

نقش آموزش درس "مبانی کارآفرینی" در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های غیر مدیریت (مطالعه موردی: دانشکده‌های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران)

زهرا آراستی*^۱ - سعیده سعیدبنادکی^۲ - نرگس ایمانی پور^۳

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

۳. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۹/۱۹، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱۱/۱)

چکیده

آموزش کارآفرینی تبادل رسمی و نظام‌مند اطلاعات و دانش کارآفرینی است. دانشگاه‌ها به عنوان متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص در چند سال اخیر به آموزش کارآفرینی روی آورده‌اند. درس مبانی کارآفرینی در برخی از دانشگاه‌های کشور تدریس می‌شود، اما یکی از مسائل کلیدی در هر برنامه‌ی آموزشی، ارزیابی آن است. معیارهایی که در ارزیابی آموزش کارآفرینی استفاده می‌شوند می‌توانند مربوط به سطح دانش مشخص، مهارت‌ها، علاقه‌مندی، درجه‌ی مشارکت در کلاس و قصد کارآفرینی باشد. هدف اصلی این مقاله بررسی تاثیر آموزش درس اختیاری "مبانی کارآفرینی" بر ایجاد قصد کارآفرینی در دانشجویان است. این تحقیق با روش تحقیق پس رویدادی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه در میان ۱۰۵ نفر از دانشجویان دانشکده‌های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران انجام شد. جمع‌آوری داده‌ها در دو مرحله‌ی پیش آزمون (ابتدای ترم تحصیلی) و پس آزمون (انتهای ترم تحصیلی) در گروه آزمایشی و گروه کنترل انجام شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که آموزش درس مبانی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان و عوامل تعیین‌کننده‌ی آن شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری تاثیرگذار است.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی، قصد کارآفرینی، دانشجویان، مبانی کارآفرینی

مقدمه

کارآفرینی باعث رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها و به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته شده است. برخی از نویسندگان معاصر در مورد اقتصاد کارآفرینی صحبت می‌کنند و در این میان نقش دانشگاه‌ها و دیگر موسسات آموزش عالی در این الگوی جدید اقتصادی نیز برجسته می‌باشد (Nabi and Linan, 2011, p. 325). از این‌رو کشورهای در حال توسعه مانند ایران نیز برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی و حل مسائل و مشکلات عمومی جامعه مانند بیکاری و نظایر آن ملزم به توسعه‌ی کارآفرینی هستند. از جمله اقدامات راهبردی برای رشد و توسعه‌ی کارآفرینی، آموزش کارآفرینی به‌ویژه در حوزه‌ی آموزش عالی است. افزون بر آن آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از اثرگذارترین شیوه‌ها برای انتقال آسان جمعیت فارغ‌التحصیلان به بازار کار باشد. مطالعات در این‌باره نشان داده است که چنین آموزش‌هایی توانسته افراد را مسئولیت‌پذیرتر بارآورده و آن‌ها را تبدیل به کارآفرین یا متفکران حوزه‌ی کارآفرینی کرده و به‌طور موفقیت‌آمیزی در چالش‌های کسب‌وکار، موفق و خطرپذیر کند. در نتیجه نرخ بیکاری و شکست کسب‌وکارها نیز کم‌تر شده است (Urbano et al., 2008, p. 337).

در کشور ما نیز در چند سال اخیر دانشگاه‌ها به آموزش کارآفرینی روی آورده‌اند و نسبت به آموزش کارآفرینی و نقش آن در ایجاد، توسعه و تغییر در گرایش، دانش و مهارت دانشجویان همت می‌گمارند و روند آموزش کارآفرینی رو به رشد است، اما اساسی‌ترین مسأله‌ای که در این‌جا مطرح می‌شود، ارزیابی این دوره‌های آموزشی می‌باشد. ارزیابی برنامه‌های آموزشی، بُعد کلیدی هر چارچوب آموزشی است و معیارهایی که در ارزیابی آموزش کارآفرینی استفاده می‌شوند، می‌توانند مربوط به ارزیابی دانش مشخص، مهارت‌ها، سطح علاقه‌مندی، درجه‌ی مشارکت در کلاس و نیت باشد (Fayolle and Gailly, 2008, p. 577). از این‌رو با توجه به ضرورت موضوع، این پژوهش نقش آموزش در اختیار "مبانی کارآفرینی" بر قصد کارآفرینی دانشجویان دوره‌ی کارشناسی در رشته‌های غیرمدیریت را مطالعه و بررسی می‌کند.

