

## نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه کارآفرینی به‌منظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع دستی روستایی

مرتضی اکبری\* - استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران  
رضا غلامزاده - کارشناس ارشد دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران  
زهرا آراستی - دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۲۵ پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۲/۹

### چکیده

تجربیات توسعه روستایی در کشورها نشان می‌دهند که توسعه روستایی فقط با تزریق سرمایه و فناوری محقق نمی‌شود و عوامل بسیاری در این زمینه مؤثرند. یکی از عواملی که امروزه به‌عنوان راهکار اساسی در توسعه روستایی شناخته می‌شود، توجه به آموزش‌های کارآفرینی به جوانان روستایی است. هدف پژوهش حاضر، نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی در زمینه کارآفرینی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع دستی روستایی بود. در تحقیق حاضر از روش کمی استفاده شد. جامعه آماری تحقیق، جوانان روستایی شهرستان ورامین بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۳۸۰ نفر انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای بود که براساس مطالعات نظری و مصاحبه با کارآفرینان نوپا تدوین شد و روایی آن از طریق روایی صوری و محتوایی محاسبه شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد و نشان داد که شاخص‌های تحقیق پایایی نسبتاً مناسبی دارند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS18 تحلیل شدند. نتایج نشان دادند که در بعد دانشی نیازهای بازاریابی و روش‌های تأمین مالی؛ در بعد مهارتی، فعالیت با منابع محدود و توانایی ارائه مطلب و در بعد نگرشی؛ خودآگاهی و پشتکار اولویت‌های نخست را به خود اختصاص دادند. طبق نتایج به‌دست‌آمده، جوانان در هر سه بعد نیازمند آموزش هستند و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان آموزشی باید به آن توجه کافی داشته باشند.

**کلیدواژه‌ها:** جوانان روستایی، دانش، مدل بوریچ، مهارت، نگرش، نیازسنجی.

## مقدمه

اگرچه فقر مشکلی جهانی است، بروز بیشتر آن در بخش روستایی باعث شده است که به‌عنوان مهم‌ترین مشکل نواحی روستایی مطرح شود (Chamhuri, 1996). روستاها با داشتن مواهب طبیعی، از امکانات مناسب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی‌بهره‌اند و معمولاً از مناطق محروم به‌شمار می‌آیند. محرومیت از امکانات سبب مهاجرت‌های گسترده روستاییان به شهرها برای جست‌وجوی کار و زندگی بهتر می‌شود. سرشماری‌های صورت گرفته در کشور ما نشان می‌دهند که مهم‌ترین علل مهاجرت، جست‌وجوی کار و انتقال شغلی است. از سوی دیگر، متوسط نرخ رشد جمعیت در مناطق روستایی در طول سال‌های گذشته منفی بوده و آمارهای مربوط به جمعیت شاغلان جامعه روستایی نشان می‌دهند که در ۵۵ سال گذشته به‌رغم رشد بسیار زیاد جمعیت فقط ۲ میلیون نفر به جمعیت شاغلان روستایی اضافه شده و نرخ بیکاری جوانان روستایی از ۱۲/۵ درصد در سال ۱۳۸۶ به ۱۷/۷ درصد در سال ۱۳۹۰ رسیده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱). این شرایط در شهرستان ورامین نیز مشاهده می‌شود و وقوع آن سبب کاهش تعداد روستاهای دارای سکنه و افزایش مهاجرت و سطح بیکاری روستایی شده است. این وضعیت، شهرستان را با مشکلات جدی اعم از رشد حاشیه‌نشینی و کاهش تولیدات روستایی مواجه کرده است. در پژوهش حاضر، شهرستان ورامین به‌عنوان محل اجرای تحقیق در نظر گرفته شد.

تجربیات توسعه روستایی در کشورهای مختلف جهان در چند دهه گذشته نشان می‌دهند که توسعه روستایی صرفاً با تزریق سرمایه و فناوری محقق نمی‌شود و عوامل زیادی در این زمینه ایفای نقش می‌کنند. یکی از این عوامل که امروزه به‌عنوان راهکار اساسی در توسعه روستایی معرفی می‌شود، توجه به کارآفرینی و تقویت روحیه کارآفرینی میان روستاییان است (حسینی و سلیمان‌پور، ۱۳۸۵). همان‌طور که بیان شد، آموزش کارآفرینی از اصلی‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی است، اما نکته مهم این است که پیش از ارائه آموزش کارآفرینی به جوانان روستایی باید نیازسنجی آموزشی صورت گیرد و اهداف آموزشی و

نیازهای مخاطبان تعیین شوند. تحقیقات نشان می‌دهند که تعیین نیازهای آموزشی فراگیران باید با مشارکت فراگیران صورت گیرد (Fell, 1999) و مشارکت فراگیران در مراحل مختلف برنامه‌ریزی و نیازسنجی، پذیرش ایده‌ها و تجربه‌های ارائه‌شده را تقویت می‌کند (King & Rollins, 1999). به‌همین دلیل لازم است در سنجش وضعیت موجود هریک از شاخص‌های شایستگی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینان روستایی، جوانان روستایی به‌عنوان مخاطبان دوره آموزش کارآفرینی مشارکت داشته باشند. با توجه به اینکه در کمتر تحقیقی به مسئله نیازهای جوانان روستایی در زمینه کارآفرینی و به‌ویژه در حوزه صنایع دستی پرداخته شده، پرسش پژوهش حاضر این است که: «نیازهای آموزشی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه کارآفرینی در حوزه صنایع دستی چیست؟». هدف تحقیق حاضر نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه کارآفرینی به‌منظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع دستی روستایی بود و اهداف اختصاصی تحقیق به این شرح‌اند:

- اولویت‌بندی نیازهای جوانان روستایی در سه حوزه دانش، نگرش و مهارت؛ و
- شناسایی تفاوت در میزان نیاز آموزشی در ابعاد دانش، نگرش و مهارت جوانان روستایی با توجه به تغییر سن مخاطبان.

## مروری بر پیشینه مطالعات

### کارآفرینی روستایی

در همه‌جای دنیا و به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه، اصلی‌ترین کسب‌وکارها در اختیار روستاییان قرار دارد و آنها اصلی‌ترین کنشگران اقتصاد کشورهای خود به‌شمار می‌آیند (Poza, 2007). با این حال، اغلب آنها خصوصیتی مانند درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و ثبات در برابر تغییرات دارند (Hall et al., 2001) و به‌همین دلیل تمایلی به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی ندارند (Johannisson, 2002). شیوه زندگی اغلب روستاییان سنتی و معیشتی است، که مانع از نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی می‌شود (Habbershon et al., 2006) و سرپرستان

خانوار در قالب شیوه‌ها و الگوهای سنتی کسب‌وکار فعالیت می‌کنند (Hall et al., Nordqvist, 2001).

کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد سازمانی جدید که تولیدی جدید یا خدماتی تازه را معرفی، یا بازار جدیدی را به‌وجود آورد یا از فناوری جدید در محیط روستایی استفاده کند (Heriot & Campbell, 2002). از نظر ریگان، کارآفرینی روستایی فراهم‌کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبوددهنده کیفیت زندگی و کمک‌کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد است (Reagan, 2002). اهمیت کارآفرینی در توسعه روستایی در این است که فرد کارآفرین می‌تواند با شناسایی فرصت‌ها و مشکلات موجود، به ابداع راهکارهای نوین در جهت رشد و توسعه همت گمارد. بدین ترتیب کارآفرینی می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و بهره‌برداری بهینه از منابع، نقش مهمی در توسعه روستایی داشته باشد (حسینی و سلیمان‌پور، ۱۳۸۵) کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای کارآفرینان ایجاد کند تا درآمد و سرمایه خود را افزایش دهند و با ایجاد مؤسسات جدید و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، استانداردهای زندگی در جوامع روستایی را بهبود بخشد (Henley, 2002). برخی از صاحب‌نظران با توجه به ماهیت محیط روستا، فرایند کارآفرینی روستایی را شامل سه مرحله می‌دانند: درک یا ایجاد یک فرصت اقتصادی؛ عملیاتی کردن فرصت اقتصادی؛ و پیامدها و نتایج کارآفرینی (Stathopoulou et al., 2004). مرحله درک یا ایجاد فرصت اقتصادی به فعالیت‌های کارآفرین برای تشخیص یا ایجاد فرصت اقتصادی جدید اشاره دارد. مرحله تأسیس کسب‌وکار، تصمیم کارآفرین را برای اجرا و تحقق فرصت به‌دست‌آمده و واقعیت‌بخشی به آن به‌تصویر می‌کشد. در مرحله سوم، کارآفرین به ارزشیابی و ارزیابی عملکرد کسب‌وکار جدید برحسب اهداف و انتظارات خود می‌پردازد (Greenbank, 2001). پترین (۱۳۸۱)، کارآفرینی روستایی را مجموع این سه گزاره تعریف می‌کند: نیرویی که سایر منابع را برای پاسخ‌گویی به تقاضاهای بی‌پاسخ در بازار بسیج می‌کند؛ توانایی خلق و ایجاد

چیزی از هیچ را دارد؛ و فرایند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت.

### آموزش کارآفرینی

بررسی‌های انجام‌شده روی مطالعات تجربی نشان می‌دهند که کارآفرینی را می‌توان آموزش داد یا دست‌کم از طریق آموزش آن را توسعه و بسط بیشتری داد (Gorman, 1997). تحقیقات نشان می‌دهند که کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است. نخستین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند انگلیس، امریکا و ژاپن بودند (فیض، ۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی به برنامه‌هایی اشاره دارد که دانش و آگاهی‌های مربوط به کارآفرینی را برای اهداف شغلی ارتقا بخشد و مهارت‌هایی را فراهم کند تا افراد بتوانند با اعتمادبه‌نفس و آگاه به فرصت‌ها، توانایی راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید را به‌دست آورند (حسن مرادی، ۱۳۸۵). به‌طور کلی آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گراست که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه به‌صورتی خلاق تربیت می‌شوند (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۱۳۸۷) این نوع آموزش در واقع فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز به‌منظور راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار استفاده می‌شود (Jones & English, 2004) و می‌تواند منجر به بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیرکارآفرین شود (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵).

باید به این نکته توجه کرد که گستره آموزش کارآفرینی با توجه به زمینه فرهنگی هر کشور متفاوت است (Lee & Peterson, 2000) و با توجه به شرایط شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزش کارآفرینی، نوع آموزش‌ها و میزان اهمیت آنها متفاوت خواهد بود. بسیاری از صاحب‌نظران در تحقیقات خود بر اهمیت آموزش کارآفرینان روستایی به‌عنوان مؤثرترین روش برای کمک به افزایش آگاهی و همچنین توسعه کسب‌وکارهای کوچک تأکید کرده‌اند (Heritot, 2002). آموزش کارآفرینی روستایی، سرمایه‌گذاری‌ای پربازده در فرایند توسعه - به‌ویژه توسعه

انسانی- در بخش کشاورزی و روستایی است (Simpson et al., 2002). راه‌اندازی و اداره یک واحد اقتصادی فعال در روستا مستلزم آشنایی با طیف وسیعی از دانش‌ها و مهارت‌هاست و روستاییان اغلب سطح مهارت پایینی در این زمینه دارند. از این رو لازم است تا این موارد از طریق آموزش به ایشان منتقل شود. با این حال، برگزاری دوره‌های آموزشی در صورتی اثربخش خواهد بود که به‌منظور پاسخ به نیازی شناخته‌شده و تحقق هدفی معین برنامه‌ریزی، سازماندهی و اجرا شود (عباس‌زادگان، ۱۳۷۹). با وجود اینکه فقدان آموزش مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینی مهم‌ترین دلیل شکست کسب‌وکارهای کوچک به‌شمار می‌آید، نخستین گام در توسعه کارآفرینی، شناسایی نیازها و آموزش مهارت‌های کارآفرینی است (Ladzani & Vuuren, 2002).

تعیین اهداف آموزش کارآفرینی پیش از طراحی و برگزاری دوره آموزشی، اهمیت بسیاری دارد. در این زمینه صاحب‌نظران اهداف متعددی را بیان کرده‌اند. اهداف آموزش کارآفرینی را می‌توان کسب دانش مربوط به کارآفرینی، تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی، القای مخاطره‌پذیری و تقویت نگرش‌ها برای پذیرش تغییر دانست. اهداف افراد از شرکت در دوره‌ها و نوع نیازهای مهارتی و علمی آنها نیز می‌تواند متفاوت باشد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۳). فایول (۲۰۰۶) اهداف آموزش کارآفرینی را به دو دسته تقسیم کرد و با مفهوم آموزش<sup>۱</sup> و یاددهی<sup>۲</sup> به توضیح آن پرداخت. وی از بعد یاددهی برای ارائه دانش و مهارت به مخاطبان استفاده کرد و از بعد آموزش، برای توصیف توسعه ظرفیت‌های ذاتی و همچنین تحریک رشد روحی و اخلاقی. فایول بیان کرد که در آموزش کارآفرینی باید به هر دوی این مفاهیم توجه شود و این ابعاد در برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید ترکیب شوند. مطالعه مواسالویبا نشان می‌دهد که مهم‌ترین اهداف کارآفرینی به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از:

- 
1. Educate
  2. Teach

تقویت روحیه کارآفرینی، شروع کسب‌وکار، خدمت به اجتماع و برانگیختن مهارت‌های کارآفرینی (Mwasalwiba, 2008).

در مطالعه‌ای دیگر مدلی از آموزش کارآفرینی ارائه شد که در آن اهداف تدریس در محورهای یادگیری مفهوم کارآفرینی، یادگیری فرایند کارآفرینی، و یادگیری کارآفرین شدن نشان داده شدند (Hytti & O'Gorman, 2004). لوژکیو محتوا و مراحل آموزش کارآفرینی را به دو گام تقسیم کرد: نخست، خصوصیت‌های کارآفرینی و مهارت‌های پروژه شامل مدیریت پروژه، کارآفرینی درونی، نوآوری، بازاریابی و ارتباطات و دوم، مهارت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی شامل رهبری، شبکه‌سازی، برنامه‌ریزی اقتصادی و برنامه‌ریزی استراتژیک بنگاه (Luczkiw, 2008). کمیسیون آموزش اروپا با تحلیل آموزش‌های کارآفرینی ارائه‌شده در کشورهای اروپایی، در گزارش خود در سال ۲۰۱۲ هدف نهایی آموزش کارآفرینی را در سه بعد نگرش، دانش و مهارت بیان کرد (EC, 2012). با توجه به مطالعات ذکرشده، در پژوهش حاضر برای نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی در زمینه کارآفرینی از مدل کمیسیون اروپایی آموزش (EC, 2012) و در ابعاد دانش، نگرش و مهارت استفاده شد.

