

# تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی

داود مجیدی<sup>۱</sup>

بهمن یاسبلاغی شراهی<sup>۲</sup>

میترا علیمحمدی<sup>۳</sup>

## چکیده

هدف از مقاله حاضر، بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه خوارزمی تهران است. بدین منظور از بین کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه خوارزمی در سال تحصیلی ۹۰-۸۹؛ (N=650)، ۳۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای به عنوان نمونه انتخاب و سپس به طور تصادفی در دو گروه آزمایش و گواه قرار گرفتند. روش مطالعه در این پژوهش آزمایشی و طرح مورد استفاده پیش‌آزمون - پس‌آزمون با گروه کنترل است. ابزار مورد استفاده شامل آزمون نگرش کارآفرینانه رابینسون و پرسشنامه روحیه کارآفرینی آقایی بوده است. داده‌های جمع‌آوری‌شده با استفاده از آزمون تی استیودنت و ضریب همبستگی پیرسون مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج بیانگر آن است که آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی و روحیه کارآفرینی دانشجویان، تأثیر مثبت دارد، همچنین یافته‌ها نشانگر رابطه‌ای معنادار بین نگرش کارآفرینی و روحیه کارآفرینی عمومی دانشجویان است. براساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت، کارآفرینی امری قابل آموزش است، که می‌توان از طریق آموزش، تأثیرات مثبتی در روحیه کارآفرینی دانشجویان ایجاد نموده، علاوه بر شکل‌دهی به نگرش دانشجویان، آن را تقویت کرد.

**کلمات کلیدی:** آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینی، روحیه کارآفرینی، دانشجویان.

Email: davoodmajidi@gmail.com

۱. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه خوارزمی

۲. استادیار دانشگاه اراک

۳. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه خوارزمی

دریافت مقاله: ۹۱/۲/۱۵ تصویب نهایی: ۹۱/۸/۳۰

## مقدمه

تغییر و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی و چالش‌های پی در پی نظام اقتصادی یا اجتماعی، کاهش ذخایر زیر زمینی، افزایش فقر و بیکاری، موجبات توجه عمیق سیاستگذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم نموده آنجا که آخرین الگوی توسعه را توسعه مبتنی بر کارآفرینی قلمداد کرده‌اند (ظهیری، ۱۳۸۶). کارآفرینی را باید یکی از ضروریات هزاره جدید دانست، عصری که در بردارنده پیامدهای مهمی همچون فراگیری فناوریهای نوظهور و تغییر و تحولات شتابناک در عرصه مبادلات بشری و رقابت شدید و بی‌رحمانه در عالم کسب و کار است، در چنین فضایی کار آفرینی به مثابه عامل رشد، توسعه و نیز یکی از شاخص‌های تاثیر گذار در رصد کردن چشم انداز مطلوب هر جامعه ای یاد می‌شود که نقش بزرگی در به چالش کشیدن انسان‌های عصر پست مدرن دارد (کلارگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). بنابه ضرورت و همزمان با آشکار شدن تاثیر کارآفرینی بر روند اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی کشورها، تلاش در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینانه در بین مدیران، تجار و دانشجویان و کارآفرینان بالفعل شدت گرفت (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۶).

کلمه کارآفرینی<sup>۲</sup> از قرن ۱۵ میلادی رایج گردیده و برگرفته از واژه فرانسوی درمعنای متعهد شدن<sup>۳</sup> است (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۹)، این کلمه را جان استوارت میل در سال ۱۹۸۴ به کلمه انگلیسی در معنای کارآفرینی ترجمه کرد. بر اساس فرهنگ لغت وبستر<sup>۴</sup>، یک کارآفرین شخصی است که سازماندهی می‌کند، مدیریت می‌کند و خطرات و ریسک‌های یک توسعه‌ی بازرگانی را به عهده می‌گیرد. شومپتر<sup>۵</sup> کارآفرینی را نیروی محرک اصلی در توسعه اقتصادی می‌داند و فرآیند کارآفرینی را تخریب خلاق می‌نامد. از نظر وی نوآوری در زمینه‌ی ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه و یافتن منابع جدید کارآفرینی است (عباس زادگان، ۱۳۸۳). با وجود تعاریف گوناگون از کارآفرینی، تعریفی که تقریباً شامل همه‌ی تعریف‌های ارائه شده باشد عبارت است از: کارآفرینی فرآیندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمانهای جدید و نوآور و رشدیابنده می‌نماید، این امر

