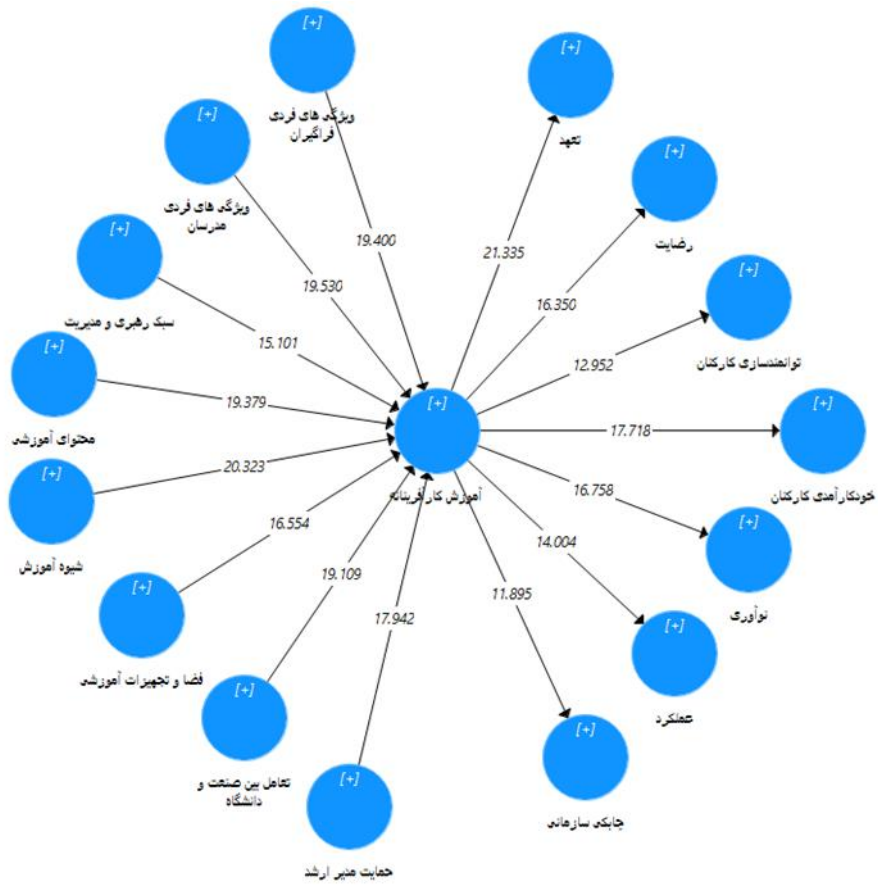
شاخص	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش (کای اسکوئر)	-	۴۰۷۶٫۷۷	
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰٫۹۴	بزرگتر از ۰٫۹
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰٫۹۱	بزرگتر از ۰٫۹
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰٫۹۶	بزرگتر از ۰٫۹
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰٫۰۸۹	کمتر از ۰٫۱

سپس مدل را که رابطه متغیر با سؤالاتش را نشان می‌دهد و در واقع همان تحلیل عاملی تأییدی است در حالت غیر استاندارد با نرم افزار پی ال اس بررسی می‌کنیم:

