

تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای

وجیه باقرصاد^{۱*}، محمدرضا زالی^۲، سید مصطفی رضوی^{۳*}، سعیده سعید بنادکی^۴

۱. کارشناس ارشد دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، مربی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

۲. استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

۴. مدرس دانشکده فنی و حرفه‌ای سما، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱/۲۸

چکیده

مقاله حاضر به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای می‌پردازد. آموزش‌شده‌های عالی فنی و حرفه‌ای از مراکز فعال در آموزش عالی هستند که دانشجویان را علاوه بر دانش تئوری با مهارت‌های عملی نیز درگیر می‌کنند. آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار از عناوین واحد درسی اجباری در آموزش‌شده‌های فنی و حرفه‌ای است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، جزء تحقیقات شبه‌آزمایشی است. جامعه آماری شامل ۲۴۰ نفر از دانشجویان در دو گروه متشکل از ۱۲۰ نفر از دانشجویان دریافت‌کننده آموزش (گروه آزمایش) و ۱۲۰ نفر دانشجویان غیر دریافت‌کننده آموزش (گروه کنترل) است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود که روایی آن با کسب نظر استادان دانشگاه تأیید شد و پایایی آن نیز بر پایه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ به دست آمد. نتایج تحلیل آزمون‌های t یک‌نمونه‌ای و آزمون مقایسه میانگین دو جامعه نشان داد که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و درک امکان‌پذیری دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است؛ همچنین در این پژوهش فرضیه‌های تأثیرگذاری آموزش بر نگرش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی و دانش کارآفرینی دانشجویان بررسی شد که تأیید نشد.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی، دانشجویان، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، قصد کارآفرینی.

مقدمه

کارآفرینی باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته شده است. برخی از نویسندگان معاصر در مورد اقتصاد کارآفرینی صحبت می‌کنند و در این میان نقش دانشگاه‌ها و دیگر مؤسسات آموزش عالی در این مدل جدید اقتصادی برجسته است (Nabi and Linan, 2011, p. 325)؛ به نقل از آراستی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۰۸).

در سال‌های اخیر، آموزش عالی در کشور ایران در ابعاد مختلف به‌ویژه از نظر کمی پیشرفت چشمگیری داشته است؛ اما اغلب بدون هیچ برنامه و تمهیداتی برای تزیق اندیشه کارآفرینی بوده است و متعاقباً شاهد فراغت هزاران دانش‌آموخته‌ای هستیم که کمترین نشانه نوآوری در آنان نیست و همواره پی‌جوی کار و اشتغال هستند (حسینی لرگانی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۱۲۰). این در شرایطی است که ظرفیت اشتغال‌زایی در جامعه متناسب با رشد دانشجویان نیست (رهایی، ۱۳۸۴، ص ۱).

در سال‌های اخیر، زنان گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند و آمار ورود زنان و دختران به دانشگاه‌ها هر ساله رو به افزایش بوده است؛ این در حالی است که بر اساس آمارهای رسمی درصد بیکاری نیز در میان بانوان تحصیل کرده به صورت شایان توجهی در حال افزایش است (مرادی و فمی، ۱۳۸۹، ص ۱۵۱). در این راستا، گستره وسیعی از فرهنگ‌سازی‌ها و به‌روزرسانی آموزش‌های مورد نیاز برای رشد اشتغال‌های مولد و مفید در قالب مفهوم کارآفرینی در حال شکل‌گیری است؛ اگرچه مباحث مربوط به کارآفرینی به‌ویژه کارآفرینی دانشی عمر چندانی ندارند، در کشور ما تصویب طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور به فعالیت‌هایی در سطح برخی از دانشگاه‌های کشور از جمله دانشگاه فنی و حرفه‌ای منجر شده است. دانشگاه فنی و حرفه‌ای مشتمل بر آموزش‌شده‌های عالی فنی و حرفه‌ای است که با آموزش‌های تئوری و فنی و حرفه‌ای در رشته‌های مختلف دانشجویان را علاوه بر دانش تئوری با مهارت‌های عملی نیز درگیر می‌کند؛ بنابراین آموزش مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی در این مراکز، رسیدن به اهداف کارآفرینی که یکی از آن‌ها افزایش قصد کارآفرینانه و به دنبال آن راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه دانشجویان را باعث خواهد شد. از این رو با توجه به ضرورت موضوع و با توجه به سابقه آموزش کارآفرینی در آموزش‌شده‌های عالی فنی و حرفه‌ای دخترانه کرج این پژوهش

"تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان این آموزشگاه را مطالعه و ارزیابی می‌کند.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

آموزش فعالیتی معطوف به پیشرفت دانشجو در امر یادگیری است، به شیوه‌ای که یگانگی و گنجایش فکری دانشجو را برای قضاوت مستقل تأمین می‌سازد. علم کارآفرینی را نیز می‌توان آموزش داد (Kuratko, 2005, p. 580).

