

تأثیر درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 8

سیدصالح مرادی* مهدی کلانتری**

چکیده: هدف اصلی این مقاله شناخت تأثیر آموزش درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 8 می باشد. روش این پژوهش، پیمایشی از نوع توصیفی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 8 در سال تحصیلی 89-88 می باشند. حجم نمونه با اندازه اثر کوچک و توان آماری 0/7 و آلفای (a = 0/05) و با توجه به کاهش خطای نوع اول، در حد 470 نفر می باشد که این تعداد به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. و به منظور احتمال ریزش نمونه ها در نهایت 500 نفر به عنوان نمونه آماری از طریق روش های نمونه گیری خوشه ای یک مرحله ای و طبقه ای متناسب با حجم جامعه انتخاب شدند. برای ابزار تحقیق با توجه به بررسی پیشینه تحقیق، مبانی نظری و مطالعات اکتشافی؛ یک پرسشنامه محقق ساخته 13 سوالی تدوین گردید که روایی صوری آن با توجه به نظرات خبرگان تایید گردید و برای تعیین پایایی آن با اجرای مقدماتی ضریب آلفای کرانباخ آن (0/88) محاسبه شده است. سپس داده های به دست آمده با استفاده از آزمون t مورد تحلیل قرار گرفت و نتایج نشان داد که آموزش درس کارآفرینی در افزایش اعتماد به نفس، افزایش آگاهی و توانایی لازم، افزایش توانایی های خود اشتغالی، افزایش خلاقیت در زمینه های شغلی دانشجویان مؤثر است.

کلید واژه ها: آموزش، کارآفرینی، امید به آینده شغلی

مقدمه

امروزه بیکاری در بسیاری از کشورهای جهان حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی به عنوان یک مشکل اساسی مطرح است. حل این مشکل، سیاست گذاران اغلب کشورها را با چالش های بزرگی روبرو کرده است به گونه ای که می توان گفت ثبات و زوال برخی دولت ها در گرو حل

* کارشناس دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن- کارشناسی ارشد برنامه ریزی درسی

** عضو هیئت علمی و باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن Mehdi_kInt@yahoo.com

بحران بیکاری است. این مسئله در کشور ما نیز شرایط حادثی به خود گرفته است، به طوری که نرخ رسمی بیکاری از 9/1 درصد در سال 1375 به 14/2 درصد در سال 1381 رسیده که هر ساله بر رشد این نرخ افزوده می شود.

بحران بیکاری به عنوان یک معضل تمامی جنبه های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را به شدت متأثر می کند که گاهی اثرات غیر قابل جبرانی را نیز بر جای می گذارد. پژوهشها تأیید می کنند که این بحران و پیامدهای اجتماعی آن نه راه حل های فوری و ایدئولوژیک و اخلاقی دارد و نه محور همه جانبه، یکپارچه و کوتاه مدت آن امکان پذیر است. بسیاری از کشورها از جمله راه حل های خروج از این بحران را کارآفرینی می دانند و به آن توجه فوق العاده ای می کنند (رضا زاده و همکاران، 1381). به این ترتیب کارآفرینی در اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. بررسی تاریخی ادبیات کار آفرینی مؤید آن است که این واژه اولین بار در تئوری های اقتصادی و توسط اقتصاددانان بکار رفته و سپس وارد مکاتب و تئوری های کارآفرینی سایر رشته های علوم انسانی شده است. کانتیلون به نقل از کلارک¹ (1990) که ابداع کننده واژه کار آفرینی است، کارآفرین را فردی ریسک پذیر می داند که کالا را با قیمت معلوم خریداری می کند. روی آن فرآیندی انجام می دهد و با قیمت نامعلوم می فروشد.

اقتصاددانان به کارآفرینان به عنوان عامل تحول جامعه، ایجاد کسب و کار جدید و به طور کلی رشد اقتصاد و سودآفرینی آنها توجه دارند و از کار آفرینان به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام می برند و معتقد هستند که امروزه نقش کار آفرینان در توسعه اقتصادی از سرمایه بیشتر است، همچنین جامعه شناسان ابعاد و تبعات اجتماعی کار آفرینی را بررسی نموده و معتقدند که نیروی محرک کار آفرینان انگیزه های درونی و شخصی آنهاست، که طی دوران زندگی، با تاثیر پذیری از محیط پیرامون خود تقویت می شوند؛ از اینرو در دنیای سریع و رقابتی امروز، توجه به کار آفرینی یکی از دغدغه های مهم نهادها و مراکز مختلف آموزشی از جمله دانشگاهها و مراکز فنی و حرفه ای در سراسر دنیا است (دایره المعارف آموزش عالی، 1383: 679).

