

رابطه‌ی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی (مطالعه‌ی موردی: دانشجویان دانشکده‌های کارآفرینی و کشاورزی)

مرتضی اکبری^{۱*} - حجت شکیبا^۲ - منا زهتابی^۳

۱. دانش‌آموخته دکتری دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد آموزش کشاورزی دانشگاه تهران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۲/۳، تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۳/۱۶)

چکیده

امروزه مذهب نقش مهمی در اجتماع ایفا می‌کند و عامل مهمی در زندگی مردم به‌ویژه کشورهای اسلامی می‌باشد. با توجه به این موضوع هدف این پژوهش تحلیل رابطه‌ی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه تهران بود که به‌صورت پیمایشی به‌واکاوی دیدگاه گروه هدف پرداخته است. جامعه‌ی آماری پژوهش، تعداد ۴۵۰ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشکده‌های کارآفرینی و کشاورزی دانشگاه تهران بودند. حجم نمونه براساس فرمول کوکران به تعداد ۱۲۰ نفر تعیین شد. نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. روایی ابزار به‌وسیله‌ی اعضای هیأت علمی و پایایی بخش‌های مختلف آن توسط آزمون آلفای-کرونباخ محاسبه شد که بالای ۰/۶۵ بودند. نتایج به‌دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون نشان داد بین آثار دینی و تمایل به کارآفرینی در سطح پنج درصد رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. هم‌چنین نتایج آزمون مقایسه‌ی میانگین نشان داد بین رشته‌ی تحصیلی، دانش دینی و اعمال دینی در سطح یک درصد و بین آثار دینی و تعهد دینی در سطح پنج درصد تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در پایان با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادهایی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: مذهب، باورهای مذهبی، تمایل دینی، آثار دینی و تعهد دینی

مقدمه

مطالعات دینی طرح اجمالی از یک حوزه‌ی بین‌رشته‌ای می‌باشد و هم‌اکنون به وسیله‌ی محققان مختلف در همه‌ی جای دنیا انجام می‌شود. ویل دورانت اشاره می‌کند که دین به اندازه‌ای غنی و فراگیر و پیچیده است که ابعاد مختلف آن، برای دیدگاه‌ها و نگرش‌های مختلف به گونه‌ای متفاوت جلوه می‌کند. به اعتقاد ایشان آن‌چه اهمیت دارد خالی نبودن هیچ دوره‌ای از تاریخ بشری از مذهب و دین می‌باشد. هیچ جامعه‌ی شناخته شده‌ای در طول تاریخ بدون دین نبوده و در طول دوره‌های مختلف تاریخ و در جوامع مختلف، ادیان به اشکال مختلف وجود داشته‌اند. در این میان نیز دین در جامعه‌ی ایران جایگاه خاصی داشته و دارد. در طول تاریخ، ایران همیشه جامعه‌ای دینی بوده و دین در آن همه‌گیر بوده است، به طوری که اغلب وقت‌ها دین فرانهادی بوده و سایر اجزای جامعه تحت‌الشعاع آن قرار داشته‌اند (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۸). یکی از حوزه‌های مطالعاتی مربوط به دین‌شناسی حوزه‌ی فرهنگ و مباحث فرهنگی می‌باشد. براساس فرهنگ کارآفرینی مک‌کله‌لند، مذهب در کنار سایر عوامل دیگر مانند: شیوه‌ی جامعه‌پذیری، شیوه‌ی تربیتی والدین، طبقه‌ی اجتماعی والدین، خط‌مشی حاکم و تحرک اجتماعی از عوامل اثرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی به‌شمار می‌آید. وی یکی از مناسب‌ترین عوامل مربوط به جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس معرفی می‌کند (Brockhaus & Horwitz, 2000). اسلام نیز همواره بشر را متوجه این نکته می‌کند که هر چه هست عمل انسان است. سرنوشت انسان را عمل او تشکیل می‌دهد. این یک طرز تفکر واقع‌بینانه و منطقی از قوانین طبیعت می‌باشد. سوره‌ی النجم آیه‌ی ۳۹ راجع به این موضوع می‌فرماید: انسان چیزی جز تلاش و کوشش نیست. یعنی انسان باید با عمل خودش به چیزهایی که می‌خواهد برسد و به عبارت دیگر اسلام کوشش می‌کند تا انسان را متکی به اراده‌ی خودش کرده و سرنوشت انسان را وابسته به تلاش و سعی او معرفی کند. در اسلام سعادت و شقاوت فرد به عمل او بستگی دارد و در نتیجه انسان یک موجود متکی به خود و کردار خویش می‌شود که این امر عامل بیداری و بینایی و توانایی است. از نظر اسلام کارآفرین فرد تلاش‌گری می‌باشد

که با اعتماد به نفس و تلاش خود و توکل بر خدا بتواند از حداکثر منابع در دسترس خود استفاده کند و در این راه بتواند خدمت باارزشی به دیگران عرضه نماید (شاه‌حسینی، ۱۳۸۸). از این‌رو بررسی رابطه‌ی بین باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی در دانشگاه ضروری به نظر می‌رسد. به این منظور به بررسی ادبیات مربوط به مذهب پرداخته شده و تلاش می‌شود به مسأله‌ی پژوهشی زیر پاسخ داده شود:

آیا اعتقادات دینی دانشجویان بر تمایل آن‌ها به کارآفرینی تأثیر دارد؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

امروزه پژوهش‌گران مسلمان با علاقه و حساسیت قابل‌تقدیری به پژوهش در زمینه‌ی روان‌شناسی اسلامی، دین و دینداری و عملیاتی کردن شاخص‌های آن با استفاده از منابع قرآن کریم و احادیث ائمه‌ی معصومین (ع) توجه می‌کنند. با توجه به قدمت طولانی مباحث نظری در زمینه‌ی رشد اعتقادی و اهمیت آن در دنیای امروز، ضرورت توجه علمی به پژوهش‌های دینی بیش‌تر احساس می‌شود. این بازگشت مجدد در پی زمینه‌های چندی به‌وجود آمده از جمله: جنگ‌های ویرانگر جهانی که بشر را نسبت به برخی پیشرفت‌های علمی نگران و بدبین کرد، سست شدن نظام ارزشی و اخلاقی و زیر سوال بردن مفهوم هدف که از دیگر پیامدهای ظهور علم نوین بود، احساس آزادی بی‌قید و شرط انسان را به‌گریز از آزادی و تنهایی و ناتوانی و بازگشت به تسلیم صور جدید قدرت یا هم‌رنگی با شیوه‌های زندگی اجتماعی جدید به بهانه‌ی از دست دادن فردیت خود واداشته است، سپهر روانی نو مقارن با افزایش اختلالات عاطفی و خلقی هم‌چون افسردگی، افزایش خودکشی و الکلیسم، بزهکاری و جرم، جنایت، اضطراب، آشفتگی، تحیر، بی‌قراری و بحران هویت و بالاخره طاعون رو به گسترش تنهایی و انزوای اجتماعی شده، گسترش فناوری ارتباطات به روابط صمیمی انسان‌ها منجر نشده، بلکه به علت گسترش عظیم روابط انسان و اشیاء، سازمان‌ها و مکان‌ها و اطلاعات، میزان تغییر و تحول در زندگی بشر، به‌طور شگفت‌آوری روزافزون شده که این شوک امروز و آینده بوده و ثبات و آرامش در جوار یک لنگرگاه و پناهگاه به آمال دست‌نیافتنی مبدل شده است (آذربایجانی، ۱۳۸۶). در نتیجه وجود