کروگر و لیندهال^۱ نیز با مطرح کردن اهمیت فوق‌العاده فرایند کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی بیان داشته‌اند که رشد کارآفرینی حاصل آموزش کارآفرینی است. از سوی دیگر، ورهال^۲، آدرج^۳، توریک^۴ و نکرز^۵ هم آموزش کارآفرینی را یکی از عوامل تعیین‌کننده و تأثیرگذار بر میزان توسعه و گسترش فعالیت‌های کارآفرینه در یک کشور قلمداد کرده‌اند (کیا و نساج، ۱۳۸۶، ص ۲).

در واقع، آموزش کارآفرینی فعالیتی به شمار می‌آید که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات موردنیاز برای راه‌اندازی و اداره کسب و کار استفاده می‌شود و افزایش، بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (ذیحی و مقدسی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۰). آموزش کارآفرینی بر سطح گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد و این امر به نوبه خود بر توسعه کسب و کارهای جدید در اقتصاد مؤثر است (زالی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۴۲).

اما واقعیت این است که افراد قبل از اینکه وارد عرصه کارآفرینی شوند باید قصد کارآفرینی در آن‌ها شکل بگیرد؛ چرا که قصد کارآفرینانه یک پیش‌نیاز ضروری برای رفتارهای کارآفرینانه است (Fayolle, 2006, p. 512) و بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینی است (Ajzen, 1991, p. 183).

یکی از اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ایجاد و تقویت قصد کارآفرینی در

1. Kruger and Lindahl

2. Verhevl

3. Audretsh

4. Thurik

5. Wennekers

کارآفرینان بالقوه به ویژه دانشجویان است؛ زیرا قصد کارآفرینی بهترین و مهم ترین متغیر پیش بینی کننده رفتار کارآفرینانه است؛ به عبارت دیگر، به احتمال بسیار زیاد افزایش قصد کارآفرینی به افزایش فعالیت های کارآفرینانه و در نتیجه توسعه کارآفرینی منجر می شود.

امروزه، آموزش کارآفرینی به یکی از مهم ترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاهی تبدیل شده است و این نظام آموزشی در صورتی اثربخش و کارآمد خواهد بود که بتواند با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی در حال آموزش خویش را به دانش، مهارت و ویژگی های کارآفرینان تجهیز کند و روحیه کارآفرینی را در آنها پرورش دهد (Matviuk, 2010, p.65). در این میان، دانشجویان دانشگاه های فنی و حرفه ای یکی از جوامع هدفی هستند که از طریق آموزش می توان روحیه و زمینه بروز کارآفرینی را در آنها و جامعه افزایش داد.

دانشگاه های فنی و حرفه ای با ارائه آموزش های فنی و حرفه ای نقش مهمی در تشکیل سرمایه انسانی از طریق تربیت نیروهای ماهر مورد نیاز بازار کار در کشورهای مختلف جهان ایفا می کنند. این آموزش ها در کشورهای در حال توسعه نه تنها عهده دار تربیت نیروی کار مورد نیاز بخش های مختلف اقتصاد این کشورها هستند، بلکه از طریق بسترسازی خوداشتغالی به حل مشکل بیکاری نیز کمک می کنند. آموزش های فنی و حرفه ای با همراه کردن آموزش های نظری و عملی این امکان را برای آموزش دیده فراهم می کنند که همسویی بیشتری با نیازهای بازار کار داشته باشد و از این طریق امکان بیشتری برای جذب آنها در فعالیت های اقتصادی - اجتماعی فراهم شود (سلیمی فر و مرتضوی، ۱۳۸۴، ص ۲).

روند رشد کارآفرینی و اثرگذاری آموزش های کارآفرینی و به دنبال آن توسعه آموزش های تخصصی کارآفرینی نشان می دهد که آموزش کارآفرینی نه تنها باعث رشد کمی کارآفرینان شده است، بلکه تحول در نسل های کارآفرینی و ارتقای سطح مهارت کارآفرینی را نیز در پی داشته است (Henry, Hill, and Leitch, 2005).

لینان و همکاران (2005, p 2) بیان می کنند که تا مدت ها محققان بیشتر بر عوامل جمعیت شناختی همچون جنس، سن و تجربه کاری تأکید می کردند؛ اما محدودیت قابل پیش بینی این عوامل به مرور مشخص شد و محققان بسیاری چون آجزن (۱۹۹۱)، شاپیرو و سوکل (۱۹۸۲)، گارتنر (۱۹۸۹)، و سیانا و همکاران (۲۰۰۰) به انتقاد از عواملی پرداختند که پیش بینی کننده های قوی برای قصد کارآفرینی هستند. آنها در مدل جدید خود به تأثیر

آموزش‌های کارآفرینی بر قصد کارآفرینی پرداخته‌اند. این مدل ترکیبی از مدل آجزن (۱۹۹۱) و مدل شاپیرو و سوکل (۱۹۸۲) با افزودن یک جزء اضافی دانش کارآفرینی است. دانش کارآفرینی به معنای دانش نظری و تجربه کاری شامل ایجاد و توسعه مجموعه‌ای از الگوهای فکری در طول زمان است که کارآفرین را قادر می‌کند در مقایسه با دیگران به‌طور مؤثرتری به درک، پالایش، تجزیه و تحلیل، تصمیم و عمل بر مبنای فرصت‌ها اقدام کند (Dellabarca, 2002, p. 33).