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی برای افزایش گرایش کارآفرینی افراد مطرح شده است. از این رو طرح‌های آموزشی به‌طور بسیار امیدوارکننده به‌منظور افزایش تعداد کارآفرینان بالقوه و در حال تولد روبه افزایش است (Linan et al., 2011, p.195). هم‌چنین سیاست‌گذاران بر این باورند که آموزش کارآفرینی وسیله‌ای است که با کمک آن می‌توان سطح کارآفرینی جامعه را افزایش داد (Oosterbeek et al., 2010, p.443) و به‌عنوان یک راهبرد اثرگذار برای نوآوری بیش‌تر شناخته شده است. در بسیاری از کشورها، دانشگاه‌ها طیف گسترده‌ای از برنامه‌های آموزش کارآفرینی را دنبال می‌کنند (Weber et al., 2009, p.1). پیتر دراگر^۱ که امروزه به‌عنوان یکی از متفکران تأثیرگذار در حوزه‌ی مدیریت محسوب می‌شود، بیان می‌کند که مقوله‌ی کارآفرینی چیز عجیب و غریبی نیست، حتی جادو هم نیست و نمی‌توان آن را چیز مرموزی دانست. این دانش تنها یک مقوله‌ی منظم و منسجم است که هیچ ارتباطی به مسائل ارثی و مادرزادی ندارد. دانشی است که مانند تمام علوم بدون دیگر می‌توان آن را فراگرفت و آموخت (Kuratko, 2005, p. 580). از این‌رو امروزه کارآفرینی به‌عنوان یک رشته‌ی علمی شناسایی شده و همانند تمامی رشته‌های دیگر، الگوها، فرایندها و فضایی دارد که باید دانش مربوط به آن‌ها کسب شود (Hodgetts & Kuratko, 2001, p. 30).

مطالعات نشان داده‌اند که آموزش دانش و مهارت‌های کارآفرینی بر افزایش نرخ راه‌اندازی و رشد بنگاه‌های اقتصادی اثر مستقیم و مثبت دارد و باعث توسعه‌ی اقتصادی و بهبود کمی و کیفی ایجادکنندگان کسب‌وکارهای جدید می‌شود (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۱۳۸۷، ص ۶۰). همین‌طور در برنامه‌ی پژوهشی GEM در سال ۲۰۰۸، آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک موضوع ویژه‌ی پژوهشی مطالعه شده است و در الگوی مفهومی GEM نیز آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل محیط کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شود. به‌طور کلی این عامل بر سطح گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه اثر

1 Petter Drucker

می‌گذارد و این امر به نوبه‌ی خود بر توسعه‌ی کسب و کارهای جدید در اقتصاد اثر می‌گذارد (Bosma et al., 2009, p.49, به نقل از زالی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۴۲). همچنین به تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه نیز در برنامه‌ی ارزیابی GEM توجه شده است. در ایران ۵۰٫۸ درصد کسانی که قصد کارآفرینانه دارند، آموزش داوطلبانه‌ی کارآفرینی دریافت کرده‌اند. در حالی که ۴۶ درصد از کسانی که قصد کارآفرینانه دارند، آموزش اجباری در زمینه‌ی راه‌اندازی کسب و کار دریافت کرده و ۳۲٫۹ درصدشان نیز اصلاً از هیچ آموزشی برخوردار نبوده‌اند. بنابراین بیش تر کسانی که آموزش داوطلبانه‌ی کارآفرینی دریافت کرده‌اند، قصد کارآفرینانه دارند. جدول شماره (۱) نتایج این مطالعه را در کشور ایران نشان می‌دهد.

جدول ۱. تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه (گزارش GEM، ۲۰۰۸)

شرح	انتظار راه‌اندازی کسب و کار در سه سال آتی		
	آموزش داوطلبانه	آموزش اجباری	بدون آموزش
ایران	۵۰٫۸	۴۶	۳۲٫۹
میانگین کشورهای دارای اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید کشورهای عضو GEM	۶۲٫۴	۵۵٫۹	۳۷٫۲

با گسترش برنامه‌های آموزش کارآفرینی از یک سو و افزایش منابع اختصاص یافته به آموزش از سوی دیگر، می‌توان تمایل در حال گسترشی را از سوی مراکز آموزشی درباره‌ی بررسی اثربخشی و قابلیت کارآمدی این برنامه‌ها ملاحظه کرد. ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی را نمی‌توان فقط به ارزیابی دانش قابل حصول در کلاس محدود کرد. بلکه می‌بایست در میزان تحریک سرمایه‌گذاری‌ها، راه‌اندازی شرکت‌های موفق، توانایی افزایش یافته‌ی کارآفرینان و تاثیرگذاری بر قصد کارآفرینی دانشجویان بکار گرفت (Graevenitz et al., 2010, p.91).

قصد کارآفرینی، پیش‌نیازی لازم و ضروری برای رفتارهای کارآفرینی است (Ajzen, 1991, p.203). برای این که فرد قصدی را در راستای یک کسب و کار کارآفرینی به دست آورد، عوامل متعددی دخالت داشته و تاثیرگذار هستند. از دهه‌ی ۸۰ تا کنون اندیشمندانی از کشورهای مختلف به بررسی عوامل و متغیرهای متعدد فردی، اجتماعی، اقتصادی و

روان‌شناسانه که بر قصد کارآفرینی تاثیر گذارند، پرداخته‌اند و الگوهای مهمی از جمله الگوهای رویداد کارآفرینانه‌ی شاپرو^۱ (۱۹۸۲)، نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی اجزن^۲ (۱۹۹۱)، الگوی پتانسیل کارآفرینانه‌ی کروگر^۳ و برازیل^۴ (۱۹۹۴)، الگوی اقتصادی-روان‌شناسانه‌ی داویدسون^۵ (۱۹۹۵)، الگوی شناختی-فرهنگی قصد کارآفرینانه‌ی بیزنتیز^۶ و لائو^۷ (۱۹۹۷) و الگوی قصد کارآفرینی کروگر (۲۰۰۹) ارائه شده‌اند.