تبعیض نژادی، جنگ، ظلم و بی‌عدالتی در جوامع گوناگون نشان می‌دهد که رشد اعتقادی با رشد فناوری‌های نوین به‌صورت هماهنگ رخ نداده و همین امر موجب به‌وجود آمدن این مشکلات برای انسان‌ها شده است. اگر هماهنگی و تناسب میان آن‌ها وجود داشت، امروزه شاهد چنین مسائلی نبودیم. همه‌ی این‌ها و امور دیگری که ناگوار و ناخوشایند هستند بشر را به آستانه‌ی تصمیم‌گیری برای بازگشت به معنویت و دین کشانده است. بنابراین گویا انسان امروز در دین و دینداری آثاری مشاهده می‌کند که نیاز فروخورده و آرزوی ناکام خود را در آن قابل وصول می‌بیند. نکته‌ی بسیار مهم این‌که رشد اعتقادی در سایه‌ی آموزش و تربیت ایجاد می‌شود و شناسایی روش‌های اثرگذار آموزشی و تربیتی می‌تواند اثرات قابل توجهی در این زمینه داشته باشد و هم‌چنین ارزیابی میزان تحقق غایت‌های پرورشی فقط با داشتن ابزاری معتبر امکان‌پذیر می‌باشد. با وجود توجه بیش‌تر جوامع به دین، کم‌تر کشوری را می‌توان یافت که همانند ایران، توجه به دین را در غایت‌های پرورشی نظام تعلیم و تربیت خود قرار داده باشد. غایت‌های پرورشی تعلیم و تربیت جمهوری اسلامی ایران در بُعد اعتقادی عبارت‌اند از: (۱) تقویت ایمان و اعتقاد به مبانی اسلامی و بسط بینش الهی براساس قرآن کریم و سنت پیامبر (ص) و ائمه معصومین (ع) با رعایت کردن اصول ۱۲ و ۱۳ قانون اساسی در مورد پیروان مذاهب اسلامی و اقلیت‌های دینی و (۲) پرورش روحیه‌ی مبارزه با کفر، شرک، نفاق و همه‌ی مظاهر آن‌ها. هم‌چنین این غایت‌های پرورشی در مقاطع تحصیلی گوناگون، با در نظر گرفتن تحول روان‌شناختی فراگیران به‌صورتی متناسب تدوین شده‌اند.

با توجه به پژوهش‌های انجام شده، مشاهده می‌شود که در سال‌های پس از جنگ و دهه‌ی اخیر از گرایش‌ها و تمایلات مذهبی مردم در مقایسه با اوایل انقلاب کاسته شده است که عوامل مختلفی مانند فقر، فشار مالی، تغییر نظام ارزش‌های جامعه از طریق پرورش نیازهای مادی و دنیوی با تبلیغات گسترده و گسترش روزافزون برنامه‌های جذاب مختلف فرهنگ‌سراها، فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی و ویدیویی، آموزش نادرست محتوای مذهبی باعث تضعیف دین شده است. اما این تأثیر در بین همه‌ی اقشار جامعه به یک اندازه نیست، حتی این تغییرات در کشورهای مختلف با هم تفاوت دارند. براساس آمارهایی که

جامعه‌شناسان به دست آورده‌اند، افراد تحصیل کرده کم‌تر از مردم عادی به دین راغب‌اند و در شهرهای بزرگ صنعتی کم‌تر از روستاها و شهرهای کوچک پیرو دین وجود دارد. از این رو سوال اصلی مدافعان توسعه عبارت است از: چگونه و تحت چه شرایطی از آموزه‌های دینی می‌توان برای توسعه بهره گرفت؟ دین چه رابطه‌ای با ساختارهای اجتماعی و با سایر علوم دارد؟ این محققان تلاش دارند شواهد روشنی را برای دفاع از توسعه به لحاظ دینی ارائه داده و در ضمن به مطالعه‌ی آسیب‌شناسی دین نیز پردازند (بهار، ۱۳۸۷).

یافته‌های تجربی چندین سوال مهم و بی‌پاسخ را فراروی محققان قرار داده است. با بررسی این که آیا دین هیچ تأثیری بر آن نوع از تصمیم‌گیری که رشد اقتصادی را بالا می‌برد، یعنی تصمیم به کارآفرین شدن دارد، نویسندگان قصد دارند به دو پرسش پاسخ دهند: (۱) چه راه‌هایی وجود دارد که از آن طریق دین بر اقتصاد تأثیر می‌گذارد؟ و (۲) آیا این اثرگذاری‌ها بر روی فعالیت اقتصادی در میان ادیان یکسان هستند؟ اگر چه تعدادی از اقتصاددانان در مورد این که دین نقش بنیادی در شکل‌دهی به علم اقتصاد بازی می‌کند بحث و گفت‌وگو کرده‌اند، اما توجهی اندک و آن هم به تازگی به این موضوع، که چطور و چرا دین امکان دارد به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده‌ی فعالیت اقتصادی باشد، نشان داده شده است. این‌گونه اشاره می‌شود که ارزش‌ها و گرایش‌ها به همان اندازه‌ی نهادها و سیاست‌ها قسمتی از اقتصاد هستند. بر پایه‌ی مجموعه‌ی داده‌های زیاد (تقریباً ۹۰ هزار کارگر) در هند مشخص شد که دین در تصمیم برای کارآفرین شدن نقش دارد. مطالعات اخیر نشان داده‌اند که کارآفرینی یک عامل کلیدی در ایجاد رشد و توسعه می‌باشد، پس سعی شد تصمیم مردم هند در راه‌اندازی یک کسب‌وکار به دین آن‌ها ارتباط داده شود.