1. Clark
2. Entrepreneurship
3. Entrcpvender
4. Webster Dictionary
5. Schumpeter

توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد (گودرزوند و فروزان فر، ۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی مقدمه ای برای کارآفرینی فراهم می‌کند و هدف آن پرورش و تربیت کارآفرینان آینده، توسعه مهارت‌ها و روحیه کارآفرینی و دانش یا مهارت‌های خطر کردن در افراد است (بریگا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). فعالیت‌های آموزش کارآفرینی<sup>۲</sup> به طور رسمی از اواسط دهه ۷۰ میلادی آغاز شده است (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۶). گیب<sup>۳</sup>، کلارک و مک فرسون<sup>۴</sup>، آموزش کارآفرینی را فرآیندی نظام‌مند<sup>۵</sup>، آگاهانه<sup>۶</sup> و هدف‌گرا<sup>۷</sup> می‌دانند که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرینی استفاده شده و بهبود و توسعه نگرش‌ها و مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (همان منبع). آموزش کارآفرینی به دنبال آماده سازی برای مسئولیت پذیری و کارآفرین کردن افرادی است که می‌خواهند کارآفرین، یا متفکران کارآفرینی باشند. در عصر ما، آموزش معطوف به کارآفرینی در دانشگاه‌های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه رو به افزایش است. این برنامه‌ها عمدتاً با هدف ایجاد تجربه های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگیهای کارآفرین طراحی شده‌اند و معمولاً این برنامه‌ها به دانشجویان در تولید ایده های نوین و برنامه ریزی به منظور علمی ساختن این ایده‌ها کمک می‌کنند (میرعرب<sup>۸</sup>، ۲۰۰۷).

دانشجویان از طریق آموزش کارآفرینی توانایی ایجاد و اداره یک خطر جدید و توانایی تفکر خلاق و انتقادی را در خود رشد می‌دهند (آنونیموس<sup>۹</sup>، ۲۰۰۶). سازمان علمی، آموزشی یونسکو<sup>۱۰</sup> در چشم انداز جهانی آموزش عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه‌های نوین را به عنوان جایگاهی که در آن‌ها مهارت‌های کارآفرینی به منظور تسهیل قابلیت‌های فارغ‌التحصیلان برای تبدیل شدن به ایجاد کنندگان کار، توسعه می‌یابد، تعریف کرده است. بدیهی است یکی از ابزارهای عمده توسعه کارآفرینی - و به تبع آن ایجاد اشتغال - آموزش، به ویژه در سطح تحصیلات عالی است (کردنائیج و شمس، ۱۳۸۴). انسان در محیط‌های مادی، اجتماعی و فرهنگی با موارد تازه ای

1. Briga
2. Entrepreneurship Training
3. Gibb
4. Mcpherson
5. Systematic process
6. Consciously
7. Goal
8. Mir arab
9. Anonymus
11. UNESCO

