

بررسی تاثیر طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار (مطالعه موردی: دانشجویان رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه تهران)

زهرا امینی نسب^۱، نادر نادری^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی کرمانشاه

^۲ استادیار گروه مدیریت کارآفرینی دانشگاه رازی کرمانشاه

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

زهرا امینی نسب

zahraamini635@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار در دانشگاه تهران بود. این پژوهش از نظر ماهیت و هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها و اطلاعات از نوع توصیفی پیمایشی بود، که داده های مورد نیاز از طریق تکمیل پرسشنامه به روش میدانی و اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعات کتابخانه ای به روش فیش برداری گردآوری شدند. جامعه آماری، دانشجویان مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه تهران به تعداد ۱۰۰ نفر بودند، که با توجه به حجم محدود جامعه آماری از روش سرشماری استفاده شد. جهت انجام محاسبات آماری از روش تحلیل رگرسیون و از نرم افزار رایانه ای اس.پی.اس.اس استفاده شد. لذا با هدف بررسی تاثیر طراحی آموزشی (محتوای آموزشی) بر نگرش دانشجویان به کسب و کار (شامل ابعاد نیت کارآفرینانه، نگرش به رقابت، نگرش به پول، نگرش به تغییر، نگرش به کارآفرینی، ادراک از محیط دانشگاه، حمایت محیطی و موانع محیطی) به این نتیجه دست یافته اند که طراحی آموزشی تاثیر مستقیم و معناداری بر نگرش دانشجویان به کسب و کار دارد.

واژگان کلیدی: طراحی آموزشی، نگرش به کسب و کار، رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک

مقدمه

کارآفرینی عامل رشد و توسعه اقتصادی کشورها به ویژه در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است و جامعه را به سمت تغییرات نوآورانه سوق می دهد و باعث ارتقا کیفیت و زندگی و بهره وری مناسب از منابع ملی می گردد. کارآفرینی یکی از ابزارهای کلیدی جهت افزایش نگرش دانشجویان به کسب و کار است. طی دهه های گذشته آمار بیکاری در سراسر جهان با افزایش روبرو بوده است. افراد جوان به ویژه با مشکل ورود به بازار کار مواجه شده اند. یکی از دلایل آن دانش آموختگانی هستند که توانایی های فردی و مهارتهای لازم را برای راه اندازی کسب و کار مناسب ندارند. آنچه مسلم است، آماده سازی در خصوص کارآفرینی نباید بعد از فارغ التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر لازم است طی فرایندی و در حین تحصیل مقدمات لازم فراهم و موانع و محدودیتها برطرف شود. یکی از مهمترین این مقدمات تحت تاثیر قرار دادن «نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان» است. ایجاد نگرش کارآفرینانه در دانشجویان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه از سوی آنان است. این نگرشها متأثر از دو دسته عوامل درون دانشگاهی و عوامل برون دانشگاهی اند؛ عوامل برون دانشگاهی مشتمل بر محیطه بسیار گستردهای از عوامل مختلف فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و غیره است و معمولاً نگرش دانشجویان را به

طور غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می دهد. عوامل درون دانشگاهی شامل طراحی آموزشی درون نظام دانشگاهی باشد که می تواند نگرش دانشجویان را به طور مستقیم تحت تأثیر قرار دهد و شناسایی و برنامه ریزی برای تقویت آنها بروز رفتار کارآفرینانه از سوی دانشجویان را محتمل تر میسازد. طراحی آموزشی هم یک علم است زیرا که از یک سری نظریه ها و روشها استفاده می کند و بر دروندادها و بروندادهایی از اطلاعات متمرکز است و هم یک هنر است به این خاطر که با خلاقیت و تواناییهای طراح در ارتباط است (پیسکورچ^۱، ۲۰۰۶ به نقل از زندی، ۱۳۹۱) به عبارت دیگر طراحی آموزشی روشی است که مربیان و طراحان از منابع در دسترس جهت پاسخ به نیازهای یادگیرندگان از آن استفاده می کنند (پاتریسیا^۲، ۲۰۰۵ به نقل شاهین، ۲۰۰۸ به نقل از زندی، ۱۳۹۱) بنابراین مربیان باید این مطلب را بخوبی مد نظر داشته باشند که بهترین روش انتقال دانش به یادگیرندگان استفاده از هنر طراحی آموزشی است در نتیجه مربیان حرفه ای همیشه تلاششان بر این است تا بین برنامه درسی و نیازهای یادگیرندگان نوعی تعادل بوجود بیاورند و این تعادل بواسطه طراحی آموزشی موثر قابل حصول است. محتوایی که باید آموزش داده شود، توسط متخصصان موضوعات درسی و یا برنامه ریز، قبل از اجرای برنامه انتخاب و سازماندهی می شود. در سازماندهی محتوای برنامه دو موضوع از اهمیتی فوق العاده برخوردار است: وسعت و توالی منطقی موضوعها. وسعت محتوا به ترکیب و یا نحوه ارتباط بین موضوعهای رایج در محتوا است. محتوا می تواند متشکل از مفاهیم، اصول، اندیشه ها، فرایندها و مهارت های مربوط به موضوع باشند (ملکی، ۱۳۸۴). با گذشت بیش از ۴ دهه از آموزش های دانشگاهی کارآفرینی در جهان، از یک سو با ملاحظه نیاز امروز جامعه به مربیان، کارشناسان و مشاوران کارآفرینی، از سوی دیگر، ضرورت و اهمیت آموزش اثربخش کارآفرینی در کشور، در سطح کارشناسی، بر متولیان امر آشکار گشته است. تشکیل گروه آموزشی مدیریت کارآفرینی در دانشگاه تهران و توسعه آن طی سال های گذشته در قالب دانشکده کارآفرینی، گامی عملی در راستای توجه به این ضرورت محسوب می شود. بدیهی است تداوم اثربخش این دوره ها، تنها در صورت ارزیابی مستمر دستا وردهای آن، از جمله تعیین آثار آن بر نگرش و رفتار دانش آموختگان به کسب و کار میسر خواهد بود. از سوی دیگر، نتایج این تحقیق از نظر اقتصادی نیز حائز اهمیت است، زیرا اگر دوره های مورد بررسی، تغییر نگرش دانشجویان نسبت به ویژگی های کارآفرینی را موجب شود، می توان انتظار داشت که با افزایش تعداد این دانش آموختگان در آینده، تعداد بیشتری از آنان در جمع کارآفرینان کشور ظاهر شوند و از این طریق، سرعت کشور در مسیر توسعه اقتصادی افزایش یابد. تقویت نگرش های کارآفرینانه در میان دانش آموختگان دانشگاه های کشور، حتی اگر بر تعداد کارآفرینان کشور نیفزاید، با گسترش باورهای تقویت کننده ی نیاز به موفقیت، ریسک پذیری، تحمل ابهام، خلاقیت و ... مفاهیم و ویژگی های یاد شده را در میان این دانش آموختگان، اعضای خانواده، نزدیکان و نیز محیط کار ایشان و در نهایت، از این طریق، فضای جامعه را در مسیر خلاقیت و کارآفرینی تقویت خواهد کرد. بنابراین تاثیر طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار در این پژوهش بررسی می شود زیرا اعتقاد بر این است یکی از مهم ترین اقدام های افزایش نگرش دانشجویان به کسب و کار، طراحی آموزشی است.