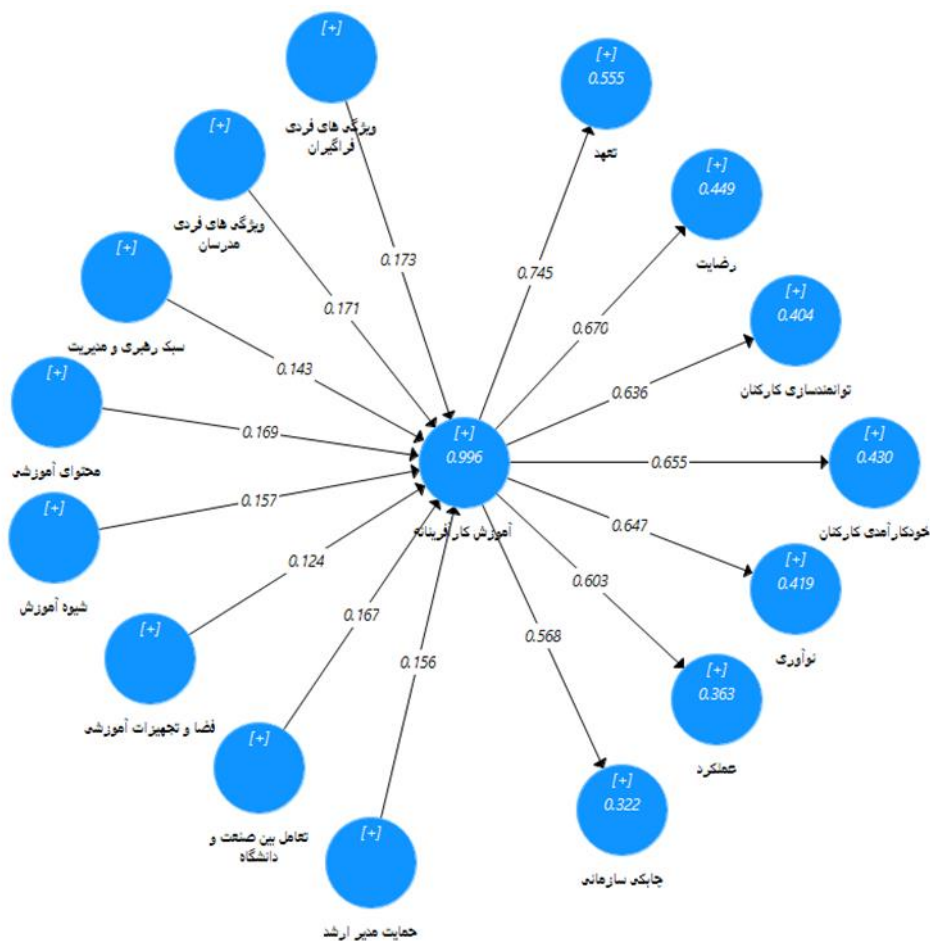
• چگونگی آزمون

در این نمودار اعداد و یا ضرایب به دو دسته تقسیم می‌شوند. دسته‌ی اول تحت عنوان معادلات اندازه‌گیری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان (دایره) و متغیرهای آشکار (مستطیل) می‌باشند. این معادلات را اصطلاحاً بارهای عاملی^۱ گویند. دسته‌ی دوم معادلات ساختاری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار می‌باشند و برای آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شوند. به این ضرایب اصطلاحاً ضرایب مسیر گفته می‌شود با توجه به مدل در حالت تخمین ضرایب می‌توان بارهای عاملی و ضرایب مسیر را برآورد کرد. بر اساس بارهای عاملی، شاخصی که بیش‌ترین بار عاملی را داشته باشد، در اندازه‌گیری متغیر مربوطه سهم بیشتری دارد و شاخصی که ضرایب کوچک‌تری داشته باشد سهم کمتری در اندازه‌گیری سازه مربوطه ایفا می‌کند. مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد سازه‌ها نشان می‌دهد.

1 Loading factor
2 Path coefficient



مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد



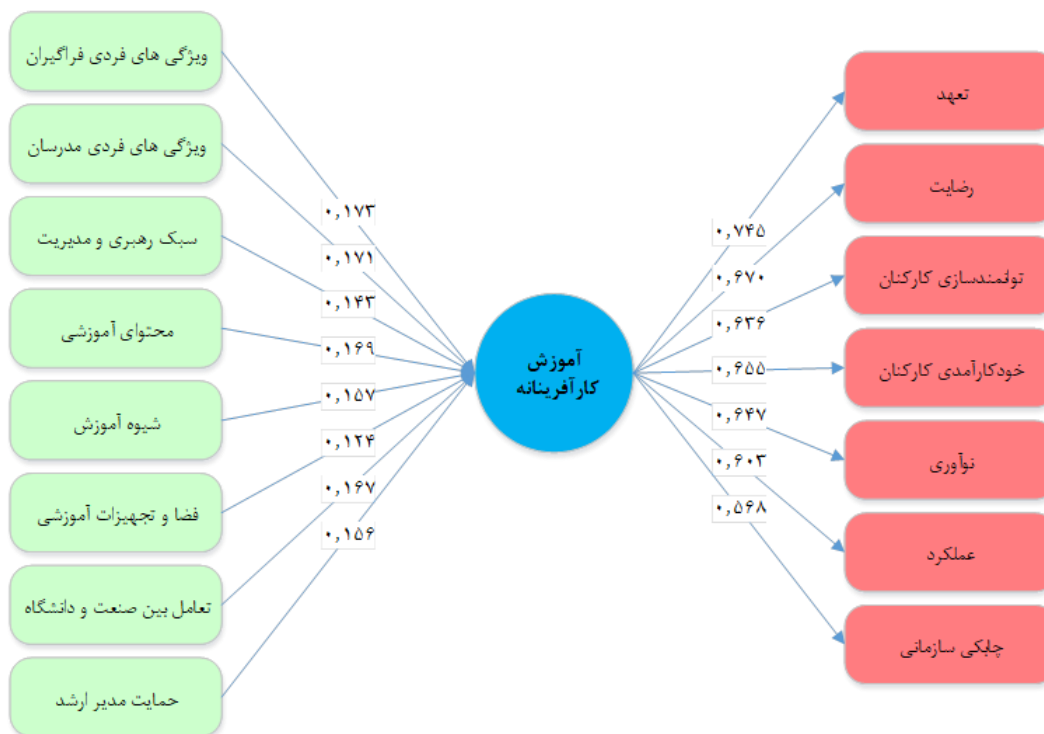
مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری ضرایب