برخورد می‌کند و نسبت به آن‌ها دارای عقاید و احساسات تازه ای می‌شود که این موارد به شکل گیری نگرش‌هایی در او می‌گردد و آمادگی و تمایل پیدا می‌کند که به نحو خاصی در برخورد با آن‌ها رفتار کنند و بدین ترتیب نگرش‌های او شکل می‌گیرد. با شکل‌گیری نگرش‌ها احتیاج انسان به تفکر و اخذ تصمیم جدید کم شده و رفتار او نسبت به این موارد، عادی، قالبی و قابل پیش بینی می‌گردد، بدین گونه است که باورها و نگرش‌های مشخص بر رفتار فرد حکومت می‌کنند (کرچ و اس کراچ، ۱۹۶۲). نگرش کارآفرینانه، نگرشی محسوب می‌شود که اجزای انگیزهی پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را در ترکیبی با ابعاد سه گانه نگرش (شناختی، احساسی و رفتاری) را دارا است (مصحف، ۱۳۸۴). در ادبیات کارآفرینی تحقیقات فراوانی در تأیید نقش آموزش‌های کارآفرینی و تاثیرات آن بر تغییر نگرش مشاهده می‌شود به‌طور کلی نگرش‌ها بهترین وسیله و توصیف‌گر برای اقدام به کارآفرینان بیان شده‌اند. بسیاری از محققین براین عقیده‌اند که داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت‌های بیشتر در زمینه کارآفرینی می‌گردد (سیمونز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹). تحقیقات انجام شده تاکید می‌کند که فرآیندها و برنامه‌های آموزشی خاص می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آن‌ها به دانش و مهارت‌های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند (کیا و احمد زاده، ۱۳۸۶). به باور گیب وهانن<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، نقل از رضایی و رهسپار (۱۳۸۸)، یکی از هدف‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها تمرکز بر پرورش نگرش‌های کارآفرینانه در دانشجویان است، آن‌ها باید یاد بگیرند که افرادی نوآور و خلاق باشند و ابتکار و تفکر مستقل را بیاموزند (رضایی و رهسپار، ۱۳۸۸). با توجه به اهمیت کارآفرینی و آموزش آن، تحقیقات مختلفی نیز انجام شده است، در تحقیقی که صمدی و شیرزادی اصفهانی (۱۳۷۶) به بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی دانش آموزان در مدارس اصفهان پرداخته‌اند نتیجه گرفتند که بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (صمدی و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۶). همچنین سلیمی فر و مرتضوی (۱۳۸۴) به بررسی موفقیت مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای در زمینه تشکیل سرمایه انسانی و پرورش روحیه کارآفرینی پرداختند و نتیجه گرفتند که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای توفیق قابل توجهی در پرورش نیروی ماهرکار (سرمایه انسانی) و تربیت نیروی انسانی خود اشتغال (کارآفرین) داشته‌اند (سلیمی فر و مرتضوی، ۱۳۸۴). جین<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، در تحقیقات خود با عنوان دانشگاه‌ها یا

1. Simmones
2. Gibb & Hannon
3. Jain

کارآفرینان؟ دریافتند انتشار مقالات پژوهشی زیاد، نقش برجسته‌ای در تجاری کردن اختراعات علمی دارند. نوآوری از اجرای خلاقانه دانش آغاز می‌شود و تغییر دادن دستورالعمل‌ها تقویت دانشگاه‌ها را به همراه دارد (جین و گرگیب<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). مصحف در تحقیقی که با هدف شناسایی تاثیر مشاوره شغلی بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه اصفهان انجام داده بود به این نتیجه دست یافت که مشاوره شغلی بر تغییر نگرش کارآفرینانه و افزایش رفتار کارآفرینانه دانشجویان موثر بوده است. راشید در تحقیقات خود به این نتیجه دست یافت که آموزش کارآفرینی بر افزایش نگرش‌های خاص و خصوصیات کارآفرینانه افراد منتهی می‌شود. وسپر<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) طی تحقیقی به این نتیجه رسید که آموزش کارآفرینی می‌تواند در افزایش رغبت افراد برای اقدامات کارآفرینانه موثر باشد (وسپر<sup>۳</sup>، ۱۹۹۰). اگرن و فیش بین<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) براساس الگوی رفتار طرح ریزی شده معتقدند که با تاثیر گذاری بر باورهای برجسته افراد می‌توان قصد آن‌ها را به سمت رفتاری خاص تحریک نمود (اگرن و فیش بین<sup>۵</sup>، ۱۹۷۵). بر همین اساس نتایج پژوهش داگلاس و شپرد<sup>۶</sup> (۱۹۹۹) نیز نشان داد که آموزش‌های کارآفرینی بر نگرش خاص به کارآفرینی تأثیرگذار بوده و این نگرش‌ها قصد کارآفرینی را در فراگیران بوجود می‌آورد (داگلاس و شپرد<sup>۷</sup>، ۱۹۹۹) با توجه به اینکه نیروی انسانی کارآمد و متخصص، یکی از اساسی‌ترین شاخص‌های توسعه یافتگی کشورها محسوب می‌شود (ریاحی، ۱۳۸۶)، و از آنجایی که کارآفرینی در کشور ما پدیده‌ای نو و جدید است، ترویج و اشاعه مفاهیم و راهکارهای علمی اشتغال و کارآفرینی در جامعه و به خصوص در محیط‌های دانشگاهی و در رابطه با دانشجویان به عنوان نسل فرهیخته یک ضرورت به شمار می‌رود، بنابراین در این پژوهش به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی پرداخته می‌شود.