اهداف کلی پژوهش

بررسی تأثیر طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه تهران.
هدف ویژه:

۱- بررسی تأثیر محتوای واحد درسی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه تهران.

پیشینه پژوهش

طراحی آموزشی

برای اینکه درک بهتری از طراحی آموزشی داشته باشیم ابتدا باید آموزش و طراحی را به شکل مناسبی تعریف کنیم. آموزش مجموعه تصمیمات و اقداماتی است که یکی پس از دیگری اتخاذ می شود یا انجام می گیرد و هدف آن دستیابی هر چه بیشتر یادگیرنده به هدف های آموزشی است (فردانش، ۱۳۸۴) که با این تعریف این فعالیت یک کار عمدی و جدی است و مانند هر کار جدی دیگری نیاز به طراحی و پیش اندیشی دارد طراحی نیز در لغت به معنای اختراع کردن، اندیشیدن یا تنظیم یک نظریه ذهنی، ترسیم، ساختن و آماده کردن پیش نویس یک نقشه، اختصاص دادن یا بکارگیری منابع برای دستیابی به یک هدف، و سر انجام تهیه یک نقشه کاری برای حصول آنچه که از پیش تعیین شده آمده است.

طراحی آموزشی را می توان براساس تعاریف فوق تهیه نقشه های مشخص در مورد چگونگی دستیابی به هدف های آموزشی تعریف کرد. به عبارت دیگر هر گاه برای دستیابی به یک سلسله از دانش ها و مهارت ها به عنوان هدف های آموزشی مجموعه ای فعالیت ها و روش های آموزشی قبل از تحقق آموزش پیش بینی و تنظیم گردد، در واقع طراحی آموزشی انجام شده است. بنابراین طراحی آموزشی را

¹ Piskurich

² Patricia

می توان تجویز یا پیش بینی روش های مطلوب آموزشی برای نیل به تغییرات مورد نظر در دانش ها، مهارت ها و عواطف شاگردان دانست) لشین و همکاران، ترجمه فردانش، ۱۳۸۴).

بنا به گفته گانیه، ویگر، گلاس و کالر (۲۰۰۵، به نقل سیف، ۱۳۸۷) هر معلم یا آموزش گری که از دانش اصول طراحی آموزشی برخوردار باشد از بینش وسیع تری برای کمک به یادگیرندگان بهره مند است. هدف از طراحی آموزشی کمک به یادگیری فرد و فعال کردن یادگیری او و پشتیبانی از آن است و این هدف ویژگی آموزش است در هر جایی که روی دهد، چه بین یک معلم و یک دانشجو، در کلاسی از یک مدرسه، در گروهی از بزرگسالان علاقه مند، یا در یک محیط کار. برای پشتیبانی از یادگیری آموزش باید برنامه ریزی شود نه بر حسب اتفاق رخ دهد. یادگیری که آموزش به آن یاری می رساند باید تمام افراد را به اهداف استفاده بهینه از استعدادهایشان، لذت بردن از زندگی و سازش با محیط فیزیکی و اجتماعی نزدیک ترسازد. طبیعتاً این بدین معنی نیست که برنامه ریزی آموزش اثر یکسان سازی افراد مختلف را دارد بر عکس گوناگونی بین افراد افزایش می یابد. هدف آموزش برنامه ریزی شده کمک به فرد است تا به طور کامل و تا حد ممکن در جهت فردیت خود رشد کند (گانیه و همکاران؛ ترجمه علی آبادی، ۱۳۷۴).

اسمیت^۳ و ریگان^۴ (۲۰۰۵، به نقل شاهین^۵، ۲۰۰۸) طراحی آموزشی را به عنوان یک فرآیند سیستماتیک و اندیشمندانه تعریف کرده اند که در آن اصول یادگیری و آموزش به منظور فعالیت های آموزشی در یک نقشه کلی به کار برده می شوند. بنا براین یک طراح آموزشی اکثر اوقات همانند یک مهندس عمل می کند.

طراحی آموزشی، پیش بینی و تنظیم رویدادهای آموزشی بر اساس اهداف، محتوا و امکانات موجود با توجه به ویژگیها و ساخت شناختی دانشجویان است. طراحی آموزشی "فرآیند پیش بینی روش ها بر اساس اهداف در شرایط خاص" است (نوروزی، ۱۳۷۱). طراحی آموزشی، خواه مربوط به یک دوره کامل یا به یک جلسه ی آموزشی باشد، از اهمیت خاصی برخوردار است. توجه و دقت در تنظیم آن می تواند موجب کارایی و اثر بخشی تدریس شود. طراحی آموزشی ممکن است به دو صورت خرد و کلان، انجام گیرد. طراحی در سطح کلان مربوط به شورای برنامه ریزی درسی و متخصصان آموزشی است، اما طراحی در سطح خرد، کلاً بر عهده ی معلم است. در فرآیند طراحی خرد، توجه باید بیشتر به حصول صلاحیت ها و قابلیت های مورد انتظار، جلب شود و با نگرشی سیستمی و نظام مند، مجموعه ی عناصری را که در یادگیری دانشجویان مؤثرند، در نظر گرفت.