در جدول زیر خلاصه ای از نتایج مدل مفهومی قابل مشاهده می باشد:

خلاصه ای از نتایج آزمون مدل مفهومی پژوهش

رتبه	نتیجه	ضریب معناداری	ضرایب استاندارد	متغیرها و مؤلفه‌ها
۱	پذیرش	۱۹,۴۰۰	۰,۱۷۳	ویژگی های فردی فراگیران
۲	پذیرش	۱۹,۵۳۰	۰,۱۷۱	ویژگی های فردی مدرسان

رتبه	نتیجه	ضریب معناداری	ضرایب استاندارد	متغیرها و مؤلفه‌ها
۷	پذیرش	۱۵,۱۰۱	۰,۱۴۳	سبک رهبری و مدیریت
۳	پذیرش	۱۹,۳۷۹	۰,۱۶۹	محتوای آموزشی
۵	پذیرش	۲۰,۳۲۳	۰,۱۵۷	شیوه آموزش
۸	پذیرش	۱۶,۵۵۴	۰,۱۲۴	فضا و تجهیزات آموزشی
۴	پذیرش	۱۹,۱۰۹	۰,۱۶۷	تعامل بین صنعت و دانشگاه
۶	پذیرش	۱۷,۹۴۲	۰,۱۵۶	حمایت مدیر ارشد
۱	پذیرش	۲۱,۳۳۵	۰,۷۴۵	تعهد
۲	پذیرش	۱۶,۳۵۰	۰,۶۷۰	رضایت
۵	پذیرش	۱۲,۹۵۲	۰,۶۳۶	توانمندسازی کارکنان
۳	پذیرش	۱۷,۷۱۸	۰,۶۵۵	خودکارآمدی کارکنان
۴	پذیرش	۱۶,۷۵۸	۰,۶۴۷	نوآوری
۶	پذیرش	۱۴,۰۰۴	۰,۶۰۳	عملکرد
۷	پذیرش	۱۱,۸۹۵	۰,۵۶۸	چابکی سازمانی



مدل مفهومی پژوهش

جمع بندی و نتیجه گیری

با بررسی سؤال اول پژوهش مبنی بر شناخت شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد آموزش کارآفرینانه، پس از تجزیه تحلیل داده‌ها براساس تحلیل عاملی معین شد که عوامل تشکیل دهنده آموزش کارآفرینانه شامل یادگیری انفرادی، کار انفرادی عملی، کار با افراد باتجربه، فعالیت گروهی، آموزش مجازی، یادگیری از طریق نرم افزار، آموزش در محیط واقعی، ایفای نقش و بازیهای کسب و کار می‌باشد. عوامل مؤثر بر آموزش کارآفرینانه شامل ویژگی‌های فردی فراگیران، ویژگی‌های فردی مدرسان، سبک رهبری و مدیریت، محتوای آموزشی، شیوه آموزش، فضا و تجهیزات آموزشی، تعامل بین صنعت و دانشگاه، حمایت مدیر ارشد می‌باشد و پیامدهای حاصل از آموزش کارآفرینانه شامل: تعهد، رضایت، توانمندسازی کارکنان، خودکارآمدی کارکنان، نوآوری، عملکرد، چابکی سازمانی می‌باشد.

نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از این است که در آموزش کارآفرینانه در شرکت ایران خودرو دیزل ویژگی‌های فردی فراگیران (۰,۱۷۳)، ویژگی‌های فردی مدرسان (۰,۱۷۱)، محتوای آموزشی (۰,۱۶۹)،

تعامل بین صنعت و دانشگاه (۰,۱۶۷)، شیوه آموزش (۰,۱۵۷)، حمایت مدیر ارشد (۰,۱۵۶)، سبک رهبری و مدیریت (۰,۱۴۳)، فضا و تجهیزات آموزشی (۰,۱۲۴) با توجه به بار عاملی آنها به ترتیب مؤلفه های بر آموزش کارآفرینانه تأثیر دارند.

پیامدهای نیز به ترتیب بار عاملی آنها شامل تعهد (۰,۷۴۵)، رضایت (۰,۶۷۰)، خودکارآمدی کارکنان (۰,۶۵۵)، نوآوری (۰,۶۴۷)، توانمندسازی کارکنان (۰,۶۳۶)، عملکرد (۰,۶۰۳)، چابکی سازمانی (۰,۵۶۸) می باشند.