فرضیه‌های مورد بررسی در این پژوهش عبارتند از:

آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

آموزش کارآفرینی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

بین نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی دانشجویان، ارتباط معنادار وجود دارد.

1. Jain & Gergeb
2. Vesper
3. Vesper
4. Agren & Fishbin
5. Agren & Fishbein
6. Dauglas & Ahepherd
7. Douglas & Shepherd

## روش شناسی

این پژوهش، یک مطالعه آزمایشی با طرح پیش آزمون - پس آزمون با گروه کنترل است که در آن اثر آموزش کارآفرینی بر نگرش و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش، انتخاب آزمودنی‌ها و جایگزینی آن‌ها در گروه‌های آزمایش و گواه به صورت تصادفی بوده و در آن با ارائه متغیر مستقل یعنی آموزش کارآفرینی به گروه آزمایش و عدم ارائه آن به گروه کنترل، و تاثیر آن بر متغیر وابسته، یعنی نگرش و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی بررسی گردید. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، شامل کلیه دانشجویان دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه خوارزمی تهران که در سال تحصیلی ۹۰-۸۹ مشغول به تحصیل بودند، است ( $N=650$ )، که از این تعداد ۳۰ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه‌ای به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند، که پس از اجرای پیش آزمون به طور تصادفی در دو گروه آزمایش و گواه قرار گرفتند. به دانشجویان گروه آزمایش، کلاس‌های کارآفرینی در ۱۲ جلسه و به مدت ۱ ماه، آموزش داده شد، سپس پس آزمون اجراء گردید. ابزار مورد استفاده در این پژوهش آزمون نگرش کارآفرینانه رایبسون و پرسش‌نامه روحیه کارآفرینی صمد آقایی (۱۳۷۲) بوده است. پایایی این پرسشنامه در مطالعات گوناگون مورد تایید قرار گرفته از جمله اینکه در پژوهش (مشایخ، ۱۳۸۳) با استفاده از روش آلفای کرونباخ ضریب ۰/۸۴ برای پایایی آن گزارش شده است (مشایخ، ۱۳۸۳). برای تعیین روایی از نظر متخصصان استفاده گردید، داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آزمون T، و ضریب همبستگی پیرسون و با استفاده از نرم افزار spss ۱۸ مورد تحلیل قرار گرفت.

## یافته‌ها

## توصیف داده‌ها

جدول شماره ۱- فراوانی و درصد فراوانی گروه و جنسیت

	درصد فراوانی	تعداد	مرد	زن	
آزمایش	۰.۵۰	۱۵	۴	۱۱	
کنترل	۰.۵۰	۱۵	۴	۱۱	

در این پژوهش ۳۰ آزمودنی شامل (۸ مرد و ۲۲ زن) در دو گروه کنترل و آزمایش و به طور مساوی تقسیم شده و مورد بررسی قرار گرفتند.