نگرش به کسب و کار

نگرش دانشجویان به کسب و کار، متغیر وابسته این پژوهش را تشکیل می دهد. نگرش به کسب و کار مفهوم نسبتاً جدیدی است که برای بررسی میزان تمایل دانشجویان به کارآفرینی انتخاب شده است؛ نگرش عبارت از آمادگی برای واکنش ویژه نسبت به یک فرد، شی، فکر یا وضعیت است (رضائیان، ۱۳۹۱). کسب و کار در واژه نامه آکسفورد به معنای خرید و فروش و تجارت آمده است. براساس نظر ارویک^۶ (۲۰۰۳) کسب و کار عبارت است از هر نوع کاسبی که در آن خدمات یا تولیداتی که دیگر افراد جامعه به آن نیازمندند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می شود (ارویک، ۲۰۰۳). اما پترسون و پلومن^۷ بر این باورند که هر تبدالی که در آن خرید و فروش صورت بگیرد، کسب و کار نیست، بلکه کسب و کار هر نوع تبادل تکراری و تجدیدشونده خرید و فروش است (پترسون و پلومن، ۱۹۸۵ به نقل از ماهشوری^۸، ۲۰۰۴). ففر و سالانیک^۹ (۱۹۷۸) در مقاله خود با عنوان «رویکرد پردازش اطلاعات اجتماعی به نگرش های کسب و کار» دیدگاه اقتضایی نگرش به کسب و کار را در قالب شکل زیر مطرح کرده اند:



فرآیند دیدگاه اقتضایی نگرش به کسب و کار (منبع: ففر و سالانیک، ۱۹۷۸)

³ Smith

⁴ Ragan

⁵ Sahin

⁶ Ervik

⁷ Peterson and Plowman

⁸ Maheshwari

⁹ Pfeffer and Salancik

بر اساس این مدل، ویژگی‌های نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه، اطلاعاتی را برای افراد جامعه فراهم می‌کند که بر اساس آن نگرش‌های افراد به کسب و کار شکل می‌گیرد (ففر و سالانیک، ۱۹۷۸). در مجموع می‌توان گفت که نگرش به کسب و کار، به معنای آمادگی روحی و روانی برای راه‌اندازی کسب و کار است که می‌تواند مثبت، منفی، یا خنثی باشد (عسگری پور و همکاران، ۱۳۹۲).

- نگرش مثبت به کسب و کار: نگرشی است که در آن فرد با عشق و علاقه به کار می‌نگرد و کسب و کار را عامل موفقیت فردی یا اجتماعی می‌داند و از انجام کار، احساس رضایت و شادمانی دارد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱).
- نگرش منفی به کسب و کار: وقتی به هر دلیل، فردی به انجام کاری تمایل نداشته باشد و به دنبال فرصتی بگردد تا از انجام دادن آن شانه خالی کند، دارای نگرش منفی نسبت به آن کار است. ممکن است دلایلی مانند دم را غنیمت شمردن، مصرف‌گرایی و تظاهر، ناعادلانه ارزیابی کردن شرایط کار و غیره، دلیل این نگرش باشد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱).
- نگرش خنثی به کسب و کار: این نگرش بیانگر وضعیتی است که فرد، هیچ احساس منفی یا مثبتی نسبت به کسب و کار ندارد و انجام کار را یک تکلیف تلقی می‌کند. در این حالت فرد از کار خود انتظار زیادی ندارد، چون به لحاظ روانی پذیرفته است که کاری به این امور نداشته باشد و برنامه بلندمدتی برای پیشرفت کار خود نداشته باشد (همان، ۱۳۸۱).

معرفی رشته مدیریت کسب کارهای کوچک

تعریف و هدف دوره: دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک یکی از دوره‌های تحصیلی آموزش عالی است و هدف از تشکیل این دوره آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و نیز نیروی مناسب برای حرکت سازمانها، اداره‌ها، مؤسسه‌ها و شرکتهای دولتی و خصوصی در مسیر کارآفرینی سازمانی با وظایف و اهداف تعریف شده در سطوح کارشناسی است. فارغ‌التحصیلان "مدیریت کسب و کارهای کوچک" می‌توانند به تنهایی یا در قالب گروه‌های کاری به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید متناسب با امکانات خود و شرایط محلی و منطقه‌ای خویش بپردازند یا با حضور در بخش‌های مختلفی چون بازاریابی و فروش، اداره امور مالی، مدیریت منابع انسانی و نظایر آن به حرکت سازمان در مسیر کارآفرینی و تعالی آن یاری رسانند. به بیان دیگر یکی از مهمترین اهداف این دوره تأمین نیروی انسانی متخصص مورد نیاز مدیریت کسب و کارهای کوچک و فعالیت‌های کارآفرینی در بخش‌های خصوصی، عمومی (دولتی) و غیر دولتی است.

مشخصات دوره: طول دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک ۴ سال است و تمامی درس‌های آن در مدت ۸ نیمسال ارائه و برگزار می‌شود. طول هر نیمسال تحصیلی ۱۷ هفته با امتحانات می‌باشد. در این دوره علاوه بر درس‌های تئوری، بر جنبه‌های کاربردی درس‌ها تأکید ویژه‌ای شده است و یادگیری برخی دروس به طور مشخص به صورت کارگاه آموزشی یا صرفاً با حضور دانشجویان در محیط‌های واقعی انجام کار امکان‌پذیر می‌باشد.

تعداد واحدهای درسی: تعداد کل واحدهای درسی در دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک ۱۴۶ واحد می‌باشد.

نقش و توانایی: شرکت‌کنندگان در این دوره افزون‌برآشنایی با مسایل نظری دانش مدیریت کسب و کارهای کوچک با زمینه‌های کاربردی و عرصه‌های عملیاتی این رشته و نیز، مشکلات، محدودیت‌ها و راهکارهای غالب بر آن، در عرصه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک آشنا می‌شوند.