به تازگی مطالعات زیادی در رابطه با مذهب و کارآفرینی انجام شده است (بارو و مک‌کلری^۱، ۲۰۰۳؛ مک‌کلری و بارو، ۲۰۰۶؛ گویساو همکاران^۲، ۲۰۰۶). برای مثال بارو و مک‌کلری تأثیر اعتقاد به مذهب را بر عملکرد اقتصادی در یک مطالعه‌ی بین‌المللی بررسی

1. Barro & McCleary
2. Guisa et al

کرده‌اند. نتایج پژوهش‌های آن‌ها نشان داد حضور در کلیسا با کاهش رشد اقتصادی همراه است، ضمن این که اعتقاد بیش‌تر به جهنم و زندگی پس از مرگ رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد. نتایج تحقیق نوابخش و همکارانش (۱۳۸۸) نشان داد رابطه‌ی معنی‌داری بین جنسیت دانشجویان، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، میزان پایبندی دینی والدین دانشجویان و هم‌چنین میزان بهادادن دانشگاه به مراسم عبادی با میزان پایبندی مذهبی دانشجویان وجود دارد.

فرانسیس و کارتر تحقیقی بر روی دانش‌آموزان مدارس دینی و غیردینی انگلستان در سال ۱۹۸۰ انجام دادند. نتایج تحقیق ایشان همبستگی مثبت بین رفتار مذهبی والدین و فرزندان را نشان می‌داد. در تحقیق دیگری برای سنجش دین‌داری جوانان براساس نظریه‌ی چارلز گلاک، دواس و اینکلهارت، بعد اعتقادات مذهبی، بعد مناسکی و تعهد مذهبی مورد بررسی قرار گرفت. هدف این تحقیق تنها شناسایی اعتقادات دینی بوده است. در این تحقیق در بعد اعتقادات مذهبی، از پاسخ‌گویان در مورد اعتقاد به خدا، زندگی پس از مرگ و بهشت و جهنم سوال شد. نتایج تحقیق نشان داد که دختران بیش از پسران به ترتیب ۹۳ و ۹۱ درصد اظهار داشته‌اند که به خداوند اعتقاد دارند و تنها یک درصد افراد اظهار داشته‌اند که به خداوند اعتقاد ندارند (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۸). در بعد تعهد مذهبی یا اهمیت دین در زندگی، یافته‌های تحقیق یادشده نشان می‌دهد که ۹۳ درصد افراد اهمیت خدا را در زندگی زیاد اعلام کرده‌اند. برخی از پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی باورهای مذهبی و زیرمجموعه‌های آن در ایران انجام شده‌اند، به صورت خلاصه عبارتند از: اکبری و پارسا (۱۳۷۹)، رجب‌زاده (۱۳۷۹)، آذربایجانی (۱۳۸۰)، نیکخواه (۱۳۸۰)، گله‌دار و ساکی (۱۳۸۰)، معتدلاریجانی (۱۳۸۱)، شریفی (۱۳۸۱)، خدایاری فرد (۱۳۸۲)، تقی‌یاره (۱۳۸۲)، معنوی‌پور و پاشاشریفی (۱۳۸۳)، نوابخش و همکاران (۱۳۸۸) و عباسی و جان بزرگی (۱۳۸۹).

در ایران در زمینه‌ی مذهب پژوهش‌های متعددی انجام شده است که برخی از این پژوهش‌ها نیز در زمینه‌ی آموزش عالی می‌باشد، اما تحقیقی در رابطه با باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی به‌ویژه در آموزش عالی انجام نشده است. در نتیجه، هدف این تحقیق

بررسی رابطه‌ی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی در دانشجویان دانشکده‌ی کارآفرینی و کشاورزی دانشگاه تهران می‌باشد. دلیل انتخاب این دو دانشکده مقایسه‌ی بین دو گروه مختلف از دانشجویان و در نتیجه به دست آوردن نتایج بهتر است.

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر ماهیت داده‌ها کمی، از نظر هدف کاربردی و از نظر درجه‌ی کنترل متغیرها جزو پژوهش‌های غیر آزمایشی می‌باشد. جامعه‌ی آماری مورد نظر تحقیق، ۴۵۰ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه تهران (دانشکده‌های کارآفرینی و کشاورزی) بودند که برای انتخاب آن‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. براساس فرمول کوکران و جدول کریجسی مورگان تعداد ۱۲۰ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد به نسبت برابر انتخاب شدند (تعداد ۶۰ نفر از دانشکده کارآفرینی و ۶۰ نفر از پردیس کشاورزی و منابع طبیعی به منظور مقایسه دو گروه انتخاب شدند). ابزار استفاده شده در این روش برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات، پرسش‌نامه‌ای بود که برای سنجش میزان اعتبار آن از پیشنهادی دانشجویان مقطع دکتری و اعضای هیأت علمی دانشگاه تهران استفاده و بر حسب پیشنهادی آنان اصلاحات لازم انجام شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSSwin11.5 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به منظور آزمون پایایی ابزار از ضریب کرونباخ-آلفا استفاده شده و براساس آن اعتبار بخش‌های پرسش‌نامه محاسبه شد (جدول شماره ۱) که برای این تحقیق مناسب بودند. از آن‌جا که نمونه‌های مشابه کم‌تر انجام شده بود و هم‌چنین به دلیل جدید بودن موضوع تحقیق برای طراحی و تدوین پرسش‌نامه‌ی مقدماتی از پرسش‌نامه‌های مشابه (در مذهب مسیحیت و...) استفاده شده و تلاش شد براساس موضوع طراحی و تدوین شود. پرسش‌نامه شامل ویژگی‌های فردی دانشجویان، باورهای مذهبی با ۲۷ گویه (تمایل دینی ۳ گویه، دانش دینی ۳ گویه، اعمال دینی ۴ گویه، عواطف دینی ۴ گویه، آثار دینی ۵ گویه، پاداش الهی ۴ گویه و تعهد دینی ۴ گویه) که در قالب طیف خیلی کم (۱)... خیلی زیاد (۵) و تمایل به کارآفرینی با ۱۳ گویه در قالب طیف کاملاً موافقم (۵) ... کاملاً مخالفم (۱) اندازه‌گیری شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از تحقیق آماره‌های توصیفی نظیر

فراوانی، درصد، میانگین و ضریب همبستگی و آماره‌های استنباطی مانند آزمون مقایسه میانگین برای دو گروه مورد استفاده قرار گرفت.