### تحلیل داده‌ها

فرضیه اول پژوهش: آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

جدول ۲- نتایج تحلیل t مستقل نگرش کارآفرینی و روحیه کارآفرینی در گروه کنترل و آزمایش در پیش آزمون

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	درجه آزادی	T	سطح معناداری
نگرش کارآفرینی	آزمایش	۱۵	۴۰۵.۴۱	۶۰.۲۳	۲۸	۱.۰۵	۰.۱۱
	کنترل	۱۵	۴۱۵	۵۱.۷۶			
روحیه کارآفرینی	آزمایش	۱۵	۴۵.۴۱۱	۵.۱۲	۲۸	۱.۱۲	۰.۱۳
	کنترل	۱۵	۴۸.۸۳	۳.۷۳			

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، میانگین نمرات نگرش کارآفرینی در پیش آزمون دو گروه آزمایش و کنترل با توجه به  $(t=1.05)$  و در سطح معناداری  $(p=0.11)$  تفاوت معناداری نداشته است یعنی قبل برنامه آموزش کارآفرینی دو گروه آزمایش و کنترل از نظر نگرش کارآفرینانه مشابه بوده‌اند.

همچنین چنانکه از جدول پیداست، روحیه کارآفرینی در پیش آزمون، در دو گروه آزمایش و کنترل با توجه به  $(t=1.12)$  و در سطح معناداری  $(p=0.13)$  تفاوت معناداری نداشته است. یعنی روحیه کارآفرینی قبل از اجرای آموزش کارآفرینی در هر دو گروه آزمایش و کنترل مشابه بوده است.

جدول شماره ۳- نتایج تحلیل t مستقل نگرش کارآفرینی و روحیه کارآفرینی در گروه کنترل و آزمایش در پس آزمون

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	درجه آزادی	T	سطح معناداری
نگرش کارآفرینی	آزمایش	۱۵	۴۳۹.۲۹	۴۵.۲۹	۲۸	۳.۱۲	۰.۰۰۰
	کنترل	۱۵	۴۰۲.۳	۴۹.۰۴			
روحیه کارآفرینی	آزمایش	۱۵	۵۲.۵۲	۲.۷۰۵	۲۸	۲.۹۲	۰.۰۰۰
	کنترل	۱۵	۴۷.۲۵	۳.۹۵			

همان‌گونه که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، بعد از آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه گروه آزمایش بیشتر از گروه کنترل بوده و با توجه به  $(t=3.12)$  و در سطح

معناداری ( $p=0.000$ ) این تفاوت معنادار بوده است. به عبارتی می‌توان گفت بعد از اجرای آموزش کارآفرینی نگرش کارآفرینانه گروه آزمایش در پس آزمون افزایش یافته ولی در گروه کنترل افزایشی صورت نگرفته است، پس با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه دانشجویان تاثیر گذاشته است و این تاثیر در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین فرضیه اول پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد. فرضیه دوم پژوهش: آموزش کارآفرینی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تاثیر مثبت دارد.

همان‌گونه که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، پس از ارائه آموزش کارآفرینی، روحیه کارآفرینی گروه آزمایش نسبت به گروه کنترل افزایش یافته است، که این افزایش روحیه کارآفرینی با توجه به ( $t=2.92$ ) و سطح معناداری ( $p=0.000$ ) بوده است. این در حالی است که این افزایش با توجه به جدول در پیش آزمون تغییری نداشته است، بنابراین با توجه به نتایج جدول ۳ در پس آزمون می‌توان با اطمینان ۹۹ درصد گفت، آموزش کارآفرینی در روحیه کارآفرینی دانشجویان تاثیر گذاشته است و این تاثیر در سطح ۰/۰۱ معنادار است و فرضیه دوم پژوهش نیز مورد تایید قرار می‌گیرد.

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی تاثیر مثبت و معناداری بر روحیه کارآفرینی دانشجویان داشته است. با اینکه مشاهده می‌شود در پیش آزمون تفاوت معناداری بین گروه آزمایش و کنترل وجود ندارد، اما در پس آزمون و بعد از اجرای آموزش کارآفرینی تفاوت معناداری میان دو گروه مشاهده می‌شود و روحیه کارآفرینی گروه آزمایش بیشتر از گروه کنترل است. فرضیه سوم پژوهش: بین نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی دانشجویان، رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۴- نتایج همبستگی پیرسون، نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی در پس آزمون

سطح معناداری	R2	R	تعداد	نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی
0/04	0/40	0/64	۱۵	گروه آزمایش
0/102	-	0/493	۱۵	گروه کنترل