### نیازسنجی آموزشی

آموزش در بخش کشاورزی و روستایی، سرمایه‌گذاری‌ای پربازده در فرایند توسعه به‌ویژه توسعه انسانی است و در صورتی کارآمد خواهد بود که متناسب با نیازهای واقعی بهره‌برداران و منطبق با شرایطی خاص، همراه با بازدهی و کارایی معقول باشد. اعتقاد بر این است که برای طراحی نوعی برنامه‌ریزی آموزشی اثربخش و کارآمد، لازم است که آموزش از جنبه‌های گوناگون پاسخ‌گوی نیازهای فراگیران باشد تا آنها انگیزه لازم را برای شرکت فعال در آموزش داشته باشند (عمانی و چیدری، ۱۳۸۱). هر برنامه آموزشی و درسی برای ایجاد تحول و تغییر در وضعیت موجود طراحی و اجرا می‌شود. از این رو گام آغازین در فرایند برنامه‌ریزی، شناسایی اهداف یا نقاط مطلوب است. اهداف عموماً ریشه در نیازها دارند. بنابراین برای طراحی و اجرای

برنامه‌های واقع‌بینانه و اثربخش، ضروری است که نیازها دقیقاً سنجیده و براساس آنها اهداف ویژه برنامه تدوین شوند؛ سپس مجموعه اقدامات و وسایلی که به بهترین وجه نیازها را محقق می‌سازند پیش‌بینی شوند (فتیحی و اجارگاه، ۱۳۷۵).

نخستین و اساسی‌ترین گام در طراحی و برگزاری فعالیت‌های آموزشی و ترویجی اثربخش، برنامه‌ریزی صحیح و مبتنی بر فرایند نیازسنجی است (Reviere, 2001; Etling, 1995). نیازسنجی عبارت است از فرایند جمع‌آوری و ایجاد توافق بین نظر افراد و گروه‌ها درخصوص نیازهای آنان. تعیین نیاز آموزشی، نقطه آغازین هر نوع آموزشی است و تدوین برنامه‌های آموزشی منوط به سنجش و شناسایی نیازهاست (Thomas & Davies, 2006). نیازسنجی، شالوده و اساس برنامه‌های آموزشی - ترویجی به‌شمار می‌رود و این برنامه‌ها در صورتی می‌توانند به موفقیت دست یابند که برپایه نیازسنجی و با در نظر گرفتن نیازها، علایق و مسائل واقعی مخاطبان پی‌ریزی شده باشند (Chizari et al., 1999). در برنامه‌های آموزشی - ترویجی، نیاز آموزشی به‌عنوان اختلاف بین یک هدف آموزشی و عملکرد فراگیر در ارتباط با آن هدف تعریف می‌شود (Borich, 2001). مزیت عمده نیازسنجی این است که حدس، گمان و تعبیر و تفسیر را از اطلاعات موجود درخصوص نیازها دور می‌سازد و تغییراتی را که مداوم در الگوهای زندگی و رفتار مردم در حوزه‌های مختلف پدید می‌آیند، شفاف می‌کند (Neuber, 1995). یکی از دلایلی که ضرورت تعیین نیازهای آموزشی را توجیه می‌کند این است که تا سرحد امکان اطمینان حاصل شود که هم محتوا و روش‌های آموزشی و هم سطحی که برای تدریس موضوع انتخاب می‌شود، مناسب‌ترین باشد (Swanson et al., 1997).

اعتقاد بر این است که در طراحی یک برنامه‌ریزی آموزشی اثربخش و کارآمد، آموزش باید از جنبه‌های گوناگون - از جمله شرایط روحی و فیزیکی - پاسخ‌گوی نیازهای فراگیران باشد تا آنها انگیزه لازم را برای شرکت فعال در آموزش داشته باشند (Simpson et al., 2002). تحقیقات نیز قویاً نشان می‌دهند که تعیین نیازهای آموزشی فراگیران باید با مشارکت فراگیران باشد و این مشارکت در مراحل گوناگون برنامه‌ریزی و نیازسنجی، پذیرش ایده‌ها و تجربه‌های

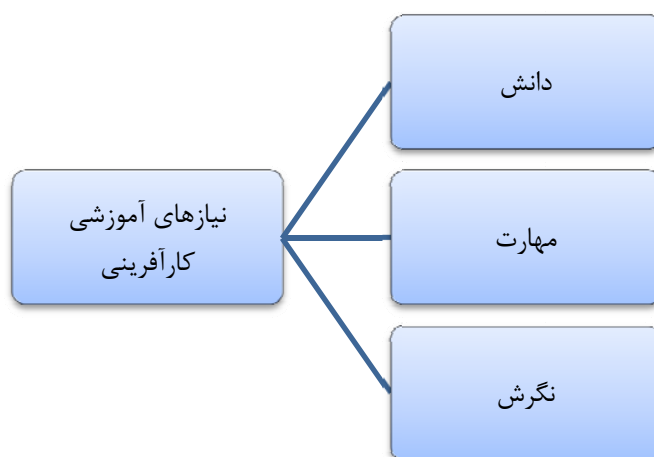


ارائه شده را تقویت می‌کند (King & Rollins, 1999). به همین منظور در پژوهش حاضر سعی شده است تا ضمن استفاده از نظر و ایده جوانان روستایی، از هرگونه ایده‌پردازی تئوریک و دور از واقعیت پرهیز شود و زمینه پذیرش این آموزش در مناطق روستایی نیز ایجاد گردد.

### پیشینه پژوهش

در این بخش با توجه به هدف اصلی پژوهش و با در نظر گرفتن محدوده موضوعی تحقیق، نتایج برخی از مهم‌ترین مطالعات مرتبط تجربی انجام شده در داخل و خارج از کشور مرور شده است. همان‌طور که بیان شد، در خصوص نیازهای آموزشی در زمینه کارآفرینی تحقیقات اندکی انجام شده است.

با توجه به مطالب ذکر شده در بخش‌های پیشین و مسئله اصلی پژوهش، تحقیق حاضر با هدف نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه کارآفرینی به منظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع‌دستی روستایی، براساس مدل مفهومی شکل ۱ انجام شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های مرتبط

نتایج	محقق
نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی با آموزش مقوله‌های دیگری نظیر اشتغال، تفاوت دارد؛ چراکه آموزش چگونگی ایجاد یک کسب‌وکار جدید و همچنین پیشبرد و ادامه آن یا فعالیت‌های مدیریتی مرتبط با کسب‌وکار است. طبق نتایج این پژوهش، ابعاد مدیریت منابع انسانی، مدیریت اطلاعات و فناوری، مدیریت بازاریابی، مدیریت امور عملیاتی، مدیریت ریسک، مدیریت راهبردی و مدیریت مالی به‌ترتیب در اولویت‌های اول تا هفتم قرار دارند.	عبدالله‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸
نتایج این تحقیق که با هدف نیازسنجی آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان انجام شده است، نشان می‌دهند که بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه بازاریابی و آشنایی با بازاریابی بین‌الملل است و کمترین نیازشان آشنایی با چهار اصل بازاریابی است. بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت مالی و حسابداری، مربوط به آشنایی با انواع نسبت‌های مالی و کمترین نیاز آنها مربوط به شیوه‌های تأمین مالی از بانکها و مؤسسات مالی است. در زمینه حقوقی و قانونی نیز بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین، آشنایی با قانون کار و کمترین نیاز آنها مربوط به بیمه و قراردادهای بیمه است. بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت تولید و عملیات، مربوط به تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان و کمترین نیاز آنها مربوط به استانداردهای کیفیت است. در زمینه مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان، بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین، تعیین شرایط احراز شغل و کمترین نیاز آنها شیوه‌های ایجاد انگیزش در کارکنان است.	شائمی و همکاران، ۱۳۹۰
در این پژوهش پس از بررسی و اولویت‌بندی نهایی مشخص شد که مدیران نیاز به برگزاری دوره‌های تخصصی مرغ‌داری را بسیار ضروری می‌دانند و پس از آن نیازمند برگزاری دوره‌های آموزش تعاونی، مدیریتی، مالی - حسابداری، کارآفرینی، فردی - اجتماعی و نهایتاً مهارت‌های ارتباطی هستند.	حسینی‌نیا و مهرنگار، ۱۳۸۸
در این پژوهش پس از انجام نیازسنجی به این نتیجه رسیدند که اولویت‌های آموزشی برای توسعه کارآفرینی بین دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی که باید در برنامه درسی آنها گنجانده شوند عبارت‌اند از: انجام پروژه‌های تحصیلی مرتبط با رشته علوم تربیتی درخصوص آموزش سازمان‌های مختلف، آشنایی با نحوه تدوین طرح کسب‌وکار، آشنایی با شغل‌های مربوط به رشته تحصیلی، آشنایی با قانون‌های کسب‌وکار، آشنایی با مهارت‌های مالی و بازاریابی، آشنایی با مفاهیم خلاقیت، نوآوری و مهارت‌های مربوط به آن.	یداللهی و میرعرب رضی، ۱۳۸۸