جدول ۱. کرونباخ آلفای محاسبه شده برای بخش‌های مختلف پرسشنامه‌ها

نام مؤلفه	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۱ تمایل دینی	۳	۰/۸۳۵
۲ دانش دینی	۳	۰/۹۲۸
۳ اعمال دینی	۴	۰/۸۱۸
۴ عواطف دینی	۴	۰/۸۹۳
۵ آثار دینی	۵	۰/۸۷۲
۶ پاداش الهی	۴	۰/۶۵
۷ تعهد دینی	۴	۰/۵
۸ تمایل به کارآفرینی	۱۳	۰/۸۲۶

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

از نظر جنسیت، ۵۵/۸ درصد (۶۷ نفر) مرد و ۴۴/۲ درصد (۵۳ نفر) زن بودند. از نظر تأهل، ۹۱ نفر (۷۹/۱ درصد) مجرد و ۲۴ نفر (۲۰/۹ درصد) متأهل بودند. از نظر مقطع تحصیلی تمام افراد در مقطع کارشناسی ارشد تحصیل می‌کردند و از نظر مذهب ۹۸/۳ درصد مسلمان و ۱/۷ درصد زرتشتی بودند. میانگین سنی پاسخ‌گویان ۲۵/۹ سال و انحراف معیار ۴/۶ بود. از نظر شرکت در سمینار ۶۱/۵ درصد در سمینارها شرکت و ۳۸/۵ درصد نیز در هیچ سمیناری شرکت نکرده بودند. از نظر اشتغال ۴۱/۶ درصد شاغل و ۵۸/۴ درصد نیز هیچ‌گونه شغلی نداشتند. از بین افرادی که شاغل بودند، ۳۷ درصد دارای شغل دائم و ۳۶ درصد نیز شغل موقت داشتند. ۵۰/۵ درصد اظهار داشته‌اند که قبلاً کسب و کاری را راه‌اندازی یا در راه‌اندازی آن نقش داشته‌اند و ۴۹/۵ درصد نیز هیچ نقشی در راه‌اندازی کسب و کار نداشته‌اند. ۷۷ درصد اعلام کرده‌اند که تمایل به راه‌اندازی کسب و کار دارند و ۲۳ درصد اعلام کرده‌اند که هیچ‌گونه تمایلی به راه‌اندازی آن ندارند.

نتایج به دست آمده از جدول شاخص‌های اصلی تحقیق نشان داد میانگین تمایل دینی برابر ۱۲/۵، دانش دینی ۱۰/۷۵، اعمال دینی ۱۳/۷۳، عواطف دینی ۲۰/۳، آثار دینی ۱۶/۳،

پاداش الهی ۱۶/۴۳، تعهد دینی ۱۴/۲ و تمایل کارآفرینی ۵۰/۷۶ بود. سایر شاخص‌ها در جدول شماره (۲) آمده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی دانشجویان براساس شاخص‌های اصلی تحقیق

میانگین	میان	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	
۱۲/۵	۱۳	۲/۲۶	۳	۱۵	تمایل دینی
۱۰/۷۵	۱۱	۳/۵۲	۳	۱۵	دانش دینی
۱۳/۷۳	۱۴	۴/۲۵	۴	۲۰	اعمال دینی
۲۰/۳	۲۱	۴/۵	۶	۲۵	عواطف دینی
۱۶/۳	۱۷	۳/۳۷	۴	۲۰	آثار دینی
۱۶/۴۳	۱۷	۲/۸۹	۴	۲۰	پاداش الهی
۱۴/۲	۱۵	۳/۱۳	۴	۱۹	تعهد دینی
۵۰/۷۶	۵۰	۶/۰۱	۳۹	۶۵	تمایل کارآفرینی

اولویت‌بندی گویه‌های تحقیق

از نظر دانشجویان کارآفرینی گویه‌های اعمال و رفتار افراد، بخشی از دارایی و سرمایه‌ی او محسوب می‌شود (۴/۴۳)، کسب مال حلال، برایم اهمیت زیادی دارد (۴/۴۳)، کمک به نیازمندان باعث افزایش رزق و روزی خواهد شد (۴/۰۶) و خداوند انسانی را که تلاش می‌کند، دوست دارد (۴/۲۶) اولویت‌های اول را به خود اختصاص دادند و گویه‌های دین باعث ایجاد نظم کاری در زندگی می‌شود که باعث رونق کسب و کار خواهد شد (۳/۱۵)، شرکت در مراسم مذهبی تأثیر مثبتی در زندگی و کارم دارد (۳/۰۸) و برای انجام یک تجارت موفق، مطالعه‌ی کتب دینی برایم موثر خواهد بود (۲/۱۱) اولویت‌های آخر را به خود اختصاص دادند. از نظر دانشجویان کشاورزی تأثیر منفی روش نادرست کسب درآمد مانند ربا، احتکار و ... را می‌دانم (۴/۴۱)، محبت و لطف خدا را نسبت به خود و یا از طریق دیگران احساس کرده‌ام (۴/۲۷) و کسب مال حلال، برایم اهمیت زیادی دارد (۴/۵۵) اولویت‌های نخست و در صورت داشتن دارایی، انفاق و یا پرداخت خمس و زکات را بر خود لازم می‌دانم (۳/۹۳)، برای انجام یک تجارت موفق، مطالعه‌ی کتب دینی برایم موثر خواهد بود (۳/۲۴) و شرکت در مراسم مذهبی تأثیر مثبتی در زندگی و کارم دارد (۳/۴۳) اولویت‌های آخر را به خود اختصاص دادند.

یافته‌های استنباطی

الف. ماتریس همبستگی

نتایج به دست آمده از ماتریس همبستگی بین متغیرهای تحقیق نشان داد از بین متغیرهای تشکیل دهنده‌ی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی تنها متغیر آثار دینی با متغیر تمایل به کارآفرینی رابطه‌ی منفی و معنی داری در سطح پنج درصد وجود داشت. یعنی هر چه آثار دینی در زندگی کم تر بوده است در نتیجه تمایل به کارآفرینی در بین افراد بیش تر می باشد.