در این مدل، دانش بیشتر سبب نگرش واقع‌بینانه‌تر فرد نسبت به فعالیت کارآفرینی می‌شود؛ همچنین آگاهی بیشتری را درباره انتخاب حرفه آینده برای شخص فراهم کرده و قصد کارآفرین شدن فرد را واقعی می‌نماید که قسمت عمده‌ای از این دانش و آگاهی را می‌توان از طریق آموزش ایجاد کرد.

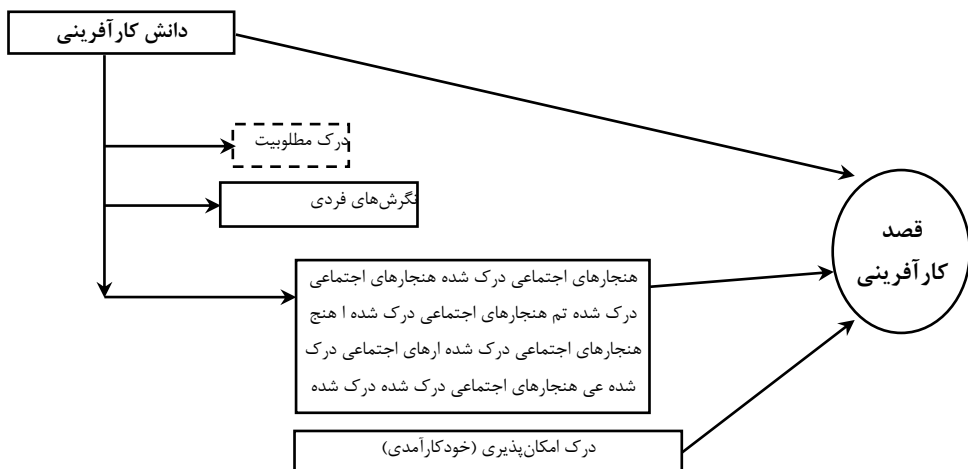
لینان معتقد است این آموزش‌ها را در چهار دسته می‌توان طبقه‌بندی کرد (Linan, 2011, p. 200):

۱. آموزش آگاهی کارآفرینانه. هدف این آموزش‌ها افزایش آگاهی کارآفرینانه در افراد است. از این رو این نوع آموزش به‌طور مستقیم سبب ایجاد کارآفرینان بیشتر نمی‌شود، بلکه بر یک یا چند جزء که قصد را مشخص می‌کنند تأثیرگذار است و مستقیم قصد را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. ۲. آموزش راه‌اندازی. ۳. آموزش پویایی کارآفرینانه. ۴. آموزش‌های مستمر کارآفرینان. دیگر عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرین شدن در این مدل نیز بدین صورت تعریف می‌شوند:

نگرش‌های فردی: به میزان ارزشیابی مثبت یا منفی افراد در مورد کارآفرین بودن اشاره دارد (Linan and Chen, 2009, p. 596). نگرش‌ها، پاسخ‌های ارادی، شناختی و احساسی افراد نسبت به اشیاء، سایر افراد، خودشان یا مسائل اجتماعی هستند (Nelson and Quick, 1999, p. 103).

هنجارهای اجتماعی درک شده^۱: تکالیف اجتماعی درک شده برای انجام رفتار معین را ارزش‌های اجتماعی می‌گویند. این متغیر زیر تأثیر عوامل اجتماعی مانند نگرش‌های فرهنگی، گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی (خانواده، دوستان، همکاران و دیگران) است.

درک امکان‌پذیری^۱: نشان‌دهنده سطح یا میزان درک قابلیت فردی برای راه‌اندازی کسب‌وکار است. این ادراک با متغیر کنترل رفتاری آجزن در ارتباط است؛ چون متغیر درک کنترل رفتاری آجزن بر هر دو بعد ارزیابی فرد از توان اداره موفقیت‌آمیز و توان شروع به کسب‌وکارش تمرکز دارد. این متغیر ابزاری برای سنجش نبود اطمینان است و نبود اطمینان ادراکی از میزان کنترل‌پذیر بودن یک وضعیت است. با وجود اینکه نقش تجربه پیشین و احساس اعتماد به نفس یک فرد نسبت به توان اداره موفقیت‌آمیز کارها مرتبط با این باور شناخته شده‌اند اما تمایل به مؤثر بودن یا خودباوری است که به‌طور مکرر متغیر مقدم و مهم برای درک امکان‌پذیری ایده‌ها شناخته شده است. مدل تشریح‌شده در شکل ۱ مشاهده می‌شود.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق. منبع: Linan, 2004, p. 15

علاوه بر مطالعاتی که تاکنون در حوزه آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرین شدن انجام شده است، مطالعاتی نیز در حوزه عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرین شدن صورت گرفته است. بخشی از این مطالعات برای پیشینه پژوهش به صورت خلاصه در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱. خلاصه مطالعات پیشین در حوزه عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان

پژوهش‌گر	عنوان پژوهش	یافته‌ها
سعید بنادکی، ۱۳۹۰	نقش درس مبانی کارآفرینی در این تحقیق، تأثیر آموزش درس کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته هنر و ادبیات و علوم انسانی مورد بررسی قرار گرفته و نتایج نشان داد که قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری دانشجویان در پایان ترم تحصیلی افزایش یافته است.	
مرادی، ۱۳۸۹	تأثیر آموزش‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان نشان داد که قصد کارآفرینی بعد از برنامه آموزش تشخیص فرصت‌ها تفاوت معناداری با قبل از اجرای برنامه آموزشی نداشت. از میان عامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینی در این پژوهش، هنجارهای ذهنی در قبل و بعد از اجرای برنامه آموزشی تفاوت معنی‌داری داشت.	
زالی و همکاران، ۱۳۸۹	ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران بر اساس نتایج برنامه سال ۲۰۰۸ دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)	تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینان نیز در برنامه‌ی ارزیابی GEM مورد توجه واقع شده است. در ایران ۵۰/۸ درصد کسانی که قصد کارآفرینی دارند، آموزش داوطلبانه‌ی کارآفرینی دریافت کرده‌اند. در حالی که ۴۶ درصد از کسانی که قصد کارآفرینی دارند، آموزش اجباری در زمینه‌ی راه‌اندازی کسب و کار دریافت کرده و ۳۲/۹ درصد نیز از هیچ آموزشی برخوردار نبوده‌اند. بنابراین بیش تر کسانی که آموزش داوطلبانه‌ی کارآفرینی دریافت کرده‌اند، قصد کارآفرینی دارند.
حسینی، ۱۳۸۷	بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر ادراک دانشجویان از کارآفرینی	در این پژوهش سه فاکتور قصد کارآفرینی، امکان‌پذیری درک شده و مطلوبیت درک شده در دو مرحله قبل و بعد از گذراندن دوره آموزشی سنجیده می‌شوند و نتایج آن‌ها با یکدیگر مقایسه می‌گردد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پس از گذراندن دوره آموزشی، مطلوبیت درک شده دانشجویان افزایش می‌یابد، اما امکان‌پذیری درک شده و قصد کارآفرینی دانشجویان تغییر معنی‌داری نمی‌یابد.
2009 Lee et al.,	Entrepreneurial intentions: The influence of organization and individual factors	در مطالعه انجام شده در سنگاپور بر روی نمونه آماری ۴۱۹۲ نفره مشخص شد که خودکارآمدی نه تنها نقش مستقیم در درک امکان‌پذیری ایفا می‌کند، بلکه همچنین می‌تواند رابطه مابین علاقه‌مندی به کارآفرینی و قصد کارآفرینی را نیز تعدیل کند.
Wilson et al., 2007	Gender, Self- Entrepreneurial Efficacy, and Entrepreneurial Intentions: Career for Implications Entrepreneurship Education	پژوهش در ایالات متحده بر روی دو گروه نوجوانان و دانشجویان کارشناسی ارشد به بیان این موضوع می‌پردازد که آموزش کارآفرینی نقش مهمی را در بالابردن سطح خودکارآمدی و ایجاد قصد شروع فعالیت اقتصادی ایفا می‌کند. علاوه بر این یافته‌های پژوهش بیان می‌کند که آموزش کارآفرینی در جهت افزایش خودکارآمدی برای زنان تأثیرگذارتر از مردان است.
Hmieleski and 2006 Corbett,	Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intention	در مطالعه انجام شده بر روی دانشجویان، تأثیرگذاری عوامل شخصیتی، انگیزشی، سبک‌های شناختی، الگوهای اجتماعی و تمایل به ابتکار بر قصد کارآفرینانه تأیید شد.
Zhao et al., 2005	The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intention	در این پژوهش، نقش تعدیل‌کنندگی خودکارآمدی بر قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفته است. محققان به این نتیجه رسیدند که یکی از مهم‌ترین دلایل افراد برای کارآفرین شدن یا قصد کارآفرینی، برخورداری بودن از خودکارآمدی است.

با توجه به آنکه در مدل لینان به عنصر دانش کارآفرینی که متأثر از آموزش کارآفرینی است توجه شده است، در این پژوهش نیز مدل لینان مدل پایه پژوهش انتخاب و اثر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان سنجیده شده است؛ بنابراین بر اساس مطالعه ادبیات تحقیق فرضیات زیر پیشنهاد می شوند:

فرضیه ۱. آموزش کارآفرینی بر بهبود قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است.

فرضیه ۲. آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های فردی دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است.

فرضیه ۳. آموزش کارآفرینی بر هنجارهای اجتماعی درک شده دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است.

فرضیه ۴. آموزش کارآفرینی بر درک امکان‌پذیری دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است.

فرضیه ۵. آموزش کارآفرینی بر دانش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است.

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی است و بر حسب روش گردآوری داده‌ها، پژوهشی از دسته تحقیقات شبه‌آزمایشی است.