## ادامه جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های مرتبط

نتایج	محقق
در این پژوهش براساس داده‌های میدانی تأییدشده، مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی به این شرح بیان شد: دانش کارآفرینی، مهارت‌های عمومی، قوانین و مقررات، شایستگی‌های شغلی، تدوین طرح کسب‌وکار و مهارت‌های مدیریتی.	رضایی و همکاران، ۱۳۹۱
در این پژوهش پس از جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آن، نیازهای آموزشی در حوزه کارآفرینی بدین شرح بیان شدند: مدیریت مالی (حسابداری، امور مالی و مدیریت بودجه)، مدیریت منابع انسانی (سازماندهی، کارگزینی، کارآموزی و انگیزش)، مدیریت اطلاعات، مدیریت بازار (مدیریت اطلاعات بازار، قیمت‌گذاری و فروش)، مدیریت عملیات (سیستم‌های تجاری، مدیریت کانال‌های ارتباطی و خرید)، مدیریت ریسک (ریسک‌های تجاری و ملاحظات قانونی)، و مدیریت راهبردی (برنامه‌ریزی و کنترل).	آگهی و خالدی، ۱۳۸۸
در این پژوهش، نتایج تحقیق و نیازهای آموزشی و صلاحیت‌های موردنیاز چنین بیان شدند: الف) مهارت‌های مدیریتی شامل تأمین مالی، ارتباط با افراد، بازاریابی، ایده‌یابی، سازماندهی و برنامه‌ریزی، و مدیریت نظام‌های اطلاعاتی؛ و ب) شایستگی‌های شغلی شامل مذاکره، ارائه شفاهی، توانایی نوشتن، تحلیل و حل مسئله، مهارت‌های حسابداری، انگیزش کارکنان، و توسعه روابط تجاری.	Grichnik & Hisrich, 2005
در این پژوهش نیازهای آموزشی در حوزه کارآفرینی به دو دسته خصوصیات کارآفرینی و مهارت‌های پروژه (شامل مدیریت پروژه، نوآوری، خلاقیت و بازاریابی، ارتباطات و مهارت‌های کسب‌وکار) و کارآفرینی (شامل رهبری، شبکه‌سازی، حسابداری، برنامه‌ریزی راهبردی و تدوین طرح‌های کسب‌وکار) تقسیم‌بندی شدند.	Luczkiw, 2008
در این پژوهش با هدف شناسایی نیازهای آموزشی کارآفرینان، به این موارد پرداخته شد: الف) توسعه کسب‌وکار: ایده‌یابی، راه‌اندازی کسب‌وکار، قوانین و مقررات، مدیریت کسب‌وکار، کنترل و نظارت کارکنان، فروش و بازاریابی؛ ب) شایستگی‌های شغلی: نوآوری و خلاقیت، شناسایی فرصت‌ها، مهارت‌های ارتباطی، توسعه فرصت‌ها در قالب واحدهای کسب‌وکار، و مهارت در برنامه‌ریزی راهبردی؛ ج) ریسک و عدم قطعیت: شناسایی ریسک، روش‌های مدیریت و کاهش ریسک، شناسایی و تحلیل رقیبان در بازار و تثبیت و حفظ موقعیت در بازار.	Swaders, 2009
در بررسی‌ای که روی ۵۹ عضو انجمن زنان کارآفرین دالاس انجام شد، پاسخ‌های زنان کارآفرین در مورد نیازهای آموزشی آنان در راه‌اندازی کسب‌وکار به طبقه‌بندی این نیازها منجر گردید: چگونگی تأمین بودجه، اطلاعات مالیاتی، چگونگی تهیه برنامه کسب‌وکار، چگونگی تعریف و پیش‌بینی بازار، ثبت مالی و حسابداری، جنبه‌های قانونی کسب‌وکار، منابع مالی، نیازهای بیمه‌ای، نیازهای مربوط به دریافت پروانه، مدیریت پرسنل، روش‌های سرپرستی و تکنیک‌های تولید.	Nelson, 1987

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر بخشی از یک مطالعه آمیخته اکتشافی است که از نظر هدف کاربردی، از نظر درجه و میزان کنترل متغیرها غیرآزمایشی و از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را جوانان روستایی شهرستان ورامین تشکیل دادند که ۲۰ تا ۳۵ سال سن داشتند و در مناطق روستایی ساکن بودند (با توجه به آمار سرشماری سال ۱۳۹۰، در روستاهای شهرستان ورامین ۱۶۰۰۵ نفر جوان ۲۰-۳۵ ساله سکونت دارند). به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۳۸۰ تن از جوانان روستایی انتخاب شدند. به منظور انتخاب روستاهای مورد مطالعه با توجه به یکسانی نسبی توسعه‌یافتگی ساختار روستاهای شهرستان، از روش تصادفی استفاده شد. به منظور گردآوری اطلاعات در بخش کمی، پس از تحلیل نظرهای به دست آمده در بخش کیفی و تلفیق آن با چارچوب نظری تحقیق، پرسشنامه‌ای طراحی و تدوین شد. برای تأیید روایی پرسشنامه، براساس نظر اعضای هیئت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران اقدام شد. پاسخ‌دهندگان، مؤلفه‌های نهایی به دست آمده از بخش کیفی را مورد سنجش قرار دادند. ۴۳ سؤال متناظر با ۳۰ مؤلفه استخراج شده از بخش کیفی طراحی شد و در نمونه آماری تحقیق به سنجش گذاشته شد (Borich, 1980). پرسشنامه طراحی شده دارای دو سطح پرسش‌های عمومی و تخصصی است. در قسمت عمومی مواردی چون سن، جنسیت، و مشارکت در کسب‌وکار، از نمونه‌های تحقیق پرسیده شد. برای تعیین اولویت و اهمیت نیازهای آموزشی (تعیین شاخص<sup>۱</sup> MWDS) از مدل بوریچ (۱۹۸۰) استفاده شد. برای این منظور در بخش تخصصی از پاسخ‌دهنده خواسته شد تا هر کدام از ۴۳ گویه را در دو موضوع «میزان اهمیت» و «میزان تسلط و توانایی» ارزیابی و از بین گزینه‌های طیف لیکرت گزینه مورد نظرش را انتخاب کند. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ محاسبه شد. میزان آلفای کرونباخ ۰/۹۷ به دست آمد، که بیانگر قابلیت اعتماد بالای آن است. ابعاد اصلی تحقیق شامل دانش،