یکی از معروف‌ترین نظریه‌های قصد کارآفرینی که توسط اجزن در سال ۱۹۹۱ ارائه شده، نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده است. وی باور دارد که رفتارهای آگاهانه‌ی افراد، پس از اتخاذ تصمیماتی آگاهانه برای انجام آن‌ها به طریقی مشخص به‌وقوع می‌پیوندد (Ajzen, 1991, p.183). براساس نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده، قصد کارآفرینانه نشان‌دهنده‌ی کوششی است که فرد برای انجام رفتار کارآفرینی در آینده انجام خواهد داد و بنابراین می‌تواند سه عامل انگیزشی که رفتار را تحت تاثیر قرار می‌دهد، در خود داشته باشد:

◀ نگرش نسبت به رفتار^۸: اشاره به میزان ارزش‌یابی مثبت یا منفی افراد در مورد کارآفرین بودن دارد (Linan and Chen, 2009, p. 596). نگرش‌ها، پاسخ‌های ارادی، شناختی و احساسی افراد نسبت به اشیاء، سایر افراد، خودشان و یا مسائل اجتماعی هستند (Nelson and Quick, 1999, p.103). نگرش‌ها سه ویژگی اساسی دارند: (۱) آموختنی و اکتسابی هستند، (۲) زمینه‌ی بروز اعمالی را فراهم می‌کنند و (۳) چنین اعمالی تمایل مطلوب یا نامطلوب نسبت به سایر افراد یا اشیاء را ایجاد می‌کنند (Fishben and Ajzen, 1980, p.6).

1 Shapero

2 Ajzen

3 Krueger

4 Brazeal

5 Davidsson

6 Busentiz

7 Lou

8 Attitude toward behavior

«هنجارهای ذهنی^۱: فشارهای اجتماعی درک شده راجع به انجام دادن یا ندادن رفتارهای کارآفرینانه را اندازه گیری می کند و به طور خاص اشاره به درک و احساس موافق افراد نسبت به تصمیم کارآفرین شدن یا نشدن دارد (Linan and Chen, 2009, p.596). این متغیر تحت تأثیر عوامل اجتماعی مانند نگرش های فرهنگی، نگرش های افراد، گروه ها و شبکه های اجتماعی مانند دوستان و همکاران هستند (زالی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۵۹).

«درک کنترل رفتاری^۲: اشاره به شناخت افراد از آسانی یا دشواری انجام رفتار دارد و یا به صورت درک از میزان سهولت و دشواری نسبت به کارآفرین شدن تعریف می شود. این عامل نیز تحت تأثیر تجربه های گذشته، دشواری ها و موانع پیش بینی شده است. این متغیر میزان باور فرد را به اینکه می تواند یک عمل خاص را انجام دهد، نشان می دهد. از این رو آن را می توان خودباوری یا خودکارآمدی نامید (Linan and Chen, 2009, p.596).

مطالعات زیادی در حوزه ی قصد کارآفرینی و آموزش کارآفرینی انجام شده است. بخشی از این مطالعات اختصاص به بررسی اثر برنامه های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دارد که به عنوان پیشینه ی این پژوهش به صورت خلاصه در جدول شماره (۲) آمده است.

با توجه به اینکه در بیش تر مطالعات قصد کارآفرینی از الگوی مشهور قصد اجزن (TPB)^۳ استفاده شده است و افزون بر آن نتایج ارزیابی نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده برای پیش بینی قصد کارآفرینی در پژوهشی که در دوازده کشور بنگلادش، چین، امریکا، کاستاریکا، مصر، فنلاند، فرانسه، آلمان، روسیه، اسپانیا، سودان و غنا انجام شده، همگی گواهی بر تایید توانایی این الگو در پیش بینی قصد کارآفرینی است (Engle et al., 2010, p.35).

1 Subjective norms

2 Perceived behavioural control

3 Theory of planned behavior

جدول ۲. خلاصه‌ی مطالعات پیشین در حوزه‌ی تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان

پژوهش‌گر	سال	یافته‌ها
Sánchez	۲۰۱۱	نتایج مطالعه بر روی دانشجویان رشته‌های اقتصاد، علوم اجتماعی، فنی، حقوق و بهداشت کشور اسپانیا نشان داد که خودباوری، خطرپذیری، پشتناز بودن و قصد خود اشتغالی به‌طور مشخصی بعد از برنامه‌های آموزش کارآفرینی نسبت به قبل از برنامه‌های آموزشی افزایش یافته است.
Souitaris et al. ,	۲۰۰۷	مطالعه بر روی دانشجویان مهندسی و علوم دو دانشگاه لندن و فرانسه نشان دادند که هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی در ابتدا و انتهای برنامه‌ی آموزشی تفاوت مشخصی داشت.
Wilson et al. ,	۲۰۰۷	نتایج مطالعه بر روی دانشجویان MBA چهار ایالت آمریکا نشان داد که آموزش کارآفرینی نقش مهمی را در بالابردن سطح خود کارآمدی و قصد شروع فعالیت اقتصادی ایفا می‌کند.
Fayolle et al. ,	۲۰۰۶	نتایج مطالعه بر روی دانشجویان فرانسوی شرکت‌کننده در دوره‌ی تخصصی مدیریت نشان داد که اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر روی دانشجویانی که در ابتدا قصد کارآفرینی پایینی داشتند مثبت بود و برای دانشجویانی که از ابتدا قصد کارآفرینی بالایی داشتند، منفی بود.
Franke&Luthje	۲۰۰۳	در این مطالعه الگویی برای آزمودن قصد کارآفرینی در بین دانشجویان مهندسی دانشگاه MIT ارایه شده است. براساس این الگو ویژگی‌های خطرپذیری و مرکز کنترل درونی به‌طور غیرمستقیم بر نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی تأثیر مثبت می‌گذارد و نگرش نیز دارای تأثیر مستقیم و مثبت بر قصد کارآفرینی است. هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد که پایین‌تر بودن قصد کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه‌های مونیخ و وین نسبت به دانشگاه MIT به دلیل تفاوت در آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های بررسی شده بوده است.
مرادی	۱۳۸۹	نتایج این تحقیق که تاثیر آموزش‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی پرستاری را بررسی کرده، نشان داد که قصد کارآفرینی بعد از برنامه‌ی آموزش تشخیص فرصت‌ها تفاوت معناداری با قبل از اجرای برنامه‌ی آموزشی نداشت. از میان سه عامل اصلی پیش‌بینی قصد، تنها هنجارهای ذهنی بود که تفاوت معناداری را نسبت به پیش از اجرای برنامه‌ی آموزشی نشان داد.
حسینی	۱۳۸۷	نتایج مطالعه بر روی دانشجویان دانشگاه تهران برای ارزیابی تاثیر دوره‌ی آموزشی کارشناسی ارشد کارآفرینی و سنجش سه عامل قصد کارآفرینی، امکان‌پذیری درک‌شده و مطلوبیت درک‌شده در دو مرحله و مقایسه‌ی نتایج نشان داد که پس از گذراندن دوره‌ی آموزشی، مطلوبیت درک‌شده‌ی دانشجویان افزایش می‌یابد، اما امکان‌پذیری درک‌شده و قصد کارآفرینی دانشجویان تغییر معناداری نمی‌یابد.

در این پژوهش نیز الگوی پایه، الگوی اجزن انتخاب شده و اثر آموزش درس مبانی کارآفرینی که به‌صورت یک درس اختیاری برای دانشجویان مقطع کارشناسی و به‌منظور

افزایش کارآمدی دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در نظر گرفته شده است، بر قصد کارآفرینی سنجیده می‌شود و براساس مطالعه‌ی ادبیات تحقیق، فرضیات زیر پیشنهاد می‌شوند:

- فرضیه ۱- آموزش درس مبانی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان اثرگذار است.
- فرضیه ۲- آموزش درس مبانی کارآفرینی بر نگرش نسبت به رفتار دانشجویان اثرگذار است.
- فرضیه ۳- آموزش درس مبانی کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی دانشجویان اثرگذار است.
- فرضیه ۴- آموزش درس مبانی کارآفرینی بر درک کنترل رفتاری دانشجویان اثرگذار است.

روش‌شناسی

این پژوهش از منظر هدف، کاربردی بوده و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پس‌رویدادی (علی-مقایسه‌ای) است. در این نوع پژوهش‌ها، علت و معلول (متغیر مستقل و وابسته) پس از وقوع بررسی می‌شود و دست‌کاری شرایط به‌وجود آورنده در اختیار محقق نبوده و محقق صرفاً افراد مورد نظر را شناسایی کرده و برخی از ویژگی‌ها یا الگوهای رفتاری آنان را مشاهده می‌کند (سرمد و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۰۰).

نظر به اینکه از اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ایجاد و تقویت قصد کارآفرینی کارآفرینان بالقوه به‌ویژه در دانشجویان می‌باشد به همین دلیل پژوهش‌های انجام شده بر روی این موضوع به‌طور عمده بر روی گروه‌های دانشجویان انجام شده است اما در کشور ما به دلیل اختیاری بودن انتخاب این درس در مقطع کارشناسی و آگاهی نداشتن کافی نسبت به اهمیت موضوع، این درس، فقط در تعداد بسیار معدودی از دانشگاه‌ها، ارائه می‌شود و یا به‌رغم ارائه در بعضی از ترم‌های تحصیلی، به علت به حد نصاب نرسیدن دانشجویان، حذف شده یا به‌صورت یک ترم در میان ارائه می‌شود که همین دلایل، پژوهشگر را در انتخاب جامعه‌ی آماری با محدودیت‌هایی روبه‌رو کرد. از سویی دیگر