ضرورت و اهمیت

- الف. آشکار شدن هرچه بیشتر نقش و اهمیت کارآفرینی در توسعه همه جانبه کشورهای مختلف جهان
- ب. حرکت کشور به سمت خصوصی سازی و ضرورت فعالیت بیشتر فارغ‌التحصیلان در عرصه راه‌اندازی کسب و کارهای جدید
- ج. بهره بردن از دانش و تحقیقات دانشگاه‌ها در بازارکار (تجاری سازی دانش)
- چ. شناخت و رفع مشکلات اقتصادی و بازرگانی با آموزش صحیح مدیریت کسب و کارهای کوچک

مزیت‌های این رشته

- اشباع نبودن بازار کار برای فارغ‌التحصیلان این رشته به دلیل جدید بودن این رشته
- نیاز روز افزون سازمان‌های خصوصی و دولتی به این رشته به دلیل مباحث خاص مطرح شده در این رشته
- امکان جذب به عنوان عضو هیات علمی در دانشگاه‌ها در صورت ادامه تحصیل تا مقطع کارشناسی ارشد و دکتری
- نیاز روز افزون سازمان‌ها در سطح ملی و بین‌المللی به خلاقیت و نوآوری که این مباحث از مهم‌ترین تفکر جاری در اقتصاد جهان و این رشته می‌باشد.

- کسب توانایی برای راه‌اندازی کسب و کار دلخواه

- توانایی تاسیس شرکت‌های مشاوره‌ای متخصص در زمینه راه‌اندازی کسب و کار

- امکان ادامه تحصیل تا مقطع دکتری تخصصی در دانشگاه های معتبر کشور

طبق مطالعات انجام شده، ابعاد نگرش به کسب و کار در دانشگاه ها عبارتند از: نیت کارآفرینانه، نگرش به رقابت، نگرش به پول، نگرش به تغییر، نگرش به کارآفرینی، ادراک از محیط دانشگاه، حمایت محیطی و موانع محیطی (اوتیو، کیلی و کلافتن^{۱۰}، ۱۹۹۸ به نقل از مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲).

هرچند تاکنون مطالعه ای که به صورت مستقیم بررسی تاثیر طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار را بررسی کند، انجام نشده است، اما برخی تحقیق های مرتبط، از وجود این رابطه پشتیبانی می کنند.

خسروی پور و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که روش های آموزشی، محتوای آموزشی، امکانات و تجهیزات، عامل های فردی، مهارت های آموزشگران، ویژگی های دانشجویان و عامل های محیطی از جمله عامل های مؤثر بر نگرش دانش آموختگان نسبت به تقویت کارآفرینی در دانشجویان می باشند.

نتایج پژوهش امیری و مرادی (۱۳۸۷)، نشان داد که بین گرایش های کارآفرینانه دانشجویان با متغیرهایی مانند سبک مدیریت دانشگاه، ویژگی مدرسان، ویژگی نظام اداری و مالی، عملکرد کارکنان، ویژگی دانشجویان و محتوای دروس رابطه مثبت معنی داری وجود دارد.

مسعود احمدی تحقیقی تحت عنوان نیازسنجی آموزش کارآفرینی در میان دانشجویان دوره ی کارشناسی مهندسی برق دانشگاه تهران، با هدف کلی مشخص نمودن نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی انجام داده است. نتایج این تحقیق نشان داد که برنامه درسی دوره کارشناسی رشته مهندسی برق، به نحو مطلوبی دانش و مهارت های مورد نیاز در زمینه کارآفرینی را در دانشجویان پرورش نداده است و فارغ التحصیلان، حتی آنها که روحیه کارآفرینی بالایی دارند پس از فارغ التحصیلی، آماده ایجاد یک کسب و کار مستقل برای خود نیستند، زیرا در این دوره، کوششی جدی برای مجهز کردن این قشر با دانش، نگرش و مهارت های لازم در جهت موفقیت شغلی صورت نگرفته است. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که دانش و مهارت های کارآفرینی مورد نیاز دانشجویان در ۴ زمینه عبارتند از: ایجاد انگیزه و تمایل برای ایجاد کسب و کار؛ دانش و مهارت امکان سنجی کسب و کار؛ توانایی ایجاد کسب و کار؛ ارزیابی وضعیت موجود و برنامه ریزی برای توسعه، کسب و کار جدید (احمدی، ۱۳۸۵).

در پژوهش شرفی و همکاران (۱۳۹۱)، ساختار یک برنامه درسی کارآفرینی از حیث هدف، محتوا، روش تدریس و شیوه ارزشیابی مورد مطالعه قرار گرفته است. آنها پس از اثبات آموزش پذیر بودن کارآفرینی، محتوا و روش های مناسب برای تدریس و ارزشیابی را معرفی کرده اند.

محسنی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهش خود با عنوان «نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور به خودکارآمدی عمومی دانشجویان» رابطه مثبت و معناداری را میان نگرش کارآفرینانه و باور به خودکارآمدی تأیید کردند و نشان دادند آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه شهیدبهشتی تأثیر مثبت دارد، آنها همچنین به جهت بهبود این نگرش از طریق آموزش کارآفرینی، راهکارهایی مانند ارائه واحد درسی ثابت و اجباری، ارتقای فرهنگ کارآفرینی، و فراهم آوردن بازدیدهای میدانی را پیشنهاد کرده اند.

عسگری پور و همکاران (۱۳۹۲) نیز در مقاله ای با عنوان «بررسی تأثیر نگرش به کسب و کار بر مهارت های کارآفرینانه دانشجویان، مطالعه موردی: دانشگاه های غیر پزشکی شهرستان چابهار» بیان کرده اند که زیرساخت های ذهنی و روانشناختی کارآفرینان زمینه ساز اقدامات موفق یا ناموفق آنها در آینده کاری می باشد. لذا با هدف بررسی تأثیر نگرش به کسب و کار (شامل ابعاد نیت کارآفرینانه، نگرش به رقابت، نگرش به پول، نگرش به تغییر، نگرش به کارآفرینی، ادراک از محیط دانشگاه، حمایت محیطی و موانع محیطی) بر مهارت های شخصی کارآفرینانه دانشجویان (شامل مهارت های کنترل و نظم درونی، ریسک پذیری، نوآوری، توانایی اداره تغییر، تغییرمحوری، پشتکار و رهبری دوراندیشی) به این نتیجه دست یافته اند که نگرش به کسب و کار تأثیر مستقیم و معناداری بر مهارت های کارآفرینی دارد. این نتیجه در همه ابعاد بجز ادراک از محیط دانشگاه و حمایت محیطی دیده می شود.