به دلیل نقش و جایگاه کارآفرینی سازمانی در توسعه اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای پژوهشی، شمار بیشتری از سازمان‌ها را به فعالیت های کارآفرینانه، تشویق و هدایت نمایند. کارآفرینی سازمانی با مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و استفاده حداکثری از آنها در سازمان به عمل می آورد، پیشگامی آن سازمان را در تحولات اقتصادی و اجتماعی فراهم می سازد. تا کنون چابکی را چارچوبی جدید در محیط تولید می دانستند؛ که در مفهوم، گامی به جلو و ایجاد معانی جدید برای عملکرد بهتر و موفقیت در تجارت بوده و در عمل نیز رویکردی استراتژیک در تولید و در نظر گرفتن شرایط جدید محیط تجاری است. در محیط سازمانی نیز چابکی برای بقا و پیشرفت در محیط تغییر و عدم اطمینان، ساختارهای سازمانی را به گونه‌ای سازماندهی می کند که منعطف و نوآور باشند و بتوانند تصمیم‌گیری سریع را ارتقا دهند. تولیدکنندگان چابک نیز باید منابع انسانی سازمان را که بتوانند عدم اطمینان و تغییر را به رشد تبدیل کنند، حفظ کنند و به ایجاد سازمان‌های کارآفرین بپردازند. به منظور بررسی برازش مدل تدوین شده، به ترکیبی از شاخص‌های سه‌گانه یعنی شاخص‌های برازش مطلق، شاخص‌های برازش تطبیقی و شاخص‌های برازش مقتصد پرداخته شد

از آنجایی که مقادیر محاسبه شده GOF در هر دو مدل بزرگ‌تر از ۰,۳۶ بدست آمده، نشان از برازش مناسب مدل های پژوهش دارد، همچنین کلیه ضرایب مسیرها معنادار بوده و واریانس تبیین شده قابل قبول و همسانی درونی سازه‌ها بالای ۰,۰۵ می باشد.

برازش های مدل نشان دهنده اینست که مدل ارائه شده یک مدل نظری با مدل تجربی آن سازگاری دارد. این اعداد حاکی از اینست که مدل ارائه شده در واقعیت مورد پذیرش قرار می گیرد.

محدودیت های پژوهش

۱- محدودیت‌های در اختیار پژوهشگر

این پژوهش محدود به شرکت ملی بخش ایران خودرو دیزل می باشد و سایر نقاط کشور را در بر نمی گیرد.

این پژوهش تنها کارکنان شرکت ایران خودرو دیزل را مورد مطالعه قرار داده است. تعمیم پذیری پژوهش حاضر تنها به کارکنان شرکت ایران خودرو دیزل است. در این پژوهش، تنها از ابزار مصاحبه و پرسشنامه استفاده است و از ابزارهای دیگری مانند مشاهده، و ... استفاده نشده است.

۲- محدودیت های خارج از اختیار پژوهشگر

متغیرهای مزاحمی مانند، آموزش و فناوری اطلاعات و نظام اقتصادی و مالی در شرکت ایران خودرو دیزل مورد بررسی قرار نگرفتند.

وجود نداشتن کار پژوهشی مشابه در این زمینه، باعث شد تا پژوهشگر با وجود تلاش بسیار، موفق به پیدا کردن پژوهشی که به طور مستقیم به این موضوع پرداخته باشد، نشود.

هنجارهای فرهنگی و اجتماعی به عنوان متغیرهای مزاحم برای مدیریت سرمایه انسانی با رویکرد کارآفرینانه در نظر گرفته نشده بود.

پیشنهادهای پژوهش

۱- پیشنهادهای کاربردی

نتایج سؤال پژوهش نشان داد که عوامل مؤثر بر آموزش کارآفرینانه شامل: ویژگی های فردی فراگیران، ویژگی های فردی مدرسان، سبک رهبری و مدیریت، محتوای آموزشی، شیوه آموزش، فضا و تجهیزات آموزشی، تعامل بین صنعت و دانشگاه، حمایت مدیر ارشد می باشد. بر این اساس پیشنهادات زیرارائه می گردد:

ویژگی های فردی فراگیران:

به افراد در پذیرش انتقادهای اجتماعی به افراد در سازمان شجاعت دهید.

هوش هیجانی افراد در سازمان و قدرت پذیرش احساس های دیگران را افزایش دهید.