جدول ۳. ماتریس همبستگی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی

تمایل به کارآفرینی	تعهد دینی	پاداش الهی	آثار دینی	عواطف دینی	اعمال دینی	دانش دینی	تمایل دینی	
							۱	تمایل دینی
						۱	۰/۵۴۳**	دانش دینی
					۱	۰/۷۶۶**	۰/۵۲۶**	اعمال دینی
				۱	۰/۶۸۸**	۰/۷۱۵**	۰/۶۹۷**	عواطف دینی
			۱	۰/۷۷۰**	۰/۵۳۹**	۰/۵۹۹**	۰/۶۴۳**	آثار دینی
		۱	۰/۶۵۷**	۰/۶۲۲**	۰/۴۱۷**	۰/۴۹۸**	۰/۶۰۵**	پاداش الهی
	۱	۰/۳۶۱**	۰/۴۷۱**	۰/۵۹۹**	۰/۷۲۷**	۰/۶۷۷**	۰/۴۶۷**	تعهد دینی
۱	۰/۰۲	۰/۰۶۶	-۰/۱۸۰*	۰/۰۵۳	-۰/۰۷۳	-۰/۰۵۶	-۰/۰۸۱	تمایل کارآفرینی

* معنی داری در سطح پنج درصد ** معنی داری در سطح یک درصد

ب. آزمون مقایسه‌ی میانگین

نتایج به دست آمده از آزمون مقایسه‌ی میانگین تی (برای دو گروه) نشان داد بین جنسیت و شاخص‌های باورهای مذهبی تفاوت معنی داری وجود ندارد.

جدول ۴. آزمون مقایسه‌ی میانگین شاخص‌های باورهای مذهبی بر اساس جنسیت

سطح معنی داری	آماره‌ی t	انحراف معیار		میانگین			
		زن	مرد	زن	مرد		
۰/۸۱۲	۰/۲۳۸	۲/۱۸	۲/۳۳	۱۲/۴۵	۱۲/۵۵	تمایل دینی	۱
۰/۰۷۸	۱/۷۷	۳/۶	۳/۳۹	۱۰/۱۱	۱۱/۲۵	دانش دینی	۲
۰/۳۹	۰/۸۵	۴/۲۳	۴/۲۹	۱۳/۳۵	۱۴	اعمال دینی	۳
۰/۸۱۵	۰/۲۳۵	۴/۵۶	۴/۴۹	۲۰/۲	۲۰/۴	عواطف دینی	۴
۰/۶۱	۰/۵۰	۳/۳۸	۳/۳۹	۱۶/۱۵	۱۶/۴۶	آثار دینی	۵
۰/۹۴۸	-۰/۰۶۵	۲/۵۳	۳/۱۷	۱۶/۴	۱۶/۴۱	پاداش الهی	۶
۰/۲۷۷	۱/۰۹	۲/۹۶	۳/۲۴	۱۳/۹	۱۴/۵	تعهد دینی	۷
۰/۵۷۷	-۰/۵۶۶	۶/۲۱	۵/۸۸	۵۱/۱۱	۵۰/۴۹	تمایل به کارآفرینی	۸

* معنی داری در سطح پنج درصد ** معنی داری در سطح یک درصد

نتایج آزمون مقایسه‌ی میانگین نشان داد که در زمینه‌ی شاخص‌های باورهای مذهبی

بر اساس تأهل، تنها در زمینه‌ی تمایل دینی تفاوت منفی و معنی‌داری بین افراد مجرد و متأهل وجود داشت. بر این اساس افراد متأهل تمایل دینی بیش‌تری نسبت به افراد مجرد داشتند.

جدول ۵. آزمون مقایسه‌ی میانگین شاخص‌های باورهای مذهبی بر اساس تأهل

سطح معنی‌داری	آماره‌ی t	انحراف معیار		میانگین			
		متأهل	مجرد	متأهل	مجرد		
۰/۰۳	-۲/۱۹*	۱/۶۶	۲/۲۸	۱۳/۵	۱۲/۴	تمایل دینی	۱
۰/۹۴۹	-۰/۰۶۴	۳/۰۷	۳/۷۱	۱۰/۸۳	۱۰/۷	دانش دینی	۲
۰/۳۴۶	-۰/۹۴۶	۳/۹۵	۴/۴	۱۴/۵۴	۱۳/۶	اعمال دینی	۳
۰/۲۰۶	-۱/۲۷	۳/۷۲	۴/۷۲	۲۱/۴۵	۲۰/۱۳	عواطف دینی	۴
۰/۵۹۳	-۰/۵۳۶	۲/۹۸	۳/۵۴	۱۶/۷	۱۶/۲۸	آثار دینی	۵
۰/۹۸۸	۰/۰۱۵	۲/۴۶	۲/۹۴	۱۶/۵۸	۱۶/۵۹	پاداش الهی	۶
۰/۴۳۹	-۰/۷۷۶	۳/۶۴	۳/۳۱	۱۴/۶۶	۱۴/۰۹	تعهد دینی	۷
-۰/۶۰۳	-۰/۵۲۲	۵/۷۳	۶/۱۷	۵۱/۵	۵۰/۷۶	تمایل به کارآفرینی	۸

* معنی‌داری در سطح پنج درصد ** معنی‌داری در سطح یک درصد

نتایج آزمون مقایسه‌ی میانگین نشان داد که در زمینه‌ی شاخص‌های باورهای مذهبی بر اساس اشتغال در ضمن تحصیل، تنها در زمینه‌ی آثار دینی تفاوت منفی و معنی‌داری بین افراد شاغل و غیر شاغل در سطح پنج درصد وجود داشت. بر این اساس افراد غیر شاغل آثار دینی را بیش‌تر نسبت به افراد شاغل در زندگی خود مشاهده کرده‌اند.

جدول ۶. آزمون مقایسه‌ی میانگین شاخص‌های باورهای مذهبی بر اساس اشتغال در ضمن تحصیل

سطح معنی‌داری	آماره‌ی t	انحراف معیار		میانگین			
		خیر	بلی	خیر	بلی		
۰/۱۷۳	-۱/۳۷	۲/۳۷	۲/۱۲	۱۲/۸۱	۱۲/۲۱	تمایل دینی	۱
۰/۹۲۵	۰/۰۹۵	۳/۴۸	۳/۸۱	۱۰/۶۵	۱۰/۷۱	دانش دینی	۲
۰/۱۳۷	-۱/۴۹	۴/۱۷	۴/۴۶	۱۴/۱	۱۲/۸۶	اعمال دینی	۳
۰/۵۵۳	-۰/۵۹۵	۴/۱۱	۵/۳۱	۲۰/۵۳	۲۰	عواطف دینی	۴
۰/۰۴۴*	-۲/۰۳	۳/۰۶	۳/۸۱	۱۶/۸۴	۱۵/۵۲	آثار دینی	۵
۰/۱۳۹	-۱/۴۸	۲/۷	۳/۱۷	۱۶/۷۸	۱۵/۹۵	پاداش الهی	۶
۰/۴۲۸	-۰/۷۹۶	۲/۹۹	۳/۲۶	۱۴/۲۵	۱۳/۷۸	تعهد دینی	۷
۰/۴۴۸	۰/۷۶۲	۶/۵۲	۵/۵۶	۵۰/۶۲	۵۱/۵۲	تمایل به کارآفرینی	۸