مطالعات پیشین نشان می‌دهد که سابقه‌ی آموزش‌های کارآفرینی و مرتبط با کارآفرینی می‌توانند بر عدم قصد کارآفرین شدن دانشجویان تاثیرگذار باشد. از این‌رو دانشجویان رشته‌های غیرمدیریت که در دروس دانشگاهی خود با آموزش‌های مدیریتی و کسب و کار ارتباطی ندارند انتخاب شدند. از این‌رو سرانجام جامعه‌ی آماری این پژوهش دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشکده‌های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران که درس مبانی کارآفرینی را به‌عنوان درس اختیاری خود در ترم دوم تحصیلی سال ۱۳۸۹-۱۳۹۰ انتخاب کرده بودند، به‌عنوان گروه آزمایش و دانشجویانی که در همین دو دانشکده در همان ترم تحصیلی مشغول به تحصیل بودند و در آن ترم یا قبلاً این درس اختیاری را نگذرانده بودند به‌عنوان گروه کنترل می‌باشند. حجم کل جامعه‌ی آماری در گروه آزمایش ۹۰ دانشجو است که بر پایه‌ی محاسبه‌ی حجم نمونه از فرمول کوکران تعداد ۵۶ دانشجو با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند و تقریباً به همان تعداد (۴۹ دانشجو) نیز به‌عنوان نمونه‌ی گروه کنترل و به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش پرسش‌نامه‌ی ۳۱ سئوالی (Linan et al., 2011, p.212) می‌باشد. این پرسش‌نامه که به زبان فارسی ترجمه شده، در تحقیق انجام شده‌ی مرادی (۱۳۸۹) و هم‌چنین با آزمون پایلوت بر روی دانشجویان در ترم اول تحصیلی سال ۱۳۸۹-۱۳۹۰ آزموده شده و اصلاحات لازم در محتوا و ظاهر انجام شده است. متغیر قصد کارآفرینی و متغیرهای گرایش به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری که سه عامل تعیین‌کننده‌ی قصد کارآفرینی براساس الگوی اجزن هستند را براساس سئوال‌هایی در قالب سوال‌های ۷ گزینه‌ای مقیاس لیکرت، اندازه‌گیری می‌کند. برای بررسی پایایی پرسش‌نامه‌ی مورد نظر از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار ۹۳ درصد برای پایایی پرسش‌نامه به‌دست آمد که مورد قبول است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS و در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شده است. در سطح آمار توصیفی از شاخص‌های گرایش مرکزی مانند میانگین، میانه و مد و شاخص‌های پراکندگی هم‌چون انحراف استاندارد استفاده شده و در سطح آمار استنباطی برای آزمون فرضیات از آزمون مقایسه‌ی میانگین دو جامعه و آزمون مقایسه‌ی زوجی استفاده شده است. آزمون مقایسه‌ی

میانگین دو جامعه هنگامی استفاده می‌شود که محقق می‌خواهد مقدار یک متغیر را در دو گروه کاملاً مستقل آزمون کند و آزمون مقایسه‌ی زوجی به‌طور معمول برای پژوهش‌های تجربی و نشان دادن تاثیر یک نوع مداخله استفاده می‌شود و دو متغیر مربوط به یک جامعه را بررسی می‌کند.

یافته‌ها

یافته‌ها در دو قسمت توصیف جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و آزمون فرضیات ارایه شده است.

توصیف جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

خلاصه‌ای از ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان در جدول شماره ۳ آمده است.

جدول ۳. ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان

متغیر	طبقه بندی	گروه آزمایش		گروه کنترل	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
جنسیت	مرد	۱۳	۷۶,۸	۱۵	۳۰,۶۱
	زن	۴۳	۲۳,۲	۳۴	۶۹,۳۹
سن	زیر ۲۰ سال	۸	۱۴,۲۹	۶	۱۲,۲۴
	۲۰-۲۵ سال	۴۷	۸۳,۹۳	۴۲	۸۵,۷۱
	بالای ۲۵ سال	۱	۱,۷۹	۱	۲,۰۴
رشته تحصیلی	تاریخ	۲۹	۵۱,۷۹	۲۸	۵۷,۱۴
	هنر	۲۷	۴۸,۲۱	۲۱	۴۲,۸۶

آزمون فرضیات

وضعیت قصد کارآفرینی و متغیرهای تعیین کننده آن در جدول ۴ آمده است. مشاهده می‌شود که میانگین شاخص‌های قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری پس از آموزش درس مبانی کارآفرینی افزایش یافته است. نتایج آزمون مقایسه زوجی نشان داد (جدول ۴) که سطح معنا داری قصد کارآفرینی (۰,۰۳۵) کمتر از ۰,۰۵ است. بنابراین می‌توان گفت قصد کارآفرینی دانشجویان قبل و بعد از آموزش کارآفرینی دارای اختلاف معنادار است. از آنجا که دو سر فاصله اطمینان در

این آزمون مثبت بوده، می توان نتیجه گرفت:

اول ترم μ > آخر ترم μ → ۰ > اول ترم μ - آخر ترم μ

به عبارت دیگر میانگین قصد کارآفرینی دانشجویان گروه آزمایش در انتهای ترم تحصیلی از میانگین قصد کارآفرینی دانشجویان گروه آزمایش در ابتدای ترم تحصیلی بزرگتر بوده و این بدان معناست که آموزش درس مبانی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان موثر است و فرضیه اول تحقیق تایید می شود.