---

1. Mean Weight Discrepancy Score

مهارت و نگرش بود که به ترتیب در هر بخش ۱۶، ۱۵ و ۱۲ سؤال پرسیده شد. آلفای محاسبه شده در هر بخش به ترتیب ۰/۹۴، ۰/۹۴ و ۰/۹۰ را نشان می‌داد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSSwin18 تجزیه و تحلیل شدند. به منظور اولویت‌بندی نیازهای آموزشی از مدل بوریچ استفاده شد، که در آن اهمیت هر موضوع به همراه میزان تسلط مخاطبان بر آن سنجیده می‌شود. فرض مدل نیازسنجی بوریچ این است که افراد مخاطب نیازسنجی بهتر می‌توانند در مورد عملکرد خودشان قضاوت کنند. این مدل بر پایه اختلاف نمره بین میزان اهمیت موضوع آموزشی و مهارت و تسلط فرد در آن زمینه بنا شده است. به اعتقاد صاحب‌نظران، مدل نیازسنجی بوریچ بر روش‌های رایج نیازسنجی برتری دارد؛ زیرا در این مدل مخاطبان علاوه بر تعیین اهمیت موضوعات آموزشی، میزان مهارت خودشان را نیز تعیین می‌کنند (Borich, 1989). بدین ترتیب افراد فاصله بین آنچه را قادرند انجام دهند و آنچه باید قادر باشند، تخمین می‌زنند. در مدل بوریچ براساس تعریف نیاز، فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب به وسیله تفاوت نمره اهمیت و مهارت به دست می‌آید و بدین وسیله نیازهای پاسخ‌گویان مشخص می‌شود. نیازهایی بالاترین اولویت را خواهند داشت که اهمیت آنها زیاد و مهارت افراد در آن زمینه کم باشد. در روش‌های نیازسنجی رایج، فقط اهمیت موضوعات آموزشی از دید پاسخ‌گویان سنجیده می‌شوند و سپس اولویت‌بندی نیازها براساس میانگین اهمیت انجام می‌شود. این درحالی است که ممکن است به رغم اهمیت موضوعات آموزشی، مهارت افراد در آن زمینه بالا باشد و نیازی به آموزش نداشته باشند. بدین ترتیب نیازسنجی صرفاً براساس میانگین اهمیت نیاز، ممکن است برآورد صحیحی از نیازها به دست ندهد (زرافشانی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به مدل بوریچ، مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر با استفاده از طیف لیکرت در مورد هر یک از سؤالات پرسشنامه مشخص کردند که هر یک از موضوعات آموزشی مورد سنجش تا چه حد برای آنان اهمیت دارد. عدد ۱ نشانه اهمیت نداشتن و عدد ۵ نشانه اهمیت بسیار زیاد موضوع آموزشی است. سپس میزان مهارت و تسلط خود را نیز با استفاده از طیف لیکرت مشخص کردند؛ عدد ۱ نشانه مهارت نداشتن و عدد ۵ نشانه مهارت زیاد است. بدین

ترتیب برای هر موضوع آموزشی ۲ امتیاز محاسبه شد، که یکی گویای میزان اهمیت موضوع آموزشی و دیگری گویای میزان توانایی جوانان بود. در تحلیل پاسخ‌های مخاطبان با استفاده از فرمول بوریچ، اولویت هر موضوع آموزشی از دید جوانان روستایی مشخص و انجام شد. نمره اولویت آموزشی = میانگین اهمیت (اهمیت - سطح عملکرد)

$$(I - C) \times mI = (MWDS)$$

I = اهمیت هریک از موضوعات آموزشی از دید جوانان روستایی؛ C = سطح توانایی جوانان روستایی در خصوص هریک از موضوعات آموزشی؛ و mI = میانگین اهمیت هریک از موضوعات آموزشی.

برای محاسبه نمره اولویت آموزشی هریک از مؤلفه‌ها طبق مدل بوریچ لازم است میزان اهمیت و سطح عملکرد مخاطبان در آن محاسبه شود. بدین منظور با استفاده از ابزار پرسشنامه و توزیع آن در جامعه هدف این دو معیار استخراج شدند. پس از آن با استفاده از فرمول بوریچ، اولویت آموزشی هرکدام از مؤلفه‌ها تعیین می‌شود.

### یافته‌های تحقیق

حدود ۵۹ درصد نمونه‌های تحقیق، پسران و بقیه دختر بودند. ۴۹ درصد شرکت‌کنندگان در تحقیق ۲۵-۲۰ سال سن داشتند و بیشترین فراوانی را تشکیل می‌دادند. پس از آن طبقه ۳۰-۲۶ سال با ۴۰ درصد در رتبه دوم قرار دارد. ۹/۵ درصد هم بین ۳۱ تا ۳۶ سال داشتند. بیش از ۵۳ درصد از افراد شرکت‌کننده در تحقیق مجرد و حدود ۴۶ درصد متأهل بودند. در خصوص تجربه کسب‌وکار، بیش از ۷۲ درصد از افراد شرکت‌کننده در تحقیق، تجربه راه‌اندازی یا مشارکت در کسب‌وکار داشتند. در توصیف هم‌زمان جنسیت و تجربه کسب‌وکار آشکارا مشاهده می‌شود که در تجربه تأسیس و همچنین تجربه مشارکت در کسب‌وکار، جمعیت مذکر درمقایسه با جنس مؤنث سهم بالاتری دارد. در بخش نداشتن تجربه کسب‌وکار، جمعیت مؤنث ۵۵ درصد کل را تشکیل داده‌اند.

جوانان شرکت‌کننده در پژوهش حاضر، اهمیت بعد نگرش را در موفقیت آینده خود بیشتر دانستند و پس از آن به بعد دانش و در آخر به بعد مهارت اشاره کردند و به ترتیب نمره‌های ۴/۱۹، ۴/۱۴ و ۴/۰۴ را به هر کدام دادند. در بعد توانایی، برخورداری از نگرش‌های کارآفرینانه در صدر قرار دارد و پس از آن مهارت‌های کارآفرینانه و در آخر دانش مورد توجه آنان قرار گرفت، که به ترتیب نمره‌های ۳/۳، ۳ و ۲/۹ را به آنان دادند.

جدول ۲. تفکیک هم‌زمان پاسخ‌گویان براساس جنسیت و تجربه کسب‌وکار

مؤنث		مذکر		
فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
۳۶	۳۶/۷	۶۲	۶۳/۳	دارای تجربه تأسیس کسب‌وکار
۵۴	۳۲/۵	۱۱۲	۶۷/۵	تجربه مشارکت در کسب‌وکار
۵۸	۵۵/۲	۴۷	۴۴/۸	بدون تجربه در کسب‌وکار

### اولویت‌بندی نیازهای آموزشی (MWDS)

برای محاسبه نمره اولویت آموزشی هر یک از مؤلفه‌ها طبق مدل بوریچ می‌بایست میزان اهمیت و سطح عملکرد مخاطب‌ها در آن محاسبه شود. در جدول ۳ نمره هر یک از موضوعات آموزشی آمده است.

جدول ۳. اولویت‌بندی نیازهای آموزشی

مؤلفه/موضوع آموزشی	میزان اهمیت (I)	سطح توانایی و عملکرد (C)	I-C	امتیاز اولویت mI×(I-C)
سود مالی و اقتصادی	۴/۳۲	۳/۲۹	۱/۰۳۳	۴/۴۶۹
آگاهی از فرصت‌های شغلی و دنیای کار	۴/۲۹	۳/۱۲	۱/۱۷۲	۵/۰۳۱
آگاهی از سازمان و فرایندهای کسب‌وکار	۴/۱۱	۳/۱۷	۰/۹۴۳	۳/۸۷۹
بازاریابی	۴/۳۱	۲/۷۵	۱/۵۵۸	۶/۷۱۷
اطلاع از تجربیات سایرین	۴/۷۳	۲/۷۱	۱/۰۲	۳/۸۰۶