به پژوهش برای مشاهده تأثیر متغیر مستقل بر وابسته با مورد نظر قراردادن گروه‌های آزمایش و کنترل، که از طریق آن‌ها تفاوت میان آزمودنی‌ها از طریق انتساب تصادفی و غیره کنترل می‌شود، تحقیق آزمایشی و به طرح‌های آزمایشی در تحقیقات علوم رفتاری که معمولاً در آن‌ها نمی‌توان از انتساب تصادفی استفاده کرد، طرح‌های شبه‌آزمایشی گویند (سرمد و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۶).

نظر به اینکه از اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ایجاد و تقویت قصد کارآفرینی کارآفرینان بالقوه به‌ویژه در دانشجویان است و از سویی دیگر در دانشگاه فنی و حرفه‌ای نیز مانند سایر سازمان‌های آموزشی کشور تعداد زیادی از دانش‌آموختگان جویای کار وجود

دارد، جامعه آماری خود را دانشجویان فنی و حرفه‌ای انتخاب کردیم و در این میان نمونه آماری از دو گروه از دانشجویان دانشکده ۱۷ شهرپور دختران کرج انتخاب شدند. گروه آزمایش دانشجویان ترم‌های سوم و چهارم هستند که سه واحد درس "کارآفرینی و پروژه" را گذرانده‌اند (آموزش دریافت کرده‌اند) و گروه کنترل که دانشجویان ترم‌های سه و چهار هستند "درس کارآفرینی و پروژه" را نگذرانده‌اند (آموزش دریافت نکرده‌اند). حجم کل جامعه آماری در گروه آزمایش ۳۵۰ دانشجو است که بر پایه محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران تعداد ۱۲۰ دانشجو از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند و دقیقاً همان تعداد (۱۲۰ دانشجو) نیز برای نمونه گروه کنترل و از لحاظ سن، تجربه کاری و ترم تحصیلی با ویژگی‌های نزدیک به گروه آزمایش به صورت هدفمند انتخاب شدند.

ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش پرسشنامه ۶۹ پرششی (Linan, 2011) است که روایی آن با کسب نظر استادان دانشگاه تأیید شد. در تحقیق مقدماتی و اولیه، قبل از انجام پژوهش، پرسشنامه را ۴۰ نفر از دانشجویان همین آموزشکده تکمیل کردند و اصلاحات لازم در محتوا صورت گرفت. در این پرسشنامه، متغیرهای دانش کارآفرینی با ۱۱ پرسش، قصد کارآفرینی با ۷ پرسش، گرایش‌های فردی با ۱۱، هنجارهای اجتماعی درک‌شده با ۱۰ و درک خودکارآمدی با ۱۲ پرسش و بر اساس پرسش‌هایی در قالب طیف لیکرت هفت سطحی سنجیده شدند. برای بررسی پایایی پرسش‌نامه مورد نظر از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار ۰/۹۳ برای پایایی پرسشنامه به دست آمد که پایایی مناسبی است.

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS و در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. در سطح آمار توصیفی از شاخص‌های گرایش مرکزی همچون میانگین و اتحراف معیار استفاده شده و در سطح آمار استنباطی برای آزمون فرضیات از آزمون t یک نمونه‌ای و آزمون t مستقل (مقایسه میانگین دو جامعه) استفاده شد.

یافته‌ها

یافته‌ها در قسمت‌های توصیف جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و آزمون فرضیات ارائه شد.

توصیف جمعیت‌شناختی پاسخگویان

خلاصه‌ای از ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان

متغیر	طبقه‌بندی	گروه آزمایش		گروه کنترل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
سن	زیر ۲۰ سال	۷۳	۶۱	۷۶	۶۳/۴
	۲۰-۲۵ سال	۴۳	۳۶	۴۰	۳۳/۳
	۲۵-۳۰ سال	۳	۲/۲	۴	۳/۳
	بالای ۳۰ سال	۱	۰/۸	۰	۰
تجربه کاری	دارای تجربه	۳۷	۳۱	۳۳	۲۸
	فاقد تجربه	۸۳	۶۹	۸۷	۷۲
سال فارغ‌التحصیلی	سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰	۵۳	۴۴	۹۰	۷۵
	سال‌های بعد ۱۳۹۰	۶۷	۵۶	۳۰	۲۵

در جدول ۳، در بعد تحلیل اولویت عوامل، عدد معنی‌داری برای آزمون فریدمن در گروه‌های آزمایش و کنترل برابر با ۰/۰۰۰ و کوچک‌تر از ۰/۰۵ (مؤنی و فعال قیومی، ۱۳۸۶) است. این عدد نشان می‌دهد که این عوامل را نمی‌توان از نظر میانگین با یکدیگر برابر دانست.

جدول ۳. رتبه‌بندی متغیرهای تحقیق در گروه‌های آزمایش و کنترل

متغیرهای تحقیق	میانگین رتبه در گروه آزمایش	میانگین رتبه در گروه کنترل
قصد کارآفرینی	۴/۶۷	۵/۲۸
نگرش‌های فردی	۲/۶۲	۲/۸۵
هنجارهای اجتماعی درک	۴/۷۳	۴/۸۷
درک امکان‌پذیری	۳/۵۵	۲/۸۹
دانش کارآفرینی	۱/۰۸	۱/۰۷

آزمون فرضیات

در این بخش، برای تحلیل داده‌های پژوهش و بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق (قصد کارآفرینی، نگرش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی درک‌شده، درک امکان‌پذیری و دانش کارآفرینی) از آزمون میانگین یک جامعه یا به عبارتی از آزمون t یک نمونه‌ای استفاده شده است که در واقع تفاوت بین میانگین نمونه مورد بررسی را با مقدار مفروض $\mu = 3$ می‌آزماید.