همان‌طور که از جدول شماره ۴ پیداست، در پس آزمون گروه آزمایش همبستگی معناداری بین نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی با توجه به ( $P=0.04, R=0.64$ ) وجود دارد، این همبستگی با توجه به ( $P=0.103, R=0.493$ ) در پس آزمون گروه کنترل



بین نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی وجود ندارد، همچنین از جدول شماره ۴ می‌توان این استنباط را نمود که نگرش کارآفرینانه تا ۰.۴۰ روحیه کارآفرینی را پیش بینی می‌کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی فرضیه اول این نتیجه حاصل شد که آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر روی نگرش کارآفرینانه دانشجویان داشته است. این نتیجه با نتایج تحقیقات مصحف (۱۳۸۴)، راشید<sup>۱</sup> (۲۰۰۰)، وسپر<sup>۲</sup> (۱۹۹۰)، داگلاس و شفرد (۱۹۹۹) و رایبسون و همکاران (۱۹۹۱)، به نقل از مصحف (۱۳۸۴)، براون (۲۰۰۰) همخوانی دارد. در بررسی فرضیه دوم مبنی بر اینکه آموزش‌های کارآفرینانه بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت دارد، می‌توان دریافت که آموزش‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر روحیه کارآفرینی دانشجویان داشته است. این نتیجه، با نتایج تحقیقات شمعی زاده (۱۳۸۵)، سولیوان و ماهالیک<sup>۳</sup> (۲۰۰۰)، کازوف<sup>۴</sup> (۲۰۰۳)، میفیلد و ویور<sup>۵</sup> و لوزو (۱۹۹۹) همخوانی دارد. براین اساس می‌توان بیان داشت که از طریق آموزش‌های کارآفرینی می‌توان در روحیه کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت بر جای گذاشت. جهت بررسی فرضیه سوم، مبنی بر اینکه بین نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد، باید گفت؛ که بین نگرش کارآفرینانه و روحیه کارآفرینی دانشجویان در گروه آزمایش همبستگی معناداری وجود دارد، این یافته‌ها با تحقیقات وسپر (۱۹۹۰) و کاسوف (۲۰۰۳) همسو است. همچنین یافته‌ها نشان داد، دانشجویانی که آموزش کارآفرینی دیده بودند، نسبت به دانشجویانی که آموزش ندیده بودند، از روحیه کارآفرینی بالاتری برخوردار هستند. به عبارتی، براساس این یافته از یک سو می‌توان گفت کارآفرینی امری قابل آموزش است که با نتایج سایر تحقیقات از جمله تحقیق کازوف (۲۰۰۳)، (برجیا، ۱۹۹۶) و راشید (۲۰۰۰) همسو است.

در نتیجه‌گیری نتایج فرضیه اول، می‌توان بیان داشت که نگرش کارآفرینانه صفت ذاتی افراد نبوده، بلکه از طریق آموزش‌های کارآفرینی می‌توان نگرش کارآفرینی را شکل داد و تقویت نمود. به عبارتی براساس این یافته از یک سو می‌توان گفت