* معنی‌داری در سطح پنج درصد ** معنی‌داری در سطح یک درصد

نتایج آزمون مقایسه‌ی میانگین نشان داد که در زمینه‌ی شاخص‌های باورهای مذهبی بر اساس رشته‌ی تحصیلی، تنها در زمینه‌ی دانش و اعمال دینی تفاوت منفی و معنی‌داری بین دانشجویان کشاورزی و کارآفرینی در سطح یک درصد وجود داشت. بر این اساس

دانشجویان کشاورزی دانش دینی بیش تری داشتند و اعمال دینی را نسبت به دانشجویان کارآفرینی بیش تر انجام می دادند. هم چنین نتایج به دست آمده از آزمون مقایسات میانگین نشان داد بین دو گروه از دانشجویان در زمینه ی آثار دینی و تعهد دینی تفاوت منفی و معنی داری در سطح پنج درصد وجود دارد. بر این اساس دانشجویان کشاورزی آثار دینی را بیش تر در زندگی خود درک کرده و تعهد دینی بیش تری نسبت به دانشجویان کارآفرینی دارند.

جدول ۷. آزمون مقایسه ی میانگین شاخص های باورهای مذهبی بر اساس رشته تحصیلی

سطح معنی داری	آماره ی t	انحراف معیار		میانگین			
		کشاورزی	کارآفرینی	کشاورزی	کارآفرینی		
۰/۱۱۶	-۱/۵۸	۱/۷۲	۲/۶۶	۱۲/۸۳	۱۲/۱۸	تمایل دینی	۱
۰/۰۰۱	-۳/۵۳**	۲/۸۵	۳/۸	۱۱/۸۳	۹/۶۶	دانش دینی	۲
۰/۰۰۰	-۳/۷۹**	۳/۹۲	۴/۱۶	۱۵/۱۳	۱۲/۳۳	اعمال دینی	۳
۰/۰۷۵	-۱/۷۹	۳/۴	۵/۳۱	۲۱/۰۵	۱۹/۵۸	عواطف دینی	۴
۰/۰۴۹	-۱/۹۹*	۲/۰۴	۴/۲۵	۱۶/۹۳	۱۵/۷	آثار دینی	۵
۰/۹۵	۰/۰۶۳	۲/۶۱	۳/۱۸	۱۶/۴۱	۱۶/۴۵	پاداش الهی	۶
۰/۰۰۳	-۳/۰۴۶**	۲/۹۹	۳/۰۵	۱۵/۱۱	۱۳/۴۳	تعهد دینی	۷
۰/۰۰۲	۳/۱۱*	۵/۰۹	۶/۴۳	۴۹/۱۱	۵۲/۴۱	تمایل به کارآفرینی	۸

* معنی داری در سطح یک درصد

** معنی داری در سطح پنج درصد

از نظر تمایل به کارآفرینی نتایج نشان داد که دانشجویان کارآفرینی نسبت به دانشجویان کشاورزی تمایل بیش تری به کارآفرینی دارند.

جدول ۸. آزمون مقایسه ی میانگین شاخص های باورهای مذهبی بر اساس تمایل به کارآفرینی

سطح معنی داری	من ویتنی	میانگین رتبه ای	تمایل به کارآفرینی	
۰/۴۱۳	۴۶۱/۵	۴۰/۴۳	پایین	تمایل دینی
		۳۶/۱۷	بالا	
۰/۰۸۵	۳۹۵/۵	۳۷/۴۸	پایین	دانش دینی
		۴۶/۷۴	بالا	
۰/۵۲۸	۴۷۳/۵	۳۸/۷۶	پایین	اعمال دینی
		۴۲/۱۵	بالا	
۰/۷۳۱	۴۹۴	۳۹/۱	پایین	عواطف دینی
		۴۰/۹۴	بالا	
۰/۲۹۱	۴۴۳	۳۸/۲۶	پایین	آثار دینی
		۳۸/۹۴	بالا	
۰/۸۹۲	۵۰۹	۳۹/۶۵	پایین	پاداش الهی
		۳۸/۹۷	بالا	
۰/۷۸۵	۴۹۹	۳۹/۱۸	پایین	تعهد دینی
		۴۰/۶۵	بالا	

آزمون مقایسه‌ی میانگین (ناپارامتریک)

نتایج به دست آمده از آزمون مقایسه‌ی میانگین ناپارامتریک من ویتنی (برای دو گروه) نشان داد که در زمینه‌ی باورهای مذهبی بین دانشجویانی که تمایل کارآفرینی بالا دارند و دانشجویانی که تمایل کارآفرینی پایین دارند تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

بحث و نتیجه

مطالعات انجام شده در غرب نشان از آن دارد که باورهای مذهبی بر روی کسب و کارها و ... تأثیری ندارند. اما همگام با توجه به بررسی شواهد موجود در قرآن و آیات و روایات درباره‌ی مباحث اقتصادی و کارآفرینی در اسلام، نشانه‌ها و دلایل متعددی مشاهده شده که نشان‌دهنده‌ی تمایل و گرایش زیاد دین اسلام نسبت به مسأله‌ی کارآفرینی است. یکی از موضوعات این عرصه توجه به نوعی از جهت‌گیری دینی می‌باشد که به کارآفرینی و به‌ویژه تمایل به کارآفرینی کمک می‌کند. بنابراین با توجه به مطالعات انجام شده، این تحقیق به بررسی رابطه‌ی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی در بین دانشجویان دانشکده‌های کارآفرینی و کشاورزی دانشگاه تهران پرداخته است.