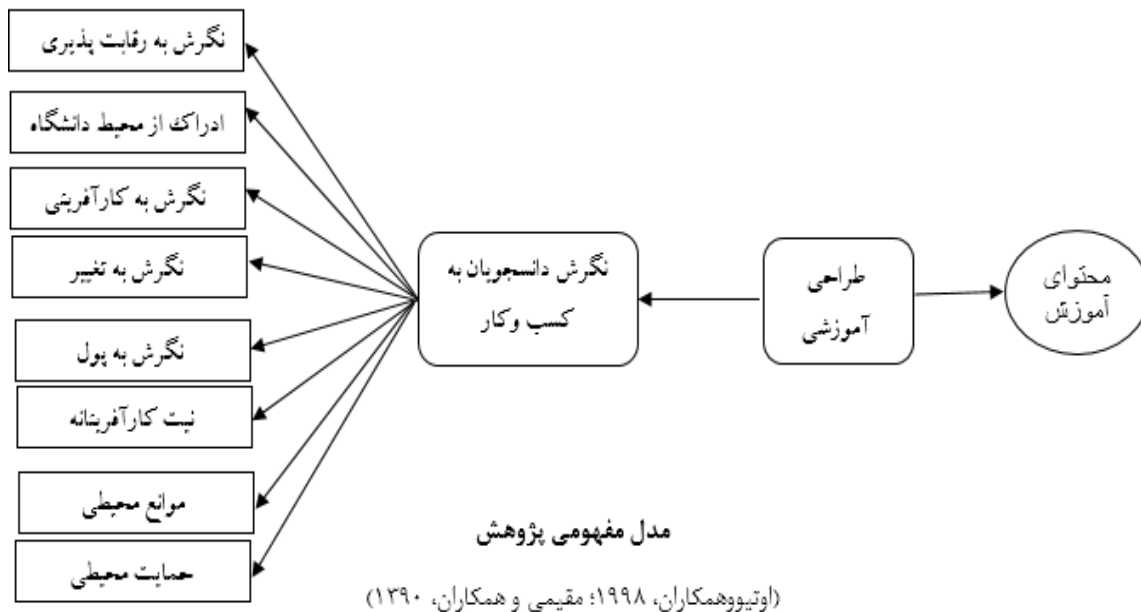
کالیندو و همکاران (۲۰۱۱)، اثر ویژگی های فردی را در تصمیم به خود اشتغالی در آلمان بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که گرایش، یکی از مهم ترین ویژگی های فردی است که نقش مهمی در خوداشتغالی ایفا می کند. نیز گرایش بهترین پیش بینی کننده رفتارهای کارآفرینانه است و این رفتارها را می توان با آموزش و یادگیری تغییر داد. بنابراین، میزان و نوع گرایش افراد به کارآفرینی می تواند بر سطح فعالیت آنان در این زمینه تأثیر بگذارد.

- آبی سانیا و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۰) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که نگرش مثبت به کارآفرینی پیش از هرچیز از طریق تدوین محتوای برنامه های درسی و روش تدریس مؤثر محقق می شود.

¹⁰Aution, Keeley and Klofsten

¹¹Obisanya et.al.

کوتیم و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «آموزش کارآفرینی در دانشگاه و قصد کارآفرینانه دانشجویان» بر روی دانشجویان ۱۷ کشور اروپایی، به این نتیجه دست یافتند که آنچه به عنوان محتوا و روش آموزش کارآفرینی در این کشورها ارائه می‌شود، مناسب نیست و آموزش کارآفرینی نیازمند مشارکت بیشتر دانشجویان در فرایند تدریس و مهارت و دانش مربی کارآفرینی است، زیرا مشارکت دانشجویان، اثر مثبتی بر قصد کارآفرینانه آنها دارد.



روش شناسی پژوهش

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری

جامعه آماری این پژوهش، دانشگاه تهران (دانشجویان رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک) بود. تعداد کل افراد جامعه ۱۰۰ نفر بود، که با توجه به حجم محدود جامعه آماری، حجم نمونه برابر با جامعه آماری است. برای نمونه گیری از روش سرشماری استفاده شد.

ابزار پژوهش

ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه با طیف سنجش پنج تایی لیکرت و روش پژوهش، توصیفی - مقطعی و نوع پژوهش میدانی بود، که جهت آزمون پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. آلفای کرونباخ برای پرسشنامه های نگرش دانشجویان به کسب و کار و طراحی آموزشی (محتوای واحد درسی) به ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۷۸ به دست آمد. همچنین، جهت انجام محاسبات آماری از روش تحلیل رگرسیون و ضریب همبستگی و از نرم افزار رایانه ای اس. پی. اس. ۲۲ استفاده گردید. با استفاده از آزمون کلموگروف و اسمیرنوف مشخص شد، که داده ها غیر نرمال هستند، بنابراین از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

نتایج و تحلیل یافته ها

تحلیل های آمار توصیفی

بر اساس نتایج به دست آمده از آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی، ۵۴ نفر از دانشجویان دختر (معادل ۵۴ درصد نمونه آماری) و ۴۶ نفر از دانشجویان پسر (معادل ۴۶ درصد نمونه آماری) و همچنین بیشترین فراوانی مربوط به سن در رده ی سنی ۲۱-۲۲ سال با ۴۰ نفر (معادل ۴۰ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به رده ی سنی ۲۷-۲۸ سال با ۵ نفر (معادل ۵ درصد) بودند.

¹²Kuttim et.al.