1. Rashed
2. Vesper
3. Sellivan & Mahalik
4. Kasouf
5. Myfield & Wevre

کارآفرینی امری قابل آموزش است که با نتایج سایر تحقیقات از جمله تحقیق (برجیا ۱۹۹۶) و راشید (۲۰۰۰)، نیز همسو است. سیمونز<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، نگرش‌ها را بهترین وسیله و توصیف گر برای کارآفرینی دانسته و بیان می‌دارد که بسیاری از محققان بر این عقیده‌اند که داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت‌های بیشتر در زمینه کارآفرینی می‌گردد (سیمونز، ۱۹۹۹). رابینسون<sup>۲</sup> و همکاران (۱۹۹۱) به نقل از مصحف (۱۳۸۴)، بیان می‌دارد که نگرش‌ها بهترین پیش بینی کنندگان برای تمایلات کارآفرینانه بوده و این نگرش‌ها همان طور که بر اساس تعلیمات خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد گردیده‌اند می‌توان باز هم با آموزش و یادگیری در آن‌ها تغییراتی ایجاد نمود. بنابراین از طریق ارائه دوره‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی می‌توان بر نگرش کارآفرینانه افراد تاثیر گذاشته و مقاصد رفتاری خاص را در جهت کارآفرینی در آن‌ها ایجاد نمود. فراگیران آموزشهای کارآفرینی از طریق دریافت حقایق، دانش و اطلاعات در زمینه کارآفرینی و ضرورت و نقش آن در رفع ابهام از آینده شغلی خود، باورهای را نسبت به کار آفرینی بدست می‌آورند و این باورها همراه با ارزشیابی است که آیا این روش بر طرف کننده نیازهای شغلی آنها می‌تواند باشد یا خیر. بنابراین پس از شکل گیری اجزاء شناختی و عاطفی آمادگی برای عمل براساس کارآفرینی در فراگیران شکل می‌گیرد و نتایج تحقیق بیانگر آن است که آموزش‌های کارآفرینی بر اجزا نگرش کارآفرینانه تاثیر گذار بوده و نگرش کارآفرینانه را تقویت نموده است. در جمع بندی از فرضیه دوم، لوتانز<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۰)، نقل از شمعی زاده (۱۳۸۵) روحیه کارآفرینی را یکی از ملزوماتی می‌داند که برای داشتن انگیزه‌ی کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه، جزء لازم و حتمی به شمار می‌آید. از آنجایی که آموزش منجر به توانمند سازی افراد می‌شود، آموزش‌های کار آفرینی قادرند تا توانمندی افراد را زمینه کارآفرینی جهت داده و این توانمندسازی منجر به روحیه کارآفرینی در افراد گردد. از طریق روحیه کارآفرینی، باور خودکارآمدی فراگیر نیز تحت تاثیر آموزش‌های کارآفرینی، تقویت می‌شود کازوف (۲۰۰۳). نتایج این پژوهش، تاثیر گذاری آموزش‌های کارآفرینی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان را مورد تایید قرار داده است. در جمع بندی فرضیه سوم، می‌توان بیان داشت که از طریق آموزش‌های کارآفرینی می‌توان بر روحیه

- 
1. Simmones
  2. Robinson
  3. Luthans

کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه تأثیر گذاشته و همزمان با شکل‌گیری روحیه کارآفرینی نگرش کارآفرینانه در افراد تقویت شود. البته به دلیل محدودیت‌های روش آزمایش باید در مورد تعمیم فرضیه سوم جانب احتیاط را لحاظ داشت زیرا در آزمون همبستگی حداقل نمونه باید مراعات شود اما در اینجا بنا به ضرورت تحقیق و با درک این محدودیت، این بررسی صورت گرفته است.

برپایه نتایج پژوهش به تمامی دست‌اندر کاران پیشنهاد می‌شود که با آموزش کارآفرینی به اقشار تحصیل‌کرده و تأثیرگذار جامعه موجب بهبود نگرش و روحیه کارآفرینی در نسل فرهیخته جامعه نسبت به امر کارآفرینی گردند.