جدول ۴. مقایسه قصد کارآفرینی و متغیرهای تعیین کننده آن در گروه های آزمایش و کنترل

مقایسه گروه آزمایش ابتدا و انتهای دوره				
شرح	میانگین متغیرها			درک کنترل رفتاری
	قصد کارآفرینی	نگرش نسبت به رفتار	هنجارهای ذهنی	
گروه آزمایش (ابتدای دوره)	۳,۷۸	۴,۴۲	۴,۲۵	۳,۷۴
گروه آزمایش (انتهای دوره)	۴,۴۶	۵,۰۸	۴,۸۴	۴,۴۴
آماره t	۲,۱۵	۲,۶۶	۳,۶۸	۳,۱۷
سطح معناداری	۰,۰۳۵	۰,۰۱۰	۰,۰۰۱	۰,۰۰۲
مقایسه گروه آزمایش و گروه کنترل				
گروه آزمایش (انتهای دوره)	۴,۴۶	۵,۰۸	۴,۸۴	۴,۴۴
گروه کنترل	۳,۵۵	۴,۳۳	۴,۳۵	۳,۷۲
آماره t	۲,۹۸	۲,۸۵	۲,۸۷	۳,۰۰
سطح معناداری	۰,۰۰۴	۰,۰۰۵	۰,۰۰۵	۰,۰۰۳

هم چنین با توجه به جدول شماره (۴) مشاهده می شود که سطح معنی داری آزمون t زوجی در مورد متغیر نگرش نسبت به رفتار (۰,۰۱۰)، متغیر هنجارهای ذهنی (۰,۰۰۱) و متغیر درک کنترل رفتاری (۰,۰۰۲) کمتر از ۰,۰۵ است. بنابراین می توان گفت نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری دانشجویان قبل و بعد از آموزش درس مبانی کارآفرینی دارای اختلاف معنی داری هستند. از آنجا که دو سر فاصله ای اطمینان در مورد متغیر این متغیرها مثبت بوده است می توان نتیجه گرفت میانگین نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری دانشجویان گروه آزمایش در

انتهای ترم تحصیلی از میانگین نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری دانشجویان گروه آزمایش در ابتدای ترم تحصیلی بزرگ‌تر بوده و این بدان معناست که آموزش درس مبانی کارآفرینی بر نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری دانشجویان اثرگذار می‌باشد و فرضیه‌ی دوم، سوم و چهارم تحقیق نیز پذیرفته می‌شود.

هم‌چنین میانگین قصد کارآفرینی و متغیرهای تشکیل‌دهنده‌ی آن در دو جامعه‌ی گروه آزمایش در انتهای ترم تحصیلی و گروه کنترل مقایسه شده است. با توجه به نتایج آزمون از آنجا که سطح معناداری آزمون تساوی میانگین دو جامعه در مورد متغیرهای قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری به ترتیب (۰,۰۰۴، ۰,۰۰۵، ۰,۰۰۵، ۰,۰۰۳) کمتر از ۰,۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که میانگین متغیر قصد کارآفرینی در دو گروه برابر نبوده و متغیر ایجادکننده‌ی تمایز در دو گروه (آموزش) بر قصد کارآفرینی تاثیرگذار می‌باشد. از سویی دیگر چون میانگین جامعه‌ی اول از جامعه‌ی دوم بزرگ‌تر است. به عبارتی دیگر:

گروه کنترل μ > گروه آزمایشی μ → ۰ > گروه کنترل μ - گروه آزمایش μ

یعنی میانگین متغیرهای قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری دانشجویان در گروه آزمایش در انتهای ترم تحصیلی بزرگ‌تر از میانگین همین متغیرها در گروه کنترل است و می‌توان نتیجه گرفت که آموزش درس مبانی کارآفرینی بر متغیرهای قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری تاثیرگذار بوده و فرضیات تحقیق در این بررسی هم تایید شدند.

بحث و نتیجه

این تحقیق با هدف بررسی نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی در قصد کارآفرینی و متغیرهای تشکیل‌دهنده‌ی آن بر روی دانشجویان رشته‌های غیرمدیریت انجام شد. در این پژوهش فرضیات تاثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر متغیرهای قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری تایید شد. مطالعات سنچز

(Turker & Selcuk, 2008, p. 155)، تورکر و سلکاک (Sánchez, 2011, p. 249)، سویتاریز و همکاران (Souitaris et al., 2007, p. 580)، ویلسون و همکاران (Wilson et al., 2007, p. 402) و لوتج و فرانک (Luthje & Franke, 2003, p. 140) نیز این فرضیه را تایید کردند. در مطالعه‌ی انجام شده توسط فایول و همکاران (Fayolle et al., 2006, p. 516) تاثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی گروه‌هایی از دانشجویان که قبلا در هیچ دوره‌ی آموزش کارآفرینی شرکت نکرده بودند تایید شد اما تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویانی که قبلا آموزش‌های کارآفرینی را نگذرانده بودند، تایید نشد. از این رو مطالعه‌ی فایول هم نتایج این پژوهش را تایید کرد. نتایج تحقیق پایان‌نامه‌ی مرادی (۱۳۸۹) بر روی دانشجویان پرستاری نشان داد که قصد کارآفرینی گروه آزمایش بعد از اجرای برنامه‌ی آموزش تشخیص فرصت‌ها تفاوت معناداری با قبل از اجرای برنامه‌ی آموزشی نداشت که براساس نظر مرادی احتمالا می‌تواند به دلیل وضعیت خوب شغلی و استخدامی دانشجویان این رشته تحصیلی باشد.