جدول ۴. بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق در گروه‌های آزمایش و کنترل

متغیرهای تحقیق	گروه آزمایش			گروه کنترل		
	ضریب	آماره t	میانگین	ضریب	آماره t	میانگین
	معنی‌داری	بحرانی		معنی‌داری	بحرانی	
قصد کارآفرینی	۰/۰۰	۸/۱۸	۳/۶۲	۰/۰۰	۴/۸۳	۳/۳۲
نگرش‌های فردی	۰/۰۰	۱۰/۳۹	۳/۶۶	۰/۰۰	۱۲/۷۷	۳/۷۰
هنجارهای اجتماعی درک شده	۰/۰۱	-۲/۵۵	۲/۸۶	۰/۰۰	-۴/۷۸	۲/۷۵
درک امکان‌پذیری	۰/۰۰	۴/۴۶	۳/۳۳	۰/۰۶	-۱/۸۸	۲/۸۸
دانش کارآفرینی	۰/۰۰	-۳۴/۱۷	۱/۰۷	۰/۰۰	-۳۸/۱۳	۱/۰۷

از آنجا که با انجام این آزمون در مورد مقایسه وضعیت متغیرهای تحقیق در گروه‌های آزمایش و کنترل نمی‌توان به درستی اظهار نظر کرد، متعاقباً از آزمون میانگین دو جامعه یا آزمون t مستقل نیز استفاده شده است. بر اساس نتایج آزمون t مستقل مشاهده می‌شود که میانگین شاخص‌های قصد کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی درک شده و درک امکان‌پذیری در گروه دریافت‌کننده آموزش درس کارآفرینی افزایش یافته است. در جدول ۵، نتایج آزمون t مربوط به متغیرهای پژوهش آمده است.

نتایج t-test انجام‌شده بر روی دو گروه مستقل دریافت‌کننده آموزش و غیر دریافت‌کننده (جدول ۵) نشان داد که سطح معنی‌داری قصد کارآفرینی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین می‌توان گفت قصد کارآفرینی دانشجویان گروه آزمایش و کنترل اختلاف معنی‌دار دارد؛ به عبارت دیگر، میانگین قصد کارآفرینی دانشجویان گروه آزمایش در انتهای ترم تحصیلی از میانگین قصد کارآفرینی دانشجویان گروه کنترل بزرگ‌تر است و این بدان معناست که آموزش درس کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر است و فرضیه اول تحقیق تأیید می‌شود.

همچنین، با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود که سطح معنی‌داری آزمون t انجام‌شده در مورد متغیر درک امکان‌پذیری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین می‌توان گفت درک امکان‌پذیری دانشجویان گروه آزمایش و کنترل اختلاف معنی‌داری دارد. این بدان معناست که آموزش درس کارآفرینی بر درک امکان‌پذیری دانشجویان تأثیر گذار بوده است؛ بنابراین فرضیه چهارم تحقیق نیز پذیرفته می‌شود. در مورد فرضیه‌های ۲، ۳ و ۵ تحقیق از آنجا که سطح

جدول ۵. مقایسه قصد کارآفرینی و متغیرهای تأثیرگذار بر آن در گروه‌های آزمایش و کنترل

متغیر	میانگین	انحراف معیار	اختلاف میانگین	آماره t	ضریب معنی داری
قصد کارآفرینی	۳/۶۲	۰/۸۳	۰/۳	-۲/۸۸	۰/۰۰
	۳/۳۲	۰/۷۴			
نگرش‌های فردی	۳/۶۶	۰/۶۹	-۰/۰۴	-۰/۴۶	۰/۶۴
	۳/۷۰	۰/۶۰			
هنجارهای اجتماعی درک شده	۲/۸۶	۰/۵۸	۰/۱۱	۱/۴۸	۰/۱۴
	۲/۷۵	۰/۵۶			
درک امکان پذیری	۳/۳۳	۰/۸۱	۰/۴۵	۴/۶۲	۰/۰۰
	۲/۸۸	۰/۶۷			
دانش کارآفرینی	۱/۰۷	۰/۶۱	۰	-۰/۰۲	۰/۹۸
	۱/۰۷	۰/۵۵			

معنی داری متغیرهای نگرش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی درک شده و دانش کارآفرینی به ترتیب ۰/۰۰، ۱۴/۶۴ و ۰/۹۸ هستند که همگی از ۰/۰۵ بزرگ‌ترند، می‌توان اظهار کرد که متغیرهای نگرش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی درک شده و دانش کارآفرینی دانشجویان گروه آزمایش و کنترل اختلاف معنی داری ندارند؛ به عبارتی دیگر، آموزش کارآفرینی بر دانشجویان گروه آزمایش تأثیرگذار نبوده است و بدین ترتیب فرضیه‌های دوم، سوم و پنجم تحقیق رد می‌شوند.