با توجه بیشتر به کارکنان حس مسئولیت پذیری بیشتر را در آنها بیدار کنید.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می شود که کارآفرینان سازمان علاوه بر تقویت مهارتهای ارتباطی خود در استخدام نیروهای سازمان، به ویژه در بخش بازاریابی، به مهارتهای ارتباطی آنان توجه ویژه داشته باشند؛ همچنین لازم است که کارآفرینان سازمان با استفاده از مهارتهای ارتباطی خود با مشتریان ارتباطات بیشتری برقرار کنند و از این طریق نیازهای آنان را شناسایی و این نیاز را به تمام نیروهای سازمانی انتقال دهند تا بتوانند نیروی محرکهای در سطح سازمان برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان ایجاد کنند؛

کارآفرینان سازمان علاوه بر استفاده از دانش خود در امر تولید، از مهارتهای ارتباطی خود در امر تحقیقات بازاریابی استفاده کنند و با جمعآوری اطلاعات مناسب و به موقع و گسترش آن اطلاعات در

سازمان خود در پرسنل شرکت انگیزه پاسخگویی مناسب به این اطلاعات را ایجاد کنند و از طریق کنشگرایی و تولید محصولات نوآورانه در پاسخ به نیازهای بالقوه مشتریان نسبت به رقبای خود در بازار پیشی بگیرند و در نتیجه باعث توسعه پایدار کارآفرینی سازمانی در شرکتهای خود و رشد سریع سازمانشان شوند.

پیشنهاد می‌شود ایجاد سازوکارهای تشویقی و انگیزشی از طریق تدوین مدل انگیزشی مناسب با کسب شایستگی و ارائه انگیزاننده به موقع و متناسب با شایستگی کسب شده؛ فراهم کردن شرایط و بستر اطلاعات و منابع مورد نیاز از طریق تعیین مسیر دسترسی یادگیرندگان به منابع اطلاعاتی و در دسترس بودن منابع برای پذیرفتن مسئولیت افراد مورد تاکید قرار گیرد.

پذیرش ریسک به عنوان خصیصه ای مثبت، حمایت از طرح های نوآورانه آزمایشی کوچک، استفاده از ایده های جدید کارکنان، اعتقاد به مدیریت مشارکتی در سازمان، تحمل انحراف از قواعد کارکنان، کارکنان و تفکر ایشان را در سازمان فعال و پویا نگه دارید، به ساختار سلسله مراتبی سازمان، حیاتی دوباره ببخشید، نسبت به شناسایی و پرورش قابلیت های کارآفرینی در کارکنان اهتمام بورزید، توسعه‌ی فرایندهای کارآفرینانه برای بخشی از کسب و کار یا کل آن مورد توجه سازمان قرار گیرد. تعامل بین صنعت و دانشگاه:

مدیران شرکت ایران خودرو دیزل زمینه کلاس‌ها و مشاوره‌های مناسب در مورد بازاریابی با هزینه‌های پایین را مهیا سازند تا از این طریق به تحقق ارتباط بیشتر بین دانشگاه و صنعت کمک کنند. افزایش همکاری شرکت ایران خودرو دیزل با دانشگاه و پژوهشگاه‌ها برای ارتقای بازاریابی داخلی، ارتقای سطح کارآفرینی سازمان به سمت انعطاف‌پذیر بودن، تسهیم اطلاعات بین کارکنان جهت ارائه عملکرد (بهره‌وری، مالی و توسعه کارکنان) بهتر، مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری استراتژیک، ایجاد محیطی برای تعامل کارکنان با یکدیگر به‌منظور توانمندسازی و ارتباطات کارکنان

یک گروه مشاور در زمینه ایجاد و برقراری سیستم های شبه کارآفرینانه در درون سازمان انتخاب و استخدام کنند. شرکت مشاوره ای به همراه مدیران شرکت به وضع قوانینی نظیر چگونگی مشارکت سایر بخش‌های شرکت (مثل تولید و فروش) در ضرر و زیان تولید یک محصول یا فرایند جدید در نقاطی که قرار است کارآفرینان فعالیت نمایند بپردازند. شرکت مشاوره ای به همراه مدیران شرکت بعنوان اعضای گروه اولیه سرمایه داران داخلی عمل می‌کنند و هدف آنان انتخاب نمودن پروژه‌های کارآفرینانه‌ای است که شرکت قصد دارد روی آن‌ها سرمایه‌گذاری نماید. شرکت مشاوره‌ای با همکاری مدیران، به شناسایی و ردیابی کارآفرینان بالقوه و نیز نوع مراودات و تعاملات آنان در درون سازمان بپردازد.

به مدیران پیشنهاد می‌گردد تا با در نظر گرفتن آموزش های ضمن خدمت و مسئلی از این قبیل که می‌تواند در بالا بردن فرهنگ و تسهیم دانش در سازمان نقش به سزایی داشته باشد بکوشند و اقدامات لازم را مبذول فرمایند تا سازمانی کارآفرین و فعال داشته باشند.