فرضیه‌ی تاثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر نگرش نسبت به رفتار نیز در این پژوهش تایید شد. در مطالعات گذشته نیز این فرضیه آزمون شده است. مطالعه‌ی انجام شده توسط فایول و همکاران نشان داد که آموزش کارآفرینی نقش مهمی در بالا بردن نگرش نسبت به رفتار دانشجویانی که قبلا آموزش‌های کارآفرینی را سپری نکرده بودند ایفا می‌کند. اما نتایج به دست آمده از این تحقیق با نتایج به دست آمده از مطالعه‌ی سویتاریز و همکاران متفاوت است. آنان در بررسی اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر روی دانشجویان مهندسی و علوم دریافتند که نگرش نسبت به رفتار دانشجویان در ابتدا و انتهای برنامه‌ی آموزشی تفاوت مشخصی نداشت. این نتیجه را می‌توان چنین تحلیل کرد که چون نگرش‌ها آموختنی هستند (Ajzen & Fishbein, 1975, p. 6) و در سایر کشورها این آموزش‌ها از سطوح پایین‌تر از دانشگاه و حتی از سطوح ابتدایی آغاز می‌شود، از این رو می‌توان تاثیرگذاری و تغییر در نگرش را به دوران قبل از دانشگاه ارتباط داد و چنین بیان کرد که در این مقطع از دوران تحصیلی برای افرادی که از ابتدا تحت تاثیر آموزش‌های کارآفرینی بوده‌اند، آموزش‌های کارآفرینی نقشی را ایفا نمی‌کنند.

هم چنین فرضیه‌ی تاثیر آموزش کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی دانشجویان در این مطالعه پذیرفته شد. در الگوی اجزن هنجارهای ذهنی به عنوان ضعیف‌ترین جزء الگو شناخته شده اما به رغم این موضوع، فرضیه‌ی تاثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی در مطالعات سال‌های گذشته آزمون و تایید شده است. همان‌طور که نتایج مطالعه‌ی سویتاریز و همکاران در بررسی اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر روی دانشجویان مهندسی و علوم نشان داد که هنجارهای ذهنی دانشجویان در ابتدا و انتهای برنامه‌ی آموزشی تفاوت داشت و در مطالعه‌ی فایول نیز تاثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی در گروه‌هایی که قبلاً آموزش‌های کارآفرینی را نگذرانده بودند، دیده شد. تایید فرضیه‌ی تاثیر آموزش کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی در این مطالعه نیز به عنوان تاییدی بر مطالعات پیشین است. فرضیه‌ی تاثیرگذاری آموزش بر درک کنترل رفتاری دانشجویان نیز در این پژوهش تایید شد. نتایج دیگر مطالعات نیز این فرضیه را تایید کردند. مطالعه‌ی سنچز نشان داد که قصد خودکارآمدی که از مقدمات درک امکان‌پذیری می‌باشد در دانشجویان بعد از برنامه‌های آموزش کارآفرینی افزایش یافته است. درک امکان‌پذیری نشان‌دهنده‌ی سطح یا میزان درک قابلیت فردی برای راه‌اندازی کسب و کار است و این ادراک با متغیر کنترل رفتاری اجزن در ارتباط است. ویلسون و ماریو نیز اظهار داشتند که آموزش کارآفرینی نقش مهمی را در بالا بردن سطح خودکارآمدی دانشجویان دارد. در مطالعه‌ی فایول نیز اثر مثبت برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر درک کنترل رفتاری در گروه‌هایی که قبلاً در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت نکرده بودند، دیده شد. به‌طور کلی می‌توان گفت، یافته‌های این پژوهش تاییدی بر بسیاری از فرضیات بررسی شده‌ی قبلی در زمینه‌ی تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی است. هم‌چنین یافته‌های پژوهش موجود نیز در کشورمان ثبت و استفاده خواهد شد.

تاکنون مطالعات زیادی در حوزه‌ی قصد کارآفرینی و بر روی گروه‌های دانشجویان انجام شده اما به تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی کمتر توجه شده است. در ایران نیز پژوهش‌هایی درباره‌ی ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی انجام شده اما به‌رغم اهمیت موضوع، تحقیقی که تاثیر آموزش درس مبانی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی برای

رشته‌های غیر مدیریت را مطالعه کند انجام نشده است و از این رو این تحقیق هم در حوزه آموزش کارآفرینی و هم در حوزه قصد کارآفرینی دارای نوآوری می‌باشد.

پیشنهادها

توجه به نتایج پژوهش، ضرورت توجه ویژه به آموزش کارآفرینی را می‌طلبد و پیشنهادها کاربردی زیر در این راستا ارائه می‌شود.

آموزش کارآفرینی با اهداف و نتایج خاصی دنبال می‌شود که ایجاد و تقویت قصد کارآفرینی و بالتبع آن رفتار کارآفرینی نیز از اهداف آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها به‌شمار می‌آید. از این رو مسئولان و دست‌اندرکاران آموزش عالی می‌بایست در زمینه‌ی برنامه‌ها، قوانین و نظارت بر اجرایی شدن این آموزش‌ها در دانشگاه‌ها توجه بیش‌تری را مبذول دارند.