ادامه جدول ۲. اولویت بندی نیازهای آموزشی

امتیاز اولویت mI×(I-C)	I-C	سطح توانایی و عملکرد (C)	میزان اهمیت (I)	مؤلفه/موضوع آموزشی
۳/۷۴۲	۰/۹۲۷	۳/۱۱	۴/۰۴	حسابداری
۵/۷۴	۱/۳۳۶	۲/۹۶	۴/۳	آگاهی از احکام کسب و کار و تجارت
۴/۴۱	۱/۱۱۹	۲/۸۲	۳/۹۴	آگاهی در خصوص میراث فرهنگی
۶/۲۹۷	۱/۵۰۹	۲/۶۷	۴/۱۷	روش های تأمین مالی
۳/۷۶	۱/۰۶۴	۲/۴۷	۳/۵۳	دانش تجربی تولید
۳/۷۳	۰/۹۳۵	۳/۰۶	۳/۹۹	حقوق و مالکیت معنوی
۲/۸۴	۰/۷۰۳	۳/۳۵	۴/۰۵	مهارت های برنامه ریزی
۴/۱۷	۰/۹۸۸	۳/۲۳	۴/۲۲	اکتشاف عملی فرصت های کارآفرینانه
۴/۷۹	۱/۱۴۸	۳/۰۳	۴/۱۷	خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید
۴/۲۶	۱/۰۵۳	۳	۴/۰۵	شبکه سازی
۴/۵۷	۱/۱	۳/۰۶	۴/۱۶	تهیه طرح کسب و کار
۴/۷۳	۱/۱۷	۲/۸۸	۴/۰۵	روابط انسانی در کارگاه
۴/۲۲	۱/۰۵۷	۲/۹۴	۴	مهارت های بهبود کیفیت تولید
۳/۲۶	۰/۸۴۷	۳	۳/۸۵	مهارت های کار گروهی
۴/۲۱	۱/۰۴۲	۳	۴/۰۴	توانایی فعالیت در فضای مجازی
۴/۴۵	۱/۰۷۳	۳/۰۸	۴/۱۵	مهارت های بازاریابی
۵/۲۱	۱/۲۳۴	۲/۹۹	۴/۲۲	توانایی ارائه مطلب
۶/۲۵	۱/۳۸۶	۳/۱۳	۴/۵۲	فعالیت با منابع محدود
۶/۶۸	۱/۵۳۷	۲/۸۱	۴/۳۵	خودآگاهی
۱/۸۸	۰/۴۷۲	۳/۵۲	۳/۹۹	تفکر انتقادی
۵/۱۷	۱/۱۳۵	۳/۴۲	۴/۵۶	پشتکار
۱/۰۴۸	۰/۲۵۹	۳/۷۸	۴/۰۴	اخلاق حرفه ای
۳/۸۸	۰/۹۵۴	۳/۱۲	۴/۰۸	علاقه اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی
۳/۸۸۸	۰/۹۲۶	۳/۲۷	۴/۲۰	نگرش های کارآفرینانه
۳/۶۱۳	۰/۸۳۲	۳/۵۱	۴/۳۴	تفکر راهبردی



پس از استخراج نمره‌های هریک از مؤلفه‌های تحقیق براساس مدل بورلیچ، که از تجزیه و تحلیل اهمیت و میزان تسلط به‌دست می‌آیند، رتبه‌بندی مؤلفه‌ها صورت می‌گیرد. در جدول ۴ نیازهای آموزشی ذکر شده‌اند.

جدول ۴. نیازهای آموزشی به‌ترتیب اولویت در ابعاد

امتیاز	نیازهای آموزشی	امتیاز	نیازهای آموزشی	امتیاز	نیازهای آموزشی
	نگرش		مهارت		دانشی
۶/۶۸	خودآگاهی	۶/۲۶	فعالیت با منابع محدود	۶/۷۲	بازاریابی
۵/۱۷	پشتکار	۵/۲۱	توانایی ارائه مطلب	۶/۳۰	روش‌های تأمین مالی
۳/۸۹	علاقه اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی	۴/۷۹	خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید	۵/۷۴	آگاهی از احکام کسب‌وکار و تجارت
۳/۸۹	نگرش‌های کارآفرینانه	۴/۷۴	روابط انسانی در کارگاه	۵/۰۳	آگاهی از فرصت‌های شغلی و دنیای کار
۳/۶۱	تفکر راهبردی	۴/۵۸	تهیه طرح کسب‌وکار	۴/۴۷	سود مالی و اقتصادی
۱/۸۸	تفکر انتقادی	۴/۴۵	مهارت‌های بازاریابی	۴/۴۱	آگاهی در خصوص میراث فرهنگی
۱/۰۵	اخلاق حرفه‌ای	۴/۲۷	شبکه‌سازی	۳/۸۸	آگاهی از سازمان و فرایندهای کسب‌وکار
		۴/۲۳	مهارت‌های بهبود کیفیت تولید	۳/۸۱	اطلاع از تجربیات سایرین
		۴/۲۱	توانایی فعالیت در فضای مجازی	۳/۷۶	دانش تجربی تولید
		۴/۱۷	اکتشاف عملی فرصت‌های کارآفرینانه	۳/۷۴	حسابداری
		۳/۲۶	مهارت‌های کار گروهی	۳/۷۳	حقوق و مالکیت معنوی
		۲/۸۵	مهارت‌های برنامه‌ریزی		

### آزمون مقایسه میانگین (تحلیل واریانس) براساس گروه‌های سنی

به‌منظور آزمون مقایسه میانگین با توجه به سن شرکت‌کنندگان در تحقیق از آزمون تحلیل واریانس استفاده شد. در قسمت اهمیت فقط در بعد مهارت تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی تحقیق مشاهده می‌شود و در سایر ابعاد تفاوت معناداری به‌چشم نمی‌خورد.

جدول ۵. تحلیل واریانس ابعاد براساس گروه‌های سنی

میزان اهمیت	مربع میانگین	F	سطح معناداری
اهمیت نگرش	۰/۱۵۳	۱/۱۳۳	۰/۳۲۳
اهمیت دانش	۰/۱۹۱	۱/۶۸	۰/۱۸۸
اهمیت مهارت	۰/۳۹۶	۴/۰۲۵	۰/۰۱۹

تحلیل مقایسه میانگین نشان می‌دهد که افراد در ۳۱-۳۵ سالگی اهمیت کمتری درمقایسه با دو گروه دیگر برای مهارت قائل شده‌اند و بین میزان اهمیت مهارت نیز بین دو گروه دیگر تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۶. نتایج آزمون‌های تعقیبی در بعد مهارت براساس گروه سنی

گروه اول	گروه دوم	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	سطح معناداری
۳۱-۳۵	۲۰-۲۵	-۰/۱۶۳۵*	۰/۰۵	۰/۰۰۵
	۲۶-۳۰	-۰/۱۲۹۴*	۰/۰۵	۰/۰۳

نتایج نشان می‌دهند که در تمام ابعاد تحقیق اعم از دانش، نگرش و مهارت در قسمت سطح توانایی، تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی وجود دارد.