شرکت ها و سازمان ها، متناسب با بستر فعالیت خود، دوره ها و کارگاه های آموزشی را بر اساس دانش لازم برگزار کنند تا بین کارکنان بخش های سازمان احساس همراهی ایجاد شود و ایده های جدید ازسوی کارکنان ارائه و پیگیری شود.

برای افزایش توان توسعه دانش سازمان، بخش های تحقیق و توسعه در سازمان ها و شرکت ها ایجاد شود و توسعه یابد و رویکردهای جدی در جریان دانش سازمان تعیین شود. محتوای آموزش:

شرکت ایران خودرو دیزل به بازخوردی که از جانب امدادگران بابت کلاسهای آموزشی می‌گیرد اهمیتی داده و آنها را در جهت تقویت فرآیند آموزش مورد استفاده قرار دهد.

شرکت ایران خودرو دیزل به طور مرتب برنامه‌های اصلاحی دوره های آموزشی را به کار گیرد و از بارخوردها استفاده کند.

شرکت ایران خودرو دیزل به طور مستمر برنامه‌های آموزشی خود را غنی تر از دوره پیشین خود کند. مربیان آموزشی، فرصت پرسش و پاسخ های یادگیرندگان را در دوره آموزشی فراهم کنند.

حمایت مدیریت ارشد:

تشویق کارکنان و تشکر و قدردانی از زحمات کارکنان از جانب مدیر در افزایش اثربخشی کارکنان کمک مدیر به کارکنان در زمانی که به شدت به کمک نیاز دارند،

پاسخ به پرسش‌های کارکنان در کمترین زمان ممکن راه را برای شکار فرصت ها در سازمان ها برای آنها هموار می‌کند

تکیه کردن بر روی نکات مثبت کارکنان و اجازه دادن به آنها برای شرکت در جلسات بسیار مهم است. ویژگی‌های فردی مدرسان:

تدریس به گونه ای باشد که ترغیب، تشویق، ایجاد انگیزه در کارکنان ایجاد کند.

توانایی تشویق کارکنان به ایده پردازی را داشته باشد.

سبک رهبری و مدیریت:

سبک رهبری تحولی در سازمان توسط مدیر ارائه شود.

کارکنان در تصمیم گیری ها مشارکت داده شوند.

روحیه و فرهنگ کارآفرینی در سازمان ترویج شود.

شیوه آموزش:

کارکنان در مباحث آموزشی و استفاده از نظرات آنها (بحث و گفتگو) شرکت داده شوند. فیلم و اسلاید نمایش داده شود و کارگاه‌های آموزشی در سازمان برگزار گردد.

فضا و تجهیزات آموزشی:

فضای استاندارد کارگاهی در سازمان برای ارائه آموزش‌ها به صورت عملی در نظر گرفته شود. تجهیزات آموزشی کافی، به روز، مطابق با استانداردهای جهانی و متناسب در نظر گرفته شود.

پیامدهای فردی حاصل از مدیریت سرمایه انسانی با رویکرد کارآفرینانه شامل: تعهد، رضایت، توانمندسازی کارکنان، خودکارآمدی کارکنان، نوآوری، عملکرد، چابکی سازمانی می باشد. بر این اساس پیشنهادات زیرارائه می‌گردد:

تعهد کارکنان:

مدیران با ارائه پاداش به صورت مناسب، رقابت در سازمان را افزایش داده و باعث افزایش بهره‌وری کارکنان شده که این امر منجر به خدمات مناسب به مشتریان و در نهایت ارتقای عملکرد می‌گردد. تفویض اختیار از طریق ایجاد گروه‌های کاری خود گردان و با اعطای قدرت تصمیم‌گیری برای آنها عملی می‌شود. این کار باعث می‌شود کارکنان احساس مالکیت شخصی در سازمان بکنند تا آمادگی پذیرش نتایج مسئولیت‌ها را داشته باشند و روحیه اعتماد به نفس در آنها تقویت می‌شود. مشارکت می‌تواند موجب افزایش خلاقیت و دسترسی به اطلاعات برای برنامه‌ریزی شود. همچنین مشارکت می‌تواند درک، پذیرش و تعهد افراد را نسبت به برنامه‌ریزی‌ها افزایش دهد و تمایل به قبول مسئولیت بیشتر در فرآیند تصمیم‌گیری را تقویت کرده و نوآوری آنها را افزایش دهد. پاداش‌دهی به کارکنان احساس شخصیت می‌دهد و آنها را در ارائه عملکرد بهتر در سازمان برمی‌انگیزاند.

بکارگیری صحیح برنامه‌های مبتنی بر عملکرد، تغییرات سازمانی را بهبود و موقعیت مناسبی را برای سازمان و کارکنان به وجود می‌آورد.