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق با هدف بررسی متغیرهای تأثیرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای انجام شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که آموزش کارآفرینی بر قصد

کارآفرینی دانشجویان تأثیرگذار است. قصد کارآفرینی در مطالعات سنچز (۲۰۱۱)، تورکر و همکاران (۲۰۰۸)، سویتاریز و همکاران (۲۰۰۷)، ویلسون و مارینو (۲۰۰۷)، فایول و همکاران (۲۰۰۶)، لوتج و فرانک (۲۰۰۳)، مرادی (۱۳۸۹) و حسینی (۱۳۸۷) در سال‌های گذشته آزموده شده است. نتایج مطالعه فایول و همکاران (۲۰۰۶) نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در گروه‌هایی از دانشجویان که قبلاً در هیچ دوره آموزش کارآفرینی شرکت نکرده بودند دیده شد ولی تأثیر آموزش بر قصد کارآفرینی دانشجویانی که قبلاً آموزش‌های کارآفرینی را سپری کرده بودند دیده نشد. نتایج تحقیق پایان‌نامه مرادی (۱۳۸۹) بر روی دانشجویان پرستاری نشان داد که قصد کارآفرینی گروه آزمایش بعد از اجرای برنامه آموزش تشخیص فرصت‌ها تفاوت معناداری با قبل از اجرای برنامه آموزشی نداشت؛ همچنین حسینی (۱۳۸۷) در نتایج پایان‌نامه خود بیان می‌کند که قصد کارآفرینی دانشجویان دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی پس از گذراندن دوره آموزشی تغییر معناداری نمی‌کند؛ اما سایر مطالعات ذکر شده در این زمینه فرضیه تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان را تأیید کردند.

در این پژوهش نیز فرضیه تأثیرگذاری آموزش بر نگرش‌های فردی تأیید نشد. فرضیه تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های فردی نیز در مطالعات گذشته آزموده شده است. مطالعه فایول (۲۰۰۶) این فرضیه را تأیید کرد؛ اما سویتاریز و همکارانش (۲۰۰۷) در بررسی اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر روی دانشجویان مهندسی و علوم دریافتند که نگرش‌های دانشجویان در ابتدا و انتهای برنامه آموزشی تفاوت مشخصی نداشت.

همچنین، فرضیه تأثیرگذاری آموزش بر هنجارهای اجتماعی درک شده در این پژوهش تأیید نشد که تأییدی بر مطالعات انجام‌شده پیشین در این زمینه در مطالعات سویتاریز و همکاران (۲۰۰۷)، فایول و همکاران (۲۰۰۶) در سال‌های گذشته است. نتایج مطالعه سویتاریز و همکارانش در بررسی اثر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر روی دانشجویان مهندسی و علوم نشان داد که تغییری در هنجارهای دانشجویان در ابتدا و انتهای برنامه آموزشی مشاهده نشد. مطالعه فایول نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر هنجارهای اجتماعی گروه‌هایی که قبلاً آموزش‌های کارآفرینی را سپری کرده بودند دیده نشد.

تأثیر آموزش کارآفرینی بر درک امکان‌پذیری دانشجویان در این پژوهش تأیید شد. تأثیر آموزش کارآفرینی بر درک امکان‌پذیری دانشجویان نیز در مطالعات سنچز (۲۰۱۱)، ویلسون و

مارینو (۲۰۰۷) و حسینی (۱۳۸۷) در سال‌های گذشته آزموده شده است. نتایج مطالعه سنجش نشان داد که قصد خود کارآمدی که از مقدمات درک امکان‌پذیری است در دانشجویان بعد از برنامه‌های آموزش کارآفرینی افزایش یافته است. ویلسون و مارینو نیز در مطالعه خود اظهار داشتند که آموزش کارآفرینی نقش مهمی را در بالابردن سطح خود کارآمدی دانشجویان ایفا می‌کند.

نتایج پژوهش فرضیه تأثیرگذاری آموزش بر دانش کارآفرینی دانشجویان را تأیید نکرد. دانش کارآفرینی به معنای دانش نظری و تجربه کاری شامل ایجاد و توسعه مجموعه‌ای از الگوهای فکری در طول زمان است که کارآفرین را قادر می‌کند در مقایسه با دیگران به‌طور مؤثرتری به درک، پالایش، تجزیه و تحلیل، تصمیم و عمل بر مبنای فرصت‌ها اقدام کند. رد این فرضیه را می‌توان ناشی از کمبود استادان تحصیل کرده در رشته تخصصی کارآفرینی، محدودیت در ارائه آموزش‌ها در قالب سمینارها و کارگاه‌های عملی آموزشی، محدودیت زمانی و دسترسی در انتقال تجربیات عملی کارآفرینان موفق دانست.

پیشنهادهای

نتایج تحقیق حاضر مشخص کرد که آموزش‌های کارآفرینی می‌تواند به ایجاد قصد کارآفرینی در دانشجویان منجر شود؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود به ابعاد مختلف آموزش‌های کارآفرینی همچون انتخاب استادان، محتوای دروس، شیوه تدریس و ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای توجه شود.