جدول ۷. تحلیل واریانس در قسمت سطح عملکرد/توانایی

مربع میانگین	F	سطح معناداری
۵/۸۱	۱۲/۰۸	۰/۰۰
۳/۰۳	۵/۸۹	۰/۰۰
۳/۳۰	۷/۶۱	۰/۰۰

در مقایسه سطح برخورداری از مهارت بین گروه‌های سنی تحقیق این موضوع روشن است که افرادی که در سن ۲۶-۳۰ سال هستند، در مقایسه با گروه سنی ۲۵-۲۰ سال سطح مهارت بالاتری دارند. همچنین بین دو گروه دیگر تفاوت معناداری وجود ندارد. مقایسه میانگین گروه‌ها در سطح برخورداری از دانش، نشان می‌دهد سطح دانش افرادی که در سن ۳۱-۳۵ سال هستند، در مقایسه با دو گروه دیگر پایین‌تری است. در خصوص سطح برخورداری از دانش نیز بین گروه‌های سنی ۲۵-۲۰ سال و ۳۰-۲۶ سال تفاوت معناداری وجود ندارد. مقایسه میانگین گروه‌ها در سطح برخورداری از نگرش، نشان می‌دهد سطح نگرش افرادی که در سن ۳۱-۳۵ سال هستند، در مقایسه با دو گروه دیگر پایین‌تر است. در خصوص سطح برخورداری از نگرش نیز بین گروه‌های سنی ۲۵-۲۰ سال و ۳۰-۲۶ سال تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۸. نتایج تحلیل مقایسه میانگین

گروه اول	گروه دوم	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	سطح معناداری
۲۶-۳۰	۲۰-۲۵	۰/۳۷۵*	۰/۰۷	۰/۰۰
	۳۱-۳۵	۰/۲۲۹	۰/۱۳	۰/۰۷
۳۱-۳۵	۲۰-۲۵	-۰/۳۳۴*	۰/۱۳	۰/۰۱۲
	۲۶-۳۰	-۰/۴۵۷*	۰/۱۳	۰/۰۰
۳۱-۳۵	۲۰-۲۵	۰/۳۳۴*	۰/۱۲	۰/۰۰
	۲۶-۳۰	-۰/۴۷۴*	۰/۱۲	۰/۰۰

## بحث و نتیجه‌گیری

بررسی‌ها نشان می‌دهند که مقوله کارآفرینی را می‌توان آموزش داد و در این زمینه مهم‌ترین و نخستین گام در فرایند برنامه‌ریزی آموزشی، شناسایی اهداف یا نقاط مطلوب است. اهداف عموماً ریشه در نیازها دارند؛ از این رو برای طراحی و اجرای برنامه‌های واقع‌بینانه و اثربخش ضرورت دارد نیازها دقیقاً سنجیده و براساس آنها اهداف ویژه برنامه تدوین شوند. در پژوهش حاضر شناسایی نیازهای جوانان روستایی در زمینه کارآفرینی مدنظر قرار گرفت و این هدف طی انجام تحقیق در دو بخش کیفی و کمی دنبال شد. جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل نتایج نشان می‌دهند که در بعد دانش، اولویت آموزشی دانش بازاریابی و روش‌های تأمین مالی

و آگاهی از احکام کسب و کار بیش از سایر مؤلفه‌هاست. تحقیقات ای.سی. (۲۰۱۲)، کوزلینسکا (۲۰۱۲)، فیشر و همکاران (۲۰۰۸)، مواسالویبا (۲۰۰۸)، و هیسریش و براش (۲۰۰۲) نیز این نتیجه را تأیید می‌کنند. از دلایل به‌دست‌آمدن این نتیجه می‌توان به اهمیت بسیار زیاد بازاریابی و تأمین مالی در راه‌اندازی کسب و کارهای روستایی اشاره کرد. بالابودن اولویت آموزشی بازاریابی و تأمین مالی نیز نشان از ضعف جوانان روستایی در دستیابی به این قابلیت مهم دارد. دانش درخصوص احکام کسب و کار نیز از اولویت‌های آموزشی است که نشان‌دهنده ضعف جامعه هدف در این زمینه و ارائه‌نشدن محتوای مناسب به ایشان در طول تحصیل و آموزش‌های دیگر است. در بعد نگرش مؤلفه‌های خودآگاهی، پشتکار، علاقه اولیه و مشخص‌بودن مسیر شغلی اولویت‌های آموزشی اول تا سوم را به خود اختصاص دادند. این مؤلفه‌ها در تحقیقات اوستریک و همکاران (۲۰۱۰)، گیب (۲۰۰۵)، هیسریش و براش (۲۰۰۲)، فیشر و همکاران (۲۰۰۸)، کوزلینسکا (۲۰۱۲)، رشید (۲۰۰۳) و ای.سی. (۲۰۱۲) نیز به‌عنوان اهداف آموزش‌های کارآفرینی برشمرده شدند و نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌کنند. وجود سرفصل خودآگاهی در صدر تمامی نیازهای آموزشی در بعد نگرش و همچنین مشخص‌بودن مسیر شغلی و پشتکار نشان‌دهنده نبود راه روشن و شفاف برای جوانان روستایی به‌منظور پی‌موندن مسیر شغلی است. جوان روستایی به‌عنوان نیروی محرکه جامعه خود باید چشم‌انداز روشنی درخصوص آینده خود داشته باشد تا بتواند با طی کردن آن مسیر به تحرک جامعه نیز کمک کند. در بعد مهارت، توانایی فعالیت با منابع محدود و ارائه مطلب و پس از آنها خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید، اولویت بالاتری در مقایسه با سایر موارد دارند. این نتایج نیز در تحقیقاتی چون کوزلینسکا (۲۰۱۲)، فیشر و همکاران (۲۰۰۸)، گیب (۲۰۰۵)، هیسریش و براش (۲۰۰۲)، ای.سی. (۲۰۱۲)، اوستریک و همکاران (۲۰۱۰) و مواسالویبا (۲۰۰۸) مورد تأکید و تأیید قرار گرفته‌اند. با توجه به محدودیت منابع در مناطق روستایی - ازجمله کمبود امکانات مالی و زیرساختی - لازم است فرد بتواند با استفاده از منابع محدود و حداقلی، کسب و کار خود را راه‌اندازی کند و آن را توسعه دهد. ارائه و معرفی محصول و دفاع از آن، با

توجه به آموزش‌ندیدن جوانان روستایی در این زمینه در طول سال‌های تحصیل و سایر آموزش‌ها، از نیازهای دارای اولویت بالا در نظر ایشان معرفی شده است.

## منابع

- آگهی، حسین، خالدی، خوشقدم، ۱۳۸۸، تبیین نیازهای آموزش دانشجویان در زمینه وظایف تجاری کارآفرینی با استفاده از مدل نیازسنجی بوریچ و مدل تحلیل کوادرنانت از دیدگاه اساتید و دانشجویان کشاورزی غرب کشور، سومین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی، مشهد.
- احمدپورداریانی، محمود، ۱۳۸۳، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، انتشارات امیرکبیر، تهران.
- حسن مرادی، نرگس، ۱۳۸۵، مدیریت کارآفرینی، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، کرج.
- حسینی، سیدمحمود، و سلیمان‌پور، محمدرضا، ۱۳۸۵، بررسی اثرات تقویت روحیه کارآفرینی در روند توسعه کشاورزی، ماهنامه جهاد، ۲۶ (۲۷۳)، صص. ۴۷-۵۵.
- حسینی‌نیا، غلامحسین، مهرنگار، سمیه، ۱۳۸۸، شناسایی نیازهای آموزشی مدیران تعاونی‌های مرغداری و عوامل مؤثر بر آن، مطالعه موردی مرغداران استان خراسان رضوی، تعاون سال بیستم، شماره ۲۰۸ و ۲۰۹.
- ذبیحی، محمدرضا، مقدس، علیرضا، ۱۳۸۵، کارآفرینی از تئوری تا عمل، جهان‌فردا، نما، مشهد.
- رضایی، روح‌الله؛ کریمی، آصف؛ کرمی، فاطمه و صفا، لیلا؛ ۱۳۹۱، بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی در زمینه کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه زنجان)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۵، شماره ۳، صص. ۸۴-۶۵.
- سعیدی مهرآباد، محمد، مهتدی، محمدمهدی، ۱۳۸۷، تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه، مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۲.
- شائمی، علی، اعتباریان، اکبر، خیرمند، مرضیه، ۱۳۹۰، نیازسنجی آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۳، پاییز، صص. ۱۵۱-۱۸۰.
- عباس‌زادگان، سیدمحمد، و ترک‌زاده، جعفر، ۱۳۷۹، نیازسنجی آموزشی در سازمان‌ها، نشر شرکت سهامی انتشار، چاپ اول، تهران.