کارآفرینی به‌عنوان یک رشته‌ی علمی، دارای مجموعه‌ای از قواعد علمی و عملی است. با توجه به این موضوع، می‌بایست درباره‌ی تدوین روش‌ها و محتوای برنامه‌های آموزشی کارآفرینی برای ایجاد و تقویت قصد کارآفرینی دانشجویان سیاست‌گذاری‌های لازم انجام شود.

با توجه به بالا بودن نرخ بیکاری، افزایش نرخ فارغ‌التحصیلان بیکار، جوان بودن کشور و افزایش نرخ تقاضا برای آموزش عالی، گسترش و توسعه‌ی آموزش کارآفرینی در کشور ما اهمیت ویژه‌ای دارد. بنابراین توجه به ارائه‌ی درس کارآفرینی برای کلیه‌ی رشته‌های دانشگاهی به‌صورت واحد درسی اجباری پیشنهاد می‌شود.

این پژوهش تلاش و تحقیقی دانشگاهی است که بخش اندکی از سئوالات قابل طرح و مطالعه در راستای تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان را بررسی کرده است. پژوهشگر برای گسترده شدن مطالعات در این حوزه، بررسی نقش عوامل و متغیرهای متعدد دیگری که به‌عنوان متغیر تعدیل‌کننده بتواند بر رابطه‌ی میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرین شدن افراد یا گروه‌های خاص همچون دانشجویان تاثیرگذار باشند را بسیار ضروری می‌داند و مطالعات زیر را در این راستا پیشنهاد می‌کند.

- ◀ تبیین تاثیر الگوی نقش بر رابطه‌ی میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی؛
- ◀ تبیین تاثیر جنسیت بر رابطه‌ی میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی؛
- ◀ تبیین تاثیر تجربه‌ی کاری و اشتغال بر رابطه‌ی میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی؛
- ◀ تبیین تاثیر سابقه‌ی مدیریت و اداره کردن گروه‌های اجتماعی بر رابطه‌ی میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی؛
- ◀ انجام مطالعات مقایسه‌ای در دانشگاه‌های مختلف و یا مطالعات مقایسه‌ای بین‌المللی.

منابع

زالی، محمدرضا، رضوی، سید مصطفی، یداللهی فارسی، جهانگیر و کرد نائیج، اسدالله (۱۳۸۹)، ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران، چاپ اول، تهران: انتشارات موسسه کار و تامین اجتماعی.

سعیدی مهرآباد، محمد، مهتدی، محمد مهدی (۱۳۸۷). "تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، ص ۵۷-۷۳.
مرادی، محمود. ۱۳۸۹. تاثیر آموزش‌های تشخیص فرصت بر قصد کارآفرینانه دانشجویان پرستاری، کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Process*, Vol. 50, No. 2, pp. 179-211.

Engle, R.L., Dimitriadi, N., Gavidia, J.V., Schlaegel, C., Delano, S., Alvarado, I., He, X., Buame, S, Wolff, B. (2010). "Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior", *Team Performance Management*, Vol. 16, No. 1, pp. 35-57.

Fayolle, A.; Gailly, B.; Narjisse, L.C. (2006). "Effect and counter-effect of entrepreneurship education and social context on student's intentions", *Estudios de Economia Aplicada*, Vol. 24, No. 2, pp. 509 – 523.

Fayolle, A. and Gailly, B. (2008). "From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 32, No. 7, pp. 569 – 593.

Hodgetts, R. and Kuratko, D. (2001). "Effective Small Business Management", Philadelphia: Harcourt College Publishers.

Krueger, N. F. (1993). "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, No. 1, pp. 5-21.

Kuratko, D. F. (2005). "The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 29, No. 5, PP. 577-598.

Liñán, F. , Rodríguez-Cohard, J. C. , Rueda-Cantucho, José M. (2011). "Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 7, No. 2, pp. 195-218.

Liñán, F. , and Chen, Y. W. (2009). "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial

- intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, No. 3, pp. 593–617.
- Luthje, C. and Franke, N. (2003). "The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering student at MIT", *R&D Management*, Vol. 33, No. 2, pp. 135-147.
- Nabi, G. and Liñán, F. (2011). "Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development", *Education and Training*, Vol. 53, No. 5, pp. 325 – 334.
- Nelson Debra, L. and Quick, J. C. (1999). "Organizational Theory: Foundations, Realities and Challenges", second edition, *New York, West Publishing Company*.
- Oosterbeek, H. , Van Praag, M. , Ijsselstein, A. (2010). "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation", *European Economic Review*, Vol. 54, No. 3, pp. 442–454.
- Sánchez, J. C. (2011). "University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation", *International Entrepreneurship and Management Journal* , Vol. 7, No. 3, pp. 239-254.
- Souitaris, V. , Zerbinati, S. , Al-Laham, A. (2007). "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources", *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 4, pp. 566 – 591.
- Urbano, D. , Aponte, M. , Toledano, N. (2008). "Doctoral education in entrepreneurship: a European case study", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 15, No. 2, pp. 336 – 347.
- Weber, R. , Graevenitz, GV. , Harhoff, D. (2009). "The Effects of Entrepreneurship Education", *Governance And The Efficiency Of Economic Systems*, Discussion Paper No. 269.
- Wilson, F. , Kickul, J. , Marlino, D. (2007). "Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications of entrepreneurship education Entrepreneurship", *Theory and Practice*, Vol. 31, No. 3, pp. 387-406.