

عنوان مقاله:

ارزیابی اثر بخشی بازارچه های کارآفرینی در تقویت انگیزه کارآفرینی در دانش آموزان

محل انتشار:

دهمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

عزت لشکری - دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی و کسب و کار جدید، دانشگاه علم و صنعت ایران.

رحیم خانی زاد - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر ارزیابی اثر بخشی بازارچه های کارآفرینی در تقویت انگیزه کارآفرینی در دانش آموزان بود. پژوهش حاضر یک مطالعه شبه آزمایشی با طرح پیش آزمون- پس آزمون با گروه گواه بود. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی دانش آموزان دختر مقطع متوسطه اول ناحیه دو مشهد که در دامنه سنی ۱۳ تا ۱۵ سال در سال ۱۳۹۹-۱۴۰۰ مشغول به تحصیل بودند که تعداد ۳۲ نفر از آن ها به شیوه نمونه گیری خوشه تک مرحله ای انتخاب شدند و به صورت تصادفی در دو گروه ۱۶ نفره (گروه کنترل ۱۵ نفر و گروه آزمایش ۱۵ نفر) گمارده شدند. جمع آوری داده ها بر اساس پرسشنامه انگیزه کارآفرینی دکر و کالو (۲۰۱۲) انجام گرفت. نتایج تحلیل کواریانس پژوهش نشان داد که دوره های بازارچه های کارآفرینی بر تقویت انگیزه کارآفرینی و مولفه های آن کنجاوی برای شناسایی ایده ها، انگیزه خوداشتغالی، اختصاص وقت آزاد برای برنامه ریزی کسب و کار، توانایی اداره کسب و کار در دانش آموزان تاثیر معنی داری دارد معناداری داشت.

کلمات کلیدی:

بازارچه های کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی، دانش آموزان دختر متوسطه اول، آموزش و پرورش مشهد.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1556978>