رضایت کارکنان:

مدیران به ویژه مدیران ارشد شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی باید برنامه‌های کار آفرینانه همچون تقویت روحیه کارهای تیمی، حمایت از کار آفرینان، بهبود فضای کسب و کار و... را سرلوحه کار خود قرار دهند و بستر لازم را برای اجرا و تحقق آن در سازمان فراهم کنند و در صدد برطرف کردن موانع ساختاری و فرهنگی باشند که از اقدامات کارآفرینانه و نوآورانه در شرکت جلوگیری می‌کند.

توانمندسازی و توسعه کارکنان:

آموزش عنصر کلیدی تعالی پیامدهای راهبرد کارآفرینی سازمانی است که هم در خصوص منابع انسانی سازمان جاری است و هم در رابطه با مدیران. اگر برنامه های آموزشی و یادگیری سازمانی، در بدنه کارشناسی و مدیران سازمان نهادینه و در نظام انگیزشی ایشان اثر گذارد، می تواند در افزایش کیفیت پیامدهای حاصل از رخداد راهبرد کارآفرینی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی مؤثر باشد.

خودکارآمدی کارکنان:

ضرورت وجود بخش های تحقیق و توسعه به عنوان یک نهاد در سازمان هاست که البته می بایست به تأمین نیروی انسانی متخصص و نیز متجانس با اهداف تحقیق و توسعه برای این نهادها، توجه ویژه کرد.

نوآوری:

در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی بایستی با استفاده از برگزاری دور ههای آموزشی و برجسته کردن برخی از خصیصه های اخلاقی در سازمان بسترهای لازم را جهت افزایش چابکی و سوق دادن اعضای سازمان به سمت ابتکار و نوآوری فراهم آورند.

عملکرد:

وجود صندوق های حمایت از سرمایه گذاری و کارآفرینی و استقبال رئیس سازمان از این صندوق ها که باعث افزایش احتمال کارآفرینی در سازمان شود.

افزایش درصد حقوق کارمندان در سازمان باعث انگیزه و بروز خلاقیت و کارآفرینی آنها می شود.

فراهم ساختن امکانات چند رسانه ای، ارتباطی، اطلاعاتی و شبیه سازهای سازمان که فرصت های یادگیری را برای یادگیرنده تسهیل و کنترل او را بر فرآیند یادگیری افزایش دهد.

بر یادگیری فعال، مشارکتی و کارگروهی به طور کلی و بارویکرد اکتشافی توجه شود.

چابکی سازمانی:

سازمان های جست و جو گر چابکی باید با تغییرات ناگهانی، به سادگی از پا در نیایند و از عوامل ایجاد و ارتقای چابکی که عبارتند از: آگاهی، انعطاف پذیری و بهره وری در سازمان است بهره برند. چنین سازمانی توام با کاهش غیبت، تأخیر، ترک خدمت کارکنان و در نهایت نیروی انسانی وفادار همراه خواهد بود.

۲- پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی

پیشنهاد می گردد از روش پژوهش کیفی دلفی برای بررسی مؤلفه های آموزش کارآفرینانه برای این پژوهش استفاده شود.

متغیرهایی مانند آموزش و فناوری اطلاعات و نظام اقتصادی و مالی در شرکت ایران خودرو دیزل نیز مورد بررسی قرار گیرند.

پژوهشی با هدف پیاده سازی و ارزشیابی مدل پیشنهادی انجام پذیرد و موانع پیش رو مورد تحلیل قرار گیرد.

از هنجارهای فرهنگی و اجتماعی به عنوان متغیر مداخله گر استفاده شود.

پیشنهاد می گردد پژوهشی با عنوان الگوی آموزش کارآفرینانه برای سایر سازمانها نیز طراحی شده و با هم مقایسه شوند.

پیشنهاد می گردد پژوهشی با عنوان الگوی آموزش کارآفرینانه با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری طراحی شود.

پیشنهاد می گردد پژوهشی با عنوان مراحل و مؤلفه های آموزش کارآفرینانه با استفاده از روش تاپسیس و ... رتبه بندی شود.

پیشنهاد می گردد پژوهشی با عنوان ارائه الگوی آموزش کارآفرینانه با استفاده از نظریه داده بنیاد طراحی شده و با هم مقایسه شوند.