جدول (۱): وضعیت توصیفی مربوط به متغیر وابسته‌ی پژوهش (نگرش دانشجویان به کسب‌وکار)

رتبه	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل	تعداد	متغیر
-	۰,۰۱۰	۳,۳۵	۰,۰۳۴	۲,۶۷	۲,۴۴	۱۰۰	نگرش دانشجویان به کسب‌وکار
۱	۰,۱۲۱	۳,۳۷	۰,۴۱۰	۴,۲۵	۲,۲۵	۱۰۰	ادراک از محیط دانشگاه
۲	۰,۱۴۶	۳,۶۴	۰,۵۳۳	۵,۰۰	۲,۶۷	۱۰۰	نیت کارآفرینانه
۳	۰,۱۵۷	۳,۶۰	۰,۵۶۸	۵,۰۰	۲,۵۰	۱۰۰	نگرش به کارآفرینی
۴	۰,۱۶۷	۳,۸۴	۰,۶۴۳	۵,۰۰	۲,۰۰	۱۰۰	نگرش به رقابت‌پذیری
۵	۰,۱۶۸	۳,۵۷	۰,۶۰۳	۵,۰۰	۲,۵۰	۱۰۰	نگرش به تغییر
۶	۰,۱۹۷	۳,۲۵	۰,۶۲۵	۵,۰۰	۲,۰۰	۱۰۰	نگرش به پول درآوردن
۷	۰,۲۰۲	۳,۳۴	۰,۶۷۷	۵,۰۰	۲,۰۰	۱۰۰	حمایت محیطی
۸	۰,۲۱۲	۳,۲۵	۰,۶۹۰	۵,۰۰	۱,۳۳	۱۰۰	بهبود موانع محیطی

جدول (۱)، نشان می‌دهد که میانگین ابعاد نگرش دانشجویان به کسب‌وکار در حد بالاتر از میانگین حد متوسط (۳) می‌باشد این بدین معناست که نگرش دانشجویان به کسب‌وکار دانشجویان مدیریت کسب‌وکارهای کوچک دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران مثبت و مطلوب می‌باشد. میانگین ابعاد نگرش دانشجویان به کسب‌وکار به ترتیب: نگرش به رقابت‌پذیری، نیت کارآفرینانه، نگرش به کارآفرینی، نگرش به تغییر، ادراک از محیط دانشگاه، حمایت محیطی، نگرش به پول درآوردن و بهبود موانع محیطی به ترتیب با میانگین (۳,۶۴)، (۳,۶۰)، (۳,۵۷)، (۳,۳۷)، (۳,۳۴)، (۳,۲۵)، (۳,۲۵).

میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات مربوط به نگرش دانشجویان به کسب‌وکار هم به ترتیب (۳,۳۵)، (۰,۰۳۴) و (۰,۰۱۰) می‌باشد، در میان ابعاد متغیر وابسته ضریب تغییرات بعد ادراک از محیط دانشگاه با (۰,۱۲۱) نسبت به ابعاد دیگر کم‌تر است که از لحاظ پراکندگی و اهمیت در رتبه‌ی اول قرار دارد و بعد بهبود موانع محیطی با ضریب تغییرات (۰,۲۱۲) بیشترین پراکندگی را داشته که اهمیت کمتری نسبت به ابعاد نگرش دانشجویان به کسب‌وکار دارد. اولویت‌بندی ابعاد نگرش دانشجویان به کسب‌وکار با توجه به ضریب تغییرات صورت گرفته است که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: ۱. ادراک از محیط دانشگاه (۰,۱۲۱)، ۲. نیت کارآفرینانه (۰,۱۴۶)، ۳. نگرش به کارآفرینی (۰,۱۵۷)، ۴. نگرش به رقابت‌پذیری (۰,۱۷۶)، ۵. نگرش به تغییر (۰,۱۶۸)، ۶. نگرش به پول درآوردن (۰,۱۹۷)، ۷. حمایت محیطی (۰,۲۰۲)، ۸. بهبود موانع محیطی (۰,۲۱۲).

-وضعیت توصیفی متغیر مستقل (طراحی آموزشی)

جدول (۲): وضعیت توصیفی طراحی آموزشی

ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل	تعداد	متغیر
۰,۱۰۸	۳,۱۶	۰,۳۴۲	۳,۸۸	۲,۳۸	۱۰۰	طراحی آموزشی
۰,۱۰۸	۳,۱۶	۰,۳۴۲	۳,۸۸	۲,۳۸	۱۰۰	محتوای واحد درسی

جدول (۲) نشان می‌دهد که میانگین ابعاد طراحی آموزشی بالاتر از حد متوسط آن (۳) می‌باشد بنابراین این نشان‌دهنده مناسب بودن محتوای واحد درسی می‌باشد. میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات مربوط به طراحی آموزشی (محتوای واحد درسی) به ترتیب (۳،۱۶)؛ (۰،۳۴۲) و (۰،۱۰۸) می‌باشد.

فرضیه پژوهش: طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار رشته مدیریت کسب‌وکارهای کوچک دانشگاه تهران موثر است.

طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب‌وکار موثر نیست. $H_0: \rho = 0$

طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب‌وکار موثر است. $H_1: \rho \neq 0$

با توجه به نتایج جدول زیر اگر مقدار سطح معنی‌داری بزرگ‌تر از مقدار خطا باشد، فرضیه صفر را نتیجه می‌گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی‌داری از مقدار خطا کوچک‌تر باشد فرضیه یک را نتیجه می‌گیریم.

جدول (۳): ضریب همبستگی اسپیرمن

متغیرها		نگرش دانشجویان به کسب‌وکار
طراحی آموزشی (محتوای واحد درسی)	ضریب همبستگی	۰،۷۹۵
	سطح معناداری (sig)	۰،۰۰۰
	تعداد	۱۰۰

با توجه به نتایج جدول فوق چون سطح معنی‌داری کوچک‌تر از $0/05$ است و نتیجه آن این است که فرضیه H_0 رد شده و فرضیه H_1 (فرضیه پژوهش) مبنی بر وجود ارتباط بین طراحی آموزشی و نگرش دانشجویان به کسب‌وکار پذیرفته می‌شود. همان‌گونه که مشاهده می‌شود در سطح 95% رابطه معنی‌داری بین طراحی آموزشی با نگرش دانشجویان به کسب‌وکار وجود دارد و ضریب همبستگی آن برابر با $0/795$ می‌باشد. جهت بررسی میزان تأثیر به صورت برازش مدل رگرسیون مورد تحلیل قرار گرفت، که در ادامه به آن پرداخته شده است.