مرتضی اکبری و همکاران \_\_\_\_\_ نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه کارآفرینی ...

عبدالله‌زاده، غلام‌حسین، شریف‌زاده، ابوالقاسم، عربیون، ابوالقاسم، طلایی، مهدی، ۱۳۹۱، شناسایی و اولویت‌بندی سرفصل‌ها و محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی براساس کارکردهای کسب‌وکار، نامه آموزش عالی، دوره جدید سال پنجم، شماره هجدهم، تابستان، صص. ۸۹-۱۱۳.

عمانی، احمدرضا، چیدری، محمد، ۱۳۸۱، نقش آموزش و ترویج بر سطح فنی گندمکاران استان خوزستان، ماهنامه علمی، فنی، زیست‌محیطی، کشاورزی جهاد، شماره ۲۵۲، صص. ۴۴-۵۶.

فتحی‌واجارگاه، کوروش، ۱۳۷۵، نیازسنجی در برنامه‌ریزی آموزشی و درسی (روش‌ها و فنون)، ج. ۱، اداره کل تربیت معلم و آموزش نیروی انسانی، تهران.

فیض، داود، ۱۳۸۶، روش‌های تدریس کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور، مجموعه مقالات همایش آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.

کرمی، م.، ۱۳۸۶، آموزش مدیران با الگوی شایستگی، ماهنامه تدبیر، ۱۸ (۱۷۹)، صص. ۲۷-۴۹.

محمدی‌الیاسی، قنبر، ۱۳۸۷، مشروعیت کارآفرینی به‌عنوان یک حوزه علمی نوظهور، فصلنامه دانش مدیریت، ۲۱ (۸۰)، صص. ۱۰۵-۱۲۲.

مؤمنی‌مهموئی، حسین، تفرشی، محمد، ۱۳۹۰، برنامه‌ریزی درسی مبتنی بر شایستگی؛ راهبردی مطلوب برای توسعه شایستگی‌های اساسی، فصلنامه راهبردهای آموزش دوره ۴، شماره ۳، پاییز، صص. ۱۴۳-۱۴۹.

یدالهی‌فارسی، جهانگیر، میرعرب‌رضی، رضا، ۱۳۸۸، بررسی ارائه برنامه درسی آموزش کارآفرینی در رشته علوم تربیتی، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره سوم، بهار، صص. ۶۱-۸۰.

Bird, B., 2002, **Learning Entrepreneurship Competencies: The Self-Directed Learning Approach**, International Journal of Entrepreneurship Education, 1(2), PP. 203-228.

Borich, G.D., 1980, **A Needs Assessment Model for Conducting follow- up Studies**, Journal of Teacher Education, 31(3), PP. 39-42.

Chamhuri, S., 1996, **Rural Development**, in Jomo K.S. and Ng.Siew Kiat (Eds), Malaysia's Economic Development Experience, Kualalumpur, Pelanduk publications.

Chizari, M., Linder, J. & Zoghie, M., 1999, **Perception of Extension Agents Educational Needs Regarding Sustainable Agriculture in the Khorasan Province, Iran**, Journal of International Agricultural and Extension Education, 6(1), PP. 13-21.

Crawford, L., 2005, **Senior Management Perceptions of Project Management Competence**, International Journal of Project Management, Vol. 23, PP. 7-16.

- Etling, A., 1995, **Need Assessment: A handbook**, Retrieved June 11, from <http://www.joel1995>.
- Fell, R.F., 1999, **Adult Learning and Action Learning: A real workplace learning approach**, Journal of Agricultural Education and Extension, 6(2), PP. 73-82.
- Greenbank P., 2001, **Objective Setting in the Micro-business**, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 7. 3, PP. 108 – 127.
- Grichnik, D. & Hisrich, R.D., 2005, **Entrepreneurial Profiles: Competencies and Educational Needs in East and West Germany**, International Journal of Entrepreneurship Education (IJEE), 3(3), PP. 207-228
- Gorman, G., Hanlon, D. and King, W. 1997, **Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education, and Education for Small Business Management: A ten-year literature review**, International Small Business Journal, 15, PP. 56-77.
- Habbershon, T.G., Pistrui, J. and McGrann, M., 2006, **Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace**, Volume 286 of Working paper series (Snider Entrepreneurial Center) Snider Entrepreneurial Center, Wharton School.
- Hall, A., Melin, L. and Nordqvist, M., 2001, **Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns**, Family Business Review, 14, 3, PP. 193-208.
- Hytti, U., and O’Gorman, C., 2004, **What is ‘Enterprise education’? An Analysis of the Objectives and Methods of Enterprise Education Programs in Four European Countries**, Education + Training, Vol. 46, (No. 1), PP. 11–23.
- Johannisson, B., 2002, **Energizing Entrepreneurship: Ideological Tensions in the Medium sized Family Business**, in Fletcher (Ed) **Understanding the Small Family Business**. London: Routledge Studies in Small Business.
- Jones, C and English, J., 2004, **A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education**, Journal education training, 46 (8/9), PP. 416-423.
- King, R.N. and Rollins, T.J., 1999, **An Evaluation of an Assistance**, Journal of Extension, 73(4), Available on the url:<http://www.joe.org/joe/1999august/rb2.html>.
- Ladzani, W.M. and Vuuren, J.J., 2002, **Entrepreneurship Training for Emerging SMEs in South Africa**, Journal of Small Business Management, 40(2), PP. 154-161.
- Lee, S.M. and Peterson, S., 2000, **Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness**, Journal of World Business, 35, PP. 401–416.

- Luczkiw, E., 2008, **Entrepreneurship Education in an Age of Chaos, Complexity and Disruptive Change**, OECD Education & skills, No. 18, PP. 65-93.
- Mwasalwiba, E.S., 2010, **Entrepreneurship Education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators**, Education & Training, Vol. 52, Iss: 1, PP. 20 – 47.
- Mitchelmore, S. & Rowley, J., 2010, **Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda**, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 16(2), PP. 92-111.
- Nelson, G.W., 1987, **Information Needs of Female Entrepreneurs**, Journal of Small Business Management, Vol. 25, No. 3, PP. 38-44.
- Neuber, K., 1995, **Need Assessment: A model for community planning England**, Sage Publication.
- Poza, E.J., 2007, **Family Business**, Thomson south-western ltd.
- Reagan, B., 2002, **Are High-Growth Entrepreneurs Building the Rural Economy?**, Kansas City: Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Reviere, R., 2001, **Introduction Setting the Stage in Need Assessment: A creative and practical guide for social scientists**, USA: Taylor& Francis Science Publication.
- Simpson, P.A., Greller, M.M. & Strosch, T.K., 2002, **Variations in Human Capital Investment Activity by Age**, Journal of Vocational Behavior, 61(1), PP. 109-138.
- Sanghi, S., 2007, **The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations**, 2nd Edition, New Delhi: Sage Publications.
- Simpson, P.A., Greller, M.M. & Strosch, T.K., 2002, **Variations in Human Capital Investment Activity by Age**, Journal of Vocational Behavior, 61(1), PP. 109-138.
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D., 2004, **Rural Entrepreneurship in Europe**, International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 10(6), PP. 404-425.
- Swaders, Roel T., 2009, **Educational Needs of the Entrepreneur: Unique or a predictable pattern?** Business Administration M.Sc. (60644), <http://essay.utwente.nl/60096/>.
- Swanson, G.T., Gereau, R.W.IV, Green, T. & Heinemann, S.F., 1997, **Identification of Amino Acid Residues that Control Functional Behavior in GluR5 and GluR6 Kainate Receptors**, Neuron 19, PP. 913-926.
- Thomas, E., Davies, B., 2006, **Nurse Teachers' Knowledge in Curriculum Planning and Implementation**, Nurse Educ Today, 26(7), PP. 572-7.