منابع

- احمدپور داریانی (۱۳۸۰)، کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی، مجموعه مقالات همایش کارآفرینی و فناوری های پیشرفته تهران، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، محمد (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات فراندیش.
- احمدپور محمود و همکاران (۱۳۷۸)، پروژه بررسی تجارب موفق، سیاستها و برنامهها و اقدامات ده کشور جهان در زمینه توسعه و ترویج کارآفرینی.
- آقاجانی، علی اکبر و مدهوشی، مهرداد (۱۳۸۶)، بررسی و تبیین موانع داخلی کارآفرینی سازمانی، تهران، همایش ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده.
- سخدری، کمال و فروزانفر، حمید (۱۳۹۷)، عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی، مقاله ارائه شده در دومین کنفرانس بین المللی مدیریت کسب و کار.
- الوانی، سید مهدی و همکاران (۱۳۹۵) عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه صنایع غذایی) فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، شماره ۸۲.
- پرهیزگار، محمد مهدی، درینی، محمدولی، آقاجانی افروزی، علی اکبر (۱۳۹۱)، مدل یابی کارآفرینی سازمان در بانک رفاه کارکنان استان مازندران، برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۱۳، صص. ۱۹۱-۲۲۲.
- دامغانی، مریم، عبدلی، غلامرضا، بهمن پور، هومن (۱۳۹۶)، بازشناسی دیدگاه کارشناسان و فعالان محیط زیست نسبت به جایگاه حقوقی و نقش سازمان های مردم نهاد (NGOs) محیط زیستی در کشور، مدیریت توسعه، شماره ۶، صص. ۹-۲۲.

- رضوانی، مهران. یدالهی فارسی، جهانگیر، واحدوحدت کار، مهدی (۱۳۸۹). پیامدهای راهبرد کارآفرینی سازمانی در سازمانهای عمومی غیردولتی، چشم انداز مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۴، صص. ۱۴۲-۱۱۹.
- رستمی، ولی؛ حسینی پور، سید مجتبی. (۱۳۸۸). سازمانهای غیردولتی. فصلنامه حقوق، مجله دانشکدهی حقوق و علوم سیاسی، دوره ۳۹، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۸، صص ۲۱۱-۱۹۱.
- رضوانی قوام آبادی، محمد حسین (۱۳۹۴)، مطالعه تطبیقی وضعیت حقوقی سازمان‌های مردم نهاد در ایران و فرانسه؛ از تاسیس تا فعالیت، مطالعات حقوق تطبیقی، شماره ۱۰، صص. ۵۴۱-۵۶۸.
- Adams, Lewis M. (1968), webster`s new dictionary, Book Inc., publishers :New York Entrepreneurship and venture.
- Austin, J.; Stevenson, H.; Wei-Skillern, J. (2006), Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? Entrepreneurship theory and practice, 30 (1): 1-22.
- Bornstein, D. (2004), How to change the world? , ISF 100E, Cambridge.
- Cherrier, Helene, Goswami, Paromita, Ra, Subhasis (2017), Social entrepreneurship: Creating value in the context of institutional complexity, Journal of Business Research, 10: 1-14.
- Dees J, Emerson J, Economy P (2001), Enterprising Nonprofits.
- Drucker, Pete, F. (2007), Innovation and Entrepreneurship.
- Entrepreneurship in vocational schools: Turkey case, Procedia Social and Behavioral Sciences, 2: 1849-1854.
- Harris, Jared D., Sapienza, Harry J., Bowie, Norman E. (2009), Ethics and entrepreneurship, Journal of Business Venturing, 24: 407-418.
- Hsu, Chin-Chun, Tan, Keah Choon, Laosirihongthong, Tritos, Leong, Keong (2011), Entrepreneurial SCM competence and performance of manufacturing SMEs, International Journal of Production Research, 49(22): 6629-6649
- Jackson, Chad, Eyal ori & Inbar Dan (2003), developing a public School entrepreneurship inventory, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 9(6).
- Koh Hian, chye (1996), Testing hypothesis of entrepreneurial characteristics, Journal of Managerial Psychology, 11(3).
- Kuratko, G., McMullen, Jeffery, S., Hornsby, Jeffrey S. (2017), Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale, Business Horizons: 60, 271-283.
- MEYER, CARRIE A. (1995), Opportunism and NGOs: Entrepreneurship and Green North-South Transfers, World Development, 23(8): 1277-1289.
- Morris Michael & Lewis Pamela (1995), The determinants of entrepreneurial activity: implication for marketing, European Journal of Marketing, 29(7).
- Morrison Alison (2000), Entrepreneurship: What triggers it? International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(2).

- Prokopenko Joseph & Pavlin Igor (1991), Entrepreneurship development in public enterprises, Geneva: International Labour office.
- Rosenbloom David (1989), public Administration: understanding Management politics and law in the Public sector, Random House.
- Seeling Tina (2003), High Technology Entrepreneurship Education: STVP and REE, Sao Paulo: Stan fird Technology Ventures Program.
- Soysekerici, Serhat, Erturgut, Ramazan (2010), Improvement of non-governmental organization entrepreneurship in vocational schools: Turkey case, Elsevier Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2(2): 1849-1854.