برازش مدل رگرسیونی

جدول (۴): خلاصه‌ی مدل تحلیل رگرسیونی برای متغیر طراحی آموزشی

دوربین واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۲/۳۲۴	۰/۳۵۰۶۷	۰/۴۵۵	۰/۵۶۳	۰/۷۹۵

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول ۴، ضریب همبستگی (R)، میزان همبستگی میان متغیر «طراحی آموزشی» و متغیر وابسته «نگرش دانشجویان به کسب‌وکار» را نشان می‌دهد که حدود $0/795$ است و مقدار نسبتاً قوی است. ضریب تعیین (R^2) نیز نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته می‌تواند توسط «طراحی آموزشی» تبیین شود. این ضریب در اینجا 56% درصد است، یعنی 56% درصد تغییرات متغیر «نگرش دانشجویان به کسب‌وکار» توسط متغیر «طراحی آموزشی» پیش‌بینی می‌شود.

همچنین خطای استاندارد برآورد، بیانگر متوسط انحراف استاندارد داده‌ها حول خط رگرسیون است. این شاخص هراندازه کمتر باشد، یعنی میزان همبستگی میان متغیرها بیشتر بوده و میزان پراکندگی داده‌ها حول خط رگرسیونی کمتر است که در اینجا این مقدار $0/35067$ می‌باشد.

در آخر آماره دوربین-واتسون به منظور سنجش مستقل بودن مشاهده‌ها انجام شده است. بازه تغییرات آماره دوربین-واتسون بین ۴ تا ۱۰ است، لذا اگر بین باقیمانده‌ها همبستگی متوالی وجود نداشته باشد و مشاهده‌ها مستقل از یکدیگر باشد، مقدار این آماره باید به ۲ نزدیک باشد. در اینجا مقدار این آماره $1/834$ به دست آمده که نشان می‌دهد که مشاهده‌ها مستقل از یکدیگر هستند. در ادامه تحلیل‌های مربوط به آنالیز واریانس و ضرایب رگرسیونی آزمون این فرضیه آورده شده است.

جدول (۵): آنالیز واریانس متغیر طراحی آموزشی

معیار مدل	مجموع میانگین مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	Sig
رگرسیون	۸,۷۷۱	۱	۸,۷۷۱	۵۲,۹۱۰	۰,۰۰۰
باقی مانده	۵۰,۸۲۹	۹۸	۰,۰۸۹		
کل	۵۹,۶۰۰	۹۹			
متغیر پیش‌بینی کننده: طراحی آموزشی					
متغیر کنترل: نگرش دانشجویان به کسب‌وکار					

نتایج به دست آمده از جدول ۵، نشان می‌دهد که در سطح خطای $0/05$ متغیر «طراحی آموزشی» بر متغیر تصادفی «نگرش دانشجویان به کسب و کار» تأثیر معنادار است و مدل رگرسیون خطی معنادار است. همچنین بر اساس درجه آزادی‌های ارائه شده، آماره فیش در جدول توزیع فیش $3/84$ که با توجه به آماره فیش محاسبه شده در این بخش که $52/910$ می‌باشد و مقدار آماره فیش محاسبه شده، از مقدار این آماره در جدول توزیع فیش بیشتر است، فرض صفر رد شده و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول (۶): ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون

سطح معناداری	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		معیار مدل
		Beta	خطای معیار	
مقدار ثابت		-	۰,۱۸۲	۵,۶۱۰
طراحی آموزشی		۰,۴۹۱	۰,۰۷۵	۰,۴۷۰

در نهایت در جدول (۶)، ضرایب رگرسیونی آورده شده است. این جدول اطلاعات ضروری برای پیش‌بینی متغیر وابسته را ارائه می‌دهد. اطلاعات به دست آمده نشان می‌دهد که در سطح خطای ۰/۰۵، سطح معناداری برای عرض از مبدأ و شیب خط کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده که بیانگر معنادار بودن مدل رگرسیون خطی برای «ضریب ثابت» و متغیر «طراحی آموزشی» می‌باشد. به عبارت بهتر، عرض از مبدأ و شیب خط رگرسیون مخالف صفر است.

ستون ضرایب استاندارد شده، بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار Beta است، مقدار Beta در این آزمون برابر ۰/۴۹۱ محاسبه شده که نشانگر میزان تأثیر متغیر «طراحی آموزشی» بر متغیر وابسته «نگرش دانشجویان به کسب و کار» می‌باشد. به بیان بهتر، به ازای یک واحد افزایش در متغیر «طراحی آموزشی»، متغیر «نگرش دانشجویان به کسب و کار» به اندازه ۰/۴۹۱ افزایش خواهد یافت. کاربرد ضریب Beta هنگامی است که بیشتر از یک متغیر مستقل در مدل وجود داشته باشد، در این صورت مقدار Beta کمک می‌کند که سهم نسبی هر متغیر در پیش‌بینی متغیر وابسته مقایسه شده و مشخص شود که کدام متغیرها بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته دارند. در نهایت می‌توان گفت که در سطح خطای ۰/۰۵ فرضیه پژوهش تأیید شده و طراحی آموزشی برنگرش دانشجویان به کسب و کار در دانشگاه تهران رشته مدیریت کسب و کار کوچک تأثیر معنادار دارد و معادله رگرسیونی استاندارد برای این متغیر به صورت زیر است.

$$Y = AX + B$$

$$\text{نگرش دانشجویان به کسب و کار} = (\text{طراحی آموزشی}) \cdot ۰/۴۷۰ + ۵/۶۱۰$$

بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی موضوع علمی چندبعدی و بین‌رشته‌ای است که توجه پژوهشگران رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و غیره را به خود جلب نموده است و هر یک از پژوهشگران سعی نموده‌اند تا از منظر تخصص خود به بررسی و کالبدشکافی آن بپردازند.