نتایج این تحقیق نشان داد از نظر دانشجویان کارآفرینی گویه‌های اعمال و رفتار افراد، بخشی از دارایی و سرمایه‌ی او محسوب می‌شود، کسب مال حلال، برایم اهمیت زیادی دارد، کمک به نیازمندان باعث افزایش رزق و روزی خواهد شد و خداوند انسانی را که تلاش می‌کند، دوست دارد و نظر دانشجویان کشاورزی مبنی بر تأثیر منفی روش نادرست کسب درآمد مانند ربا، احتکار و ... را می‌دانم، محبت و لطف خدا را نسبت به خود و یا از طریق دیگران احساس کرده‌ام و کسب مال حلال، برایم اهمیت زیادی دارد اولویت‌های نخست را به خود اختصاص دادند. هم‌چنین نتایج تحقیق نشان داد بین دو گروه از دانشجویان در بُعد تعهد دینی، دانش دینی و اعمال دینی تفاوت وجود دارد. هم‌چنین بین افرادی که شاغل هستند و افرادی که شاغل نیستند در بُعد آثار دینی تفاوت معنی‌داری وجود داشت.

بایستی توجه داشت اسلام جامعه‌ی مستقل و متکی به خود می‌خواهد و نمی‌پسندد که ملت مسلمان زیر دست بیگانه باشد. از آن‌جا که در دنیای کنونی چنین تحولی به وجود

آمده است که همه‌ی کسب و کارها بر محور دانایی و علم می‌چرخند، به‌طور مسلم دست‌یابی به استقلال و عزت در دنیای کلمات نیست و با شعار به‌دست نمی‌آید. متأسفانه آن‌چه که به‌عنوان فرهنگ کسب و کار در جامعه‌ی ما حاکم شده با آموزه‌های دین مبین اسلام فاصله‌های زیادی دارد. برای بهبود فضای کسب و کار و به‌ویژه تغییر در نگرش دانشجویان نسبت به کسب و کار در جامعه‌ی اسلامی بر همه واجب می‌باشد که در اولین گام با بهره‌گیری از منابع ارزش‌مند و غنی اسلامی تحول عظیمی در دنیای اقتصادی و اجتماعی خود به‌وجود آوریم. البته در این بین موانع متعددی نسبت به نگرش مثبت به کسب و کار در جامعه وجود دارد. در حقیقت به‌نظر می‌رسد، مناسبت‌های مذهب و رابطه‌ی آن با کسب و کار، واجد ملاحظاتی پیچیده و چند بُعدی می‌باشد که نشان می‌دهد پژوهش‌ها در این زمینه نیازمند غنای بیش‌تری است. از جمله‌ی این ملاحظات پیچیده و چند بُعدی می‌توان به (۱) هویت نیافتن با کار، به این معنی که در پی آن نیستیم که تلاش کنیم هویت فردی‌مان را با کار خویش شکل دهیم، خود را با آن اثبات و معنا کنیم و اعتلای آن را به اتکای کار بخواهیم. (۲) قدرت و ثروت به مثابه ارزش، در جامعه‌ی ایران که داشتن ثروت و سلطه و در زیر چتر حمایتی زور و سلطه‌ی ثروت قرار گرفتن، مطمئن‌ترین تلاش برای دست‌یابی به امنیت در زندگی شخصی و خصوصی بوده است، تلاش فرد به پول درآوردن معطوف می‌شود و در چنین شرایطی دیگر کار، ماهیت و ارزش آن، چگونگی انجام آن، پیامدهای اجتماعی آن و ... اهمیتی نخواهد داشت. (۳) نگرش تقدیرگرایانه، به این معنا که همه‌ی اعمال و فعالیت‌های انسان و نیز هر آن‌چه در جهان روی می‌دهد از پیش تعیین شده و لزوماً هر کوششی برای تغییر وضعیت خود و جهان که از سوی انسان اختیار شود، بیهوده و محکوم به شکست است. (۴) ضعف اخلاق کاری، تعهد و پشتکار نداشتن به کار و نیز مشارکت در روند کار به معنای ضعف اخلاقی می‌باشد. اخلاق کسب و کار در جامعه‌ی دانشگاهی ما ضعف اساسی دارد. برخی مصداق‌ها تأییدکننده‌ی این موضوع است. (۱) علاقه به ثروت بادآورده در برخی افراد، (۲) بهره‌وری پایین نیروی کار، (۳) تمایل به مشاغل واسطه‌گری، دلالتی و خدماتی و (۴) استقبال بیش‌تر افراد از تعطیلات.

در این بین بایستی توجه داشت برخی از عوامل وجود دارند که منجر به تضعیف اخلاق کار در بین دانشجویان می‌شود. برخی از آن‌ها عبارت است از:

تورم بالای اقتصادی که به شدت اخلاق کاری را می‌فرساید: مکفی نبودن درآمد کاری باعث روی آوری به مشاغل دوم و در نتیجه باعث کاهش زمان فراغت می‌شود که به طبع اخلاق کاری تنزل می‌یابد؛ هم‌چنین با افزایش تنش‌ها و تضادها در فضای جامعه و کسب و کار، کارایی و پای‌بندی به اصول و مبانی اخلاقی کاهش می‌یابد.

سازگاری با ناامیدی: از دیگر موانع نگرش مثبت به کار سازگاری با ناامیدی است. در سازگاری با ناامیدی آینده فقط برای این وجود دارد که کار و فعالیت امروز به آن حواله شود. ناامیدی به باری به هر جهت بودن می‌انجامد، منجر به تردید و بی‌اعتمادی می‌شود و به هر چه پیش آید خوش آید می‌انجامد.

شخصی کردن کار: وقتی در مناسبت‌های اجتماعی نظام حامی پروری مسلط است، این نظام اساساً متکی بر رابطه‌ی شخصی حامی و فرد یا گروه مورد حمایت می‌باشد. در تسلط چنین نظامی جایگاه هر فرد نه با هویت فردی و شایستگی‌های او، بلکه در اساس با مناسبت‌های شخصی او با مراجع ثروت و قدرت تعیین می‌شود. شخصی کردن کار جنبه‌های مهم دیگری نیز دارد. از جمله این که وقتی بر کل جامعه قانون و قرارداد حاکمیت نداشته باشد تا بر نظام کار نظارت کند در نتیجه در هر محیط کاری این اراده‌ی شخصی رئیس یا مدیر دولتی و یا صاحب کار خصوصی می‌باشد که حاکم می‌شود. این منجر به دو نتیجه می‌شود یکی این که جایگاه اجتماعی نه به کار، بلکه به زیرکی و تظاهر و در مجموع به منافع و مصالح شخصی فردی که آن جایگاه را اشغال کرده است بستگی دارد. دوم این که همین اراده‌ی دلخواهی می‌باشد که معیار قضاوت در مورد کار موظف هر فرد قرار می‌گیرد. ما ایرانیان به تجربه قرن‌ها دریافته‌ایم که اتکا به حمایت مافوق برای حفاظت از جایگاه خود در کار یا سلسله‌مراتب اجتماعی با چه ناامنی و مخاطراتی همراه است. از این رو آماده‌ایم تا در مواجهه با چنین توطئه‌ای بلافاصله از خود دفاع کنیم.