درک امکان‌پذیری گروه افرادی که آموزش‌های کارآفرینی را دریافت کرده بودند، نسبت به افرادی که این آموزش‌ها را دریافت نکرده‌اند بالاتر است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود در مؤسسات آموزشی، با آموزش‌های لازم، سطح آگاهی افراد را با مهارت‌ها و استعدادها درونی آن‌ها افزایش دهند تا از این طریق قصد کارآفرینانه و تمایل آن‌ها به درگیری با فعالیت‌های کسب و کار افزایش یابد.

سطح دانش کارآفرینی افرادی که آموزش‌های کارآفرینی را دریافت کرده بودند، با افرادی که این آموزش‌ها را دریافت نکرده بودند تفاوت معنی‌داری نشان نمی‌دهد؛ بنابراین بهتر است سرفصل‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار در آموزشگاه مذکور با تأکید بر ارتقای سطح دانش کارآفرینانه دانشجویان بازنگری شود؛ چرا که اولین نتیجه مورد انتظار از دوره‌های آموزشی، افزایش سطح دانش افراد در زمینه مورد آموزش است.

منابع

- آراستی، زهرا؛ سعید بنادکی، سعیده و ایمانی پور، نرگس (۱۳۹۰)، «نقش آموزش درس "مبانی کارآفرینی" در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های غیر مدیریت (مطالعه موردی: دانشکده‌های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران)»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره چهاردهم، صص ۱۰۷-۱۲۴.
- حسینی لرگانی، سیده مریم؛ میر عرب رضی، رها و رضایی، سعید، (۱۳۸۷) «آموزش کارآفرینی در هزاره جدید، زیرساختی برای دانش آموختگان آموزش عالی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره پنجاه، صص ۱۱۹-۱۳۷.
- رهایی، زهرا (۱۳۸۴)، «نقش دانشگاه در ایجاد تعادل بین ظرفیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینی، دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور».
- سلیمی فر مصطفی، مرتضوی سعید (۱۳۸۴)، «سرمایه انسانی و کارآفرینی در رویکرد فنی و حرفه‌ای (مورد مطالعاتی خراسان)»، دانش و توسعه (۱۷)، صص ۸۵-۶۳.
- زالی، محمدرضا؛ رضوی، سیدمصطفی، یداللهی فارسی، جهانگیر و کردنائیج، اسدالله (۱۳۸۹)، ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران، چاپ اول، تهران: انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۵)، کارآفرینی از تئوری تا عمل، مشهد: نشر جهان فردا.
- کیا، محمد، نساج، سعیده (۱۳۸۶)، روش‌های تدریس کارآفرینی، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- مرادی، حوریه؛ فمی، حسین شعبانعلی (۱۳۸۹)، «شناسایی قابلیت‌های کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین اهواز)»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ۸، صص ۱۴۱-۱۶۱.
- مرادی، محمود. ۱۳۸۹. تأثیر آموزش‌های تشخیص فرصت بر قصد کارآفرینانه دانشجویان پرستاری، کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- مومنی، منصور؛ فعال قیومی، علی. (۱۳۸۶). تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS. تهران: کتاب نو.
- Ajzen, I., (1991), «The theory of planned behavior», Organizational Behavior and Human Decision Process, Vol.50, No.5, pp.179-211.
- Bosma, N., and Levie, J., (2009), Global Report. Global Entrepreneurship Monitor
- Dellabarca, R (2002), «Understanding the "opportunity recognition process" in entrepreneurship, and consideration of whether serial entrepreneurs undertake

- opportunity recognition better than novice entrepreneurs», MBA Dissertation. University of Cambridge. Expectations", Journal of American Academy of Business, Vol.16, No.1, pp.65-70.
- 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.
- Henry, C, Hill, F, and Leitch, C. (2005). «Can entrepreneurship be taught, part 1. Education Training», Vol.47, pp.98-111.
- Keith M. Hmieleski and Andrew C. Corbett (2006), «Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions», Journal of Small Business Management, Vol. 44 , No.1, pp.45-63.
- Kuratko, D.F. (2005), «The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges», Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 29 , No.5 , pp.577–598.
- Lee, L., Wong, P. K., Foo, M. D., and Leung, A. (2009), «Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors». Journal of Business Venturing. , Vol. 26 , , pp.124–136.
- Liñán, F. (2004), «Intention-based models of entrepreneurship education», Piccola Impresa / Small Business, Vol.3, pp.11-35.
- Liñán, F. , Rodríguez-Cohard, J. C. , Rueda-Cantuche, 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.
- Matviuk, S.G. (2010), «A Study of Peruvian Entrepreneurs Leadership», Journal of American Academy of Business Vol.16 , No.1, pp.65-70.
- 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.
- Wilson, F., Kickul, J., and Marlino, D. (2007), «Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education», Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.30, No.1, pp.387–406.
- Zhao, H., Hills, G.E., and Seibert, S.E. (2005), «The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions», Journal of Applied Psychology, Vol.90, No.6, pp. 1265–1272.