یکی از عمده‌ترین چالش‌هایی که آموزش عالی و دانشگاه‌ها با آن روبه‌رو هستند و همواره باید توجه خاصی به آن کنند، تربیت نیروی کارآمد و کارآفرین است. دغدغه‌ی آموزش عالی این است که دانشجویان دارای دانش عملی و مهارت‌های حرفه‌ای شوند تا بتوانند کارآفرینی کنند و مشاغل تازه پدید آورند (قاسمی و اسدی، ۱۳۸۹). دانشجویان به خوبی این موضوع را درک کرده‌اند که در بیرون از دانشگاه شغل آماده‌ی منتظر آنان نیست و خود باید به فکر ایجاد کسب و کار باشند، که همین وضعیت سبب شده است که نگرش دانشجویان به کارآفرین شدن تا حدودی شکل بگیرد. از سویی نگرش، بهترین پیش‌بینی کننده رفتار می‌باشد. با توجه به نقش دانشگاه‌ها به عنوان اساسی‌ترین مراکزهای آموزش عالی در کشور و طراحی آموزشی به عنوان قلب فعالیت این مراکزها در ایجاد نگرش دانشجویان به کسب و کار، ضرورت توجه به این مولفه اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. بنابراین، این پژوهش در صدد واکاوی بررسی تأثیر طراحی آموزشی بر نگرش دانشجویان به کسب و کار در بین دانشجویان رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه تهران بود. در این پژوهش اثرگذاری متغیر مستقل نامبرده بر متغیر وابسته توسط آزمون‌ها و روش‌های آماری بررسی گردید که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

بر اساس نتایج به دست آمده از آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی، ۵۴ نفر از دانشجویان دختر (معادل ۵۴ درصد نمونه آماری) و ۴۶ نفر از دانشجویان پسر (معادل ۴۶ درصد نمونه آماری) و همچنین بیشترین فراوانی مربوط به سن در رده‌ی سنی ۲۱-۲۲ سال با ۴۰ نفر (معادل ۴۰ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به رده‌ی سنی ۲۷-۲۸ سال با ۵ نفر (معادل ۵ درصد) بودند.

بر اساس نتایج به دست آمده از آمار استنباطی :

فرضیه پژوهش تایید شد؛ به این معنا که طراحی آموزشی (محتوای درسی) بر نگرش دانشجویان به کسب و کار در رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه تهران تاثیر معنادار دارد.

نتایج به دست آمده از آزمون های آماری نشان می دهد که متغیر (طراحی آموزشی) در سطح خطای ۰/۵، بر متغیر تصادفی «نگرش دانشجویان به کسب و کار» تاثیر معنادار دارد. در این پژوهش به کمک آزمون رگرسیون خطی مشاهده شد که حدود ۸ درصد از تغییرات متغیر «نگرش دانشجویان به کسب و کار» توسط متغیر «طراحی آموزشی» پیش بینی می شود. همچنین مقدار β در این آزمون برابر با ۰/۴۹۱ محاسبه شده که نشان می دهد به ازای یک واحد افزایش در متغیر «طراحی آموزشی»، متغیر «نگرش دانشجویان به کسب و کار» به اندازه ۰/۴۹۱ افزایش خواهد یافت. نتایج تحلیل رگرسیون حاکی از آن است که عرض از مبدا و شیب خط رگرسیون مخالف صفر بوده و معادله رگرسیون غیر استاندارد برای این متغیر به شرح زیر است:

$$Y = AX + B$$

$$\text{نگرش دانشجویان به کسب و کار} = (\text{طراحی آموزشی}) \times 0.491 + 0.561$$

محتوای آموزشی یکی از عناصر بسیار مهمی است که در فرایند ارزیابی سیستم آموزشی مورد آزمون قرار می گیرد، مانند پژوهش زین آبادی (۱۳۸۳). در پژوهش حاضر، میانگین به دست آمده برای گویه های این متغیر نشان می دهد که دانشجویان محتوای ارائه شده برای کارآفرینی در دانشگاه تهران در سطح نسبتاً خوب ارزیابی کرده اند.

منابع و مراجع

۱. احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: انتشارات پردیس ۵۷.
۲. امیری، علی نقی؛ مرادی، یزدان (۱۳۸۷). نگرش های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. شماره ۴۹
۳. سیف، علی اکبر (۱۳۷۸). روانشناسی پرورشی نوین روانشناسی یادگیری و آموزش (ویرایش ششم) تهران: انتشارات دوران
۴. رستگار پور، حسن (۱۳۸۶). فصلنامه علمی تخصصی روانشناسی و اطلاع رسانی، شماره اول، بهار ۱۳۸۶.
۵. رضایان، علی (۱۳۹۱). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت). چاپ یازدهم
۶. زندی، طالب (۱۳۹۱). درآمدی بر طراحی آموزشی مبتنی بر رویکرد ساختن گرایی و تاثیر آن بر تقویت مهارت های خود نظم دهی یادگیرندگان.
۷. گانیه، آر. ام، لسلی جی، بریگز، والتر دبلیو. ویگر، «اصول طراحی آموزشی»، ترجمه: خدیجه علی آبادی، (۱۳۷۴). تهران: نشر دانا، ۲۸۲.
۸. عسگری پور، حسین و همکاران (۱۳۹۲). بررسی تاثیر نگرش به کسب و کار بر مهارت های کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه های غیر پزشکی شهرستان چابهار). دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی. قم: دانشگاه پیام نور.
۹. فردانش، هاشم (۱۳۸۴). طراحی نظام های آموزشی تهران: انتشارات سمت
۱۰. لشین و همکاران (۱۳۷۴). راهبردها و فنون طراحی آموزشی، ترجمه هاشم فردانش، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).

۱۱. ملکی، ح (۱۳۸۴). شیوه طراحی و تألیف کتاب درسی (بخش پیکره و متن). (سخن سمت، شماره ۱۵، ۹-۲۴).
۱۲. مقیمی، سید محمد و رمضان، مجید، (۱۳۹۰)، پژوهشنامه مدیریت، جلد دوازدهم، انتشارات راه‌دان، تهران.
۱۳. نوروزی، داریوش. (۱۳۷۱). مبانی طراحی آموزشی، نشر: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها
14. Ervik, A.O.(2003),IQ and Wealth of Nations, The Economic Journal, Vol.61,No.4,pp.227-291.
15. Maheshwari, R.P.(2004), Principals of Business Study, Published by: Pitambar Publishing Company,New Delhi, Vol.1 ,Reprinted7.
16. Pfeffer, J.Salancik, G.(1978),A social Information Processing Approach to Job Attitude and Task Design, Administrative Science Quarterly, Vol.23,No.2,pp.224-253