فرهنگ عارفانه و صوفیانه: تصوف و عرفان در پرتوی آرمان‌های خود، رویکردی به حضور انسان در دنیا دارد که نمی‌تواند مُبَلِّغ و مروج کار و فعالیت در حوزه‌ی تولید مادی

و گرایش به علم و عقل و تحقیق علمی باشد. پس در این حوزه هر چه انسان را به دنیا پیوند می‌دهد باید طرد شود. در این راستا ثروت‌اندوزی به‌عنوان عنصر مهم پیونددهنده‌ی انسان با دنیا و نیز کار امری مطرود می‌باشد (احمدپورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۹).

در مطالعه‌ای که ملکی (۱۳۸۷) با عنوان بررسی اثرات باورهای مذهبی بر گرایش به راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید انجام داد، با توجه به عدم تأثیر باورهای مذهبی بر راه‌اندازی کسب‌وکار یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد، عدم تأثیر باورهای مذهبی در راه‌اندازی کسب‌وکار به دلیل وجود متغیرهای میانجی است که باعث می‌شوند تا باورها به صورت غیرمستقیم بر راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر گذارند. در نتیجه‌ی موارد بیان‌شده، مشخص می‌شود که در نظر دانشجویان، فرهنگ ایرانی نسبت به فرهنگ اسلامی که کار را مقدس می‌شمارد ملموس‌تر و معرف حضورتر می‌باشد. در نتیجه‌ی سنجش زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در کنار بُعد مذهبی برای درک درست علل و عوامل دخیل در نگرش کارآفرینانه لازم به نظر می‌رسد.

منابع

- احمدپورداریانی، محمود و مقیمی، سید محمد (۱۳۸۹). *مبانی کارآفرینی*. انتشارات فراندیش، چاپ دوازدهم، تهران.
- اکبری، جابر؛ پارسا، کی آرش (۱۳۷۹). بررسی طرز تلقی و نگرش جوانان نسبت به دین. گزارش مرحله اول. گروه پژوهشی علوم رفتاری معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی استان فارس. سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی فارس.
- آذربایجانی، مسعود (۱۳۸۶). آثار دینداری از دیدگاه ویلیام جیمز. *فصلنامه مطالعات اسلام و روانشناسی*. سال اول. شماره اول. پاییز و زمستان ۸۶.
- آذربایجانی، مسعود (۱۳۸۰). آزمون جهت گیری مذهبی با تکیه بر اسلام. پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی بالینی. پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- بهار، مهری (۱۳۸۷). *مطالعات دینی در نظام آموزش عالی ایران. آموزش عالی ایران*. زمستان ۸۷. ۱(۳): ۱۳۵-۱۴۹.
- تقی یاره، فاطمه (۱۳۸۲). بررسی ارتباط سطح تحول من، دلبستگی به خدا و جهت گیری مذهبی در دانشجویان. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شهید بهشتی. چاپ نشده.
- خدایاری فرد، محمد (۱۳۸۲). ساخت و هنجاریابی مقیاس دینداری در جامعه دانشجویان کشور. مقاله ارائه شده در همایش مبانی نظری و روان شناسی مقیاس های دینی. دانشگاه تهران، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، موسسه روان شناسی و علوم تربیتی.
- رجب زاده، احمد (۱۳۷۹). دانشگاه، دین و سیاست. دانشگاه تربیت معلم.
- شاه حسینی، علی (۱۳۸۸). *کارآفرینی*. انتشارات آیت. چاپ دوم. تهران
- شریفی، طیبه (۱۳۸۱). بررسی رابطه نگرش دینی با سلامت عمومی، افسردگی، اضطراب، پرخاشگری و شکیبایی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز. پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی اهواز، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه روانشناسی.

عباسی، مهدی؛ جان بزرگی، مسعود (۱۳۸۹). رابطه ابعاد جهت گیری مذهبی با پایداری هیجانی. فصل نامه علمی-پژوهشی روان شناسی و دین. سال سوم، شماره سوم، پاییز ۱۳۸۹، ص ۵-۱۸.

گله دار، نسرین؛ ساکی، ماندانا (۱۳۸۰). تأثیر آوای قرآن بر کاهش اضطراب پیش از آزمون دانشجویان. چکیده مقالات اولین همایش بین المللی نقش دین و بهداشت روان. سال پنجم، شماره ۱۹.

معتقدلاریجانی، محمد (۱۳۸۱). ساخت آزمون باور دینی و هنجاریابی آن برای دانش آموزان سال سوم دبیرستان های شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته روان سنجی. دانشکده روان شناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.

معنوی پور، داوود؛ پاشاشریفی، ح (۱۳۸۳). ساخت و هنجاریابی مقیاس سنجش رشد اعتقادی دانش آموزان مقطع متوسطه شهر تهران. فصلنامه نوآوری آموزشی. شماره ۹، سال سوم. پاییز.

ملکی، امیرحسین (۱۳۸۷). بررسی نقش باورهای مذهبی در شروع یک کسب و کار جدید. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت. دانشگاه تهران. چاپ نشده.

نوابخش، مهرداد؛ پوریوسفی، حمید؛ میرآخوری، مژگان (۱۳۸۸). بررسی میزان پایبندی مذهبی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار. پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم. شماره سوم. پاییز ۸۸.

نیکخواه، هدایت الله (۱۳۸۰). سنجش دینداری جوانان و عوامل مؤثر بر آن (دانش آموزان سال سوم و پیش دانشگاهی شهر شیراز). پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهشگری اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی.

Barro, R. J. and McCleary, R. (2003). "Religion and Economic Growth across Countries," *American Sociological Review*, 68 (3), 760-781

Brockhaus, R. and Horwitz, P. (2000). *The Psychology of the Entrepreneur*, In D. Sexton & R. Smilor. *The Art and Science of Entrepreneurship* Cambridge, Mass: Ballinger.

Guisa, L. Sapienza, P. and Zingales, L. (2006). "Does Culture Affect

Economic Outcomes?," *Journal of Economic Perspectives*, 20 (2), 23–48.
McCleary, Rachel, M. and Barro, R.J. (2006). "Religion and Political Economy in an International Panel," *Journal of Scientific Study of Religion*, 45 (2), 149–175.