## منابع

- ظهیری، م. (۱۳۸۶). توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم پزشکی). فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی سازمان همیاری اشتغال جهاد دانشگاهی، ۵(۱۷)، ۲۰-۹.
- احمدپور داریانی، م.، و مقیمی، س. م. (۱۳۸۶). نقش دولت در توسعه آموزش کارآفرینی. ماهنامه تدبیر، ۱۱۶.
- احمد پور داریانی، م.، و مقیمی، س. م. (۱۳۸۹)، مبانی کارآفرینی. تهران: نشر فراندیش.
- عباس‌زادگان، م. (۱۳۸۳). (مدیریت کیفیت و کارآفرینی). ماهنامه مدیریت، ماهنامه علوم انسانی، ۱۴، ۸۹-۹۰.
- گودرزوند چگینی، م.، و فروزان‌فر، ا. (۱۳۸۶). (تأثیر پیاده‌سازی سه اصل مدیریت کیفیت فراگیر در سازمان‌های کارآفرین). فصلنامه اشتغال و کارآفرینی، سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان جهاد دانشگاهی، ۱۵(۱۹).
- ذبیحی، م. ر.، و مقدسی، ع. (۱۳۸۶). کارآفرینی از تئوری تا عمل. تهران: انتشارات نما.
- کردنائیچ، ا.، و شمس، ش. ا. (۱۳۸۴). نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال در کشور. مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران. انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.
- کرچ، د.، و اس‌کراچ، ف. (۱۹۶۲). فرد در اجتماع. ترجمه محمد صناعی (۱۳۷۴)، تهران.
- مصحف، ه. (۱۳۸۴). بررسی تأثیر مشاوره شغلی به سبک نظریه یادگیری اجتماعی و انتخاب شغل کرامبو لتزبر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- کیا، م.، و احمدزاده، ن. (۱۳۸۶). کارآفرینی و آموزش عالی. فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی سازمان همیاری اشتغال جهاد دانشگاهی، ۵(۱۹)، ۴۹-۴۱.
- رضایی، م. ح.، و رهسپار، ط. (۱۳۸۸)، بررسی چگونگی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد داراب. فصلنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرو دشت، ۲(۴)، ۶۲-۴۵.
- صمدی، پ.، و شیرزادی اصفهانی، ه. (۱۳۸۶). بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان در مدارس اصفهان. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، ۱۶(۵).
- سلیمی فر، ح.، و مرتضوی، س. (۱۳۸۴). سرمایه انسانی و کارآفرینی در رویکرد فنی و حرفه‌ای (مورد مطالعاتی خراسان). فصلنامه دانش و توسعه، ۱۷، ۲۴-۳۹.

ریاحی، ع. (۱۳۸۶). نگاهی به جایگاه نخبگان در افق چشم انداز ۲۰ ساله، مجموعه مقالات دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی، تهران. انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.

مشایخ، ف. (۱۳۸۳). بررسی رابطه بین پایگاه اجتماعی و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.

شماعی زاده، م. (۱۳۸۵). بررسی تأثیرات مشاوره شغلی به شیوه شناختی اجتماعی بر افزایش خود کارآمدی کارآفرینی و باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان دانشگاه اصفهان، پایان نامه تحصیلی کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

Sullivan, R., & Mahalik, R. (2000). Increasing career self-efficacy for woman evaluating a group intervention. *Journal of Counseling Development*, 78, 54-60.

Kasouf, C. (2003). Opportunity assessments a framework integrating positive psychology and environmental variables. <http://www.uic.edu/eba/iej/2003papers/kasout.html>.

Rashed, H. S. (2000). Developing entrepreneurial potential in youth: The effect of entrepreneurial education and venture creation. Available at: [www.proquest.umi.com](http://www.proquest.umi.com).

Jain, A. S., & Gergeb, G. (2009). Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university scientists involved in commercialization activity. *Research Policy*, 23(11), 2-14.

Vesper, K. (1990). *New venture strategies*. N. J: Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Agren, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief attitudes, in tention and behavior* USA: Wesley Publishing Company.

Douglas, D., & Shepherd, D. (1999). Entrepreneurship as autitlymaximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 237-257.

Simmones, C. H. (1999). The entrepreneurial attitude. <http://www.keentrepreneur.com/anonymos.html>.

Mir Arab, R. (2007). *Extend of awareness from Entrepreneurship between education scieence and psychology students of tehran university and education planning for increasing of knowledge in entrepreneurship*, M. A.thesis, education faculty, tehran university (in persian).

Anonymous, A. (2006). Entrepreneurship everywhere: The case for entrepreneurship education, the catalyst. *Proquest Education Journals*.

Briga, H. (2004). Entrepreneurship education and training introducing Entrepreneurship education into non-business discipline. *European Industrial Training*, 20(8), 13-15.

Clark, B. R. (2004). *The Entrepreneurship University Demand and Response: Theory and practice*; Tertiary Eucation management.U. S.: spring.