بیان مساله

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کار آفرینان را در خط مقدم توسعه فن آوری و توسعه

1. Richard Cantillon

اقتصادی قرار داده است. بر همین اساس توسعه کارآفرینی از جنبه های گوناگون، مدنظر قرار گرفته است که آموزش یکی از جنبه های مهم در گسترش کارآفرینی است. زیرا با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، ثابت شده که ویژگی های کارآفرینان توارثی نیست بلکه اغلب اکتسابی است. به همین منظور می توان در فراهم آوردن محیطی مناسب برای آموزش هایی که ویژگی ها، تجربیات و مهارت های لازم را در افراد تقویت می کند، تلاش نمود (آیین نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور، 1388: 16).

در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه 1970 به بعد موضوع کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است و بسیاری از کشورهای در حال توسعه نیز از اواخر دهه 1980 این موضوع را مورد توجه قرار داده اند. در کشور ما نیز تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود، حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. نیاز جامعه به آموزش و کسب مهارت و بازآموزی مستمر و مادام العمر و همچنین نیاز جامعه به دانش آموختگانی با ظرفیت فکری و خلاقیت بالا که بتوانند به طور مستمر اطلاعات خود را به روز کرده و مهارت های جدیدی را فرا گیرند و در دنیای متحول بازار کار، کارآفرینی نمایند، بیش از پیش احساس می شود (احمدپورداری، 1383). در همین راستا دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی به عنوان بزرگترین سازمان متولی تربیت نسل آینده و نیروی انسانی بازار کار کشور با داشتن ویژگی هایی نظیر: پوشش تحصیلی وسیع و مناسب، در اختیار داشتن نسل آینده در شرایط سنی مناسب برای یادگیری اصول و مفاهیم و تربیت نیروی انسانی تا قبل از ورود به بازار کار، نقش حیاتی در کاهش نرخ بیکاری فارغ التحصیلان مقاطع مختلف را دارد. در واقع دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی با ارائه آموزش های لازم در زمان مناسب علاوه بر انتقال اطلاعات و مفاهیم کارآفرینی به دانش، زمینه رشد بسیاری از خصوصیات و مهارت های لازم کارآفرینی را در آنها فراهم می کند. از این طریق باعث تغییر نگرش ها نسبت به کار و کارآفرینی و در نتیجه افزایش تعداد افراد کارآفرین می شود.

از آنجایی که بررسی اثربخشی هر برنامه درسی در امر برنامه ریزی بسیار مهم است و در ارتباط با این درس، طرح خاصی برای بررسی نقاط ضعف و قوت آن تا زمان حاضر اجرا نشده است و همچنین با توجه به تأکید مسئولین ذیربط این برنامه برای مطالعه اثربخشی آن، اهمیت پژوهش در این ارتباط بسیار آشکار است، بنابراین هدف پژوهشگر در این تحقیق پاسخ به این سوال است که آیا آموزش درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی دانشجویان تاثیرگذار است؟

ضرورت و اهمیت تحقیق

هر قدر جهانی که در آن زندگی می‌کنیم پیچیده‌تر می‌شود، نیاز به شناسایی و پرورش ذهن‌های خلاق و آفریننده نیز بیشتر و جدی‌تر می‌گردد به همین دلیل در شرایط کنونی مسئله خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی از مهم‌ترین مسایل در قلمرو نظام آموزشی است (جهانیان، 1384: 148). تغییر و تحولات دهه اخیر به قدری عمیق، گسترده و سریع اتفاق افتاده که تمامی ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی به طور محسوس و نامحسوس، تحت تاثیر آن قرار گرفته است. در چنین فضایی نقش و جایگاه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی و توسعه یافته، بسیار بارزتر، حساس‌تر و اثربخش‌تر از گذشته نزد دولت مردان، سیاست‌گذاران و برنامه ریزان مطرح می‌باشد (صمدآقایی، 1383: 1). از این رو طی دو دهه گذشته، سیاست‌گذاران آموزشی کشورهای پیشرفته با توجه به نیازها و امکانات خود، برنامه‌های آموزشی و پژوهشی ویژه و متنوعی را برای آموزش و تربیت کارآفرینان به اجرا گذاشته‌اند. برهمن اساس طی دهه 1980 میلادی، دانشگاه‌ها بر حسب ویژگی‌های گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی، همزمان با افزایش تعداد دوره‌های آموزشی در موضوع کارآفرینی، برنامه‌های آموزشی و پژوهشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و عمومی طراحی و اجرا نموده‌اند (احمدپور، 1383: 176). اما این موضوع تنها به مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌ها ختم نمی‌شود بلکه به علت اهمیت کارآفرینی و کارآفرینان به عنوان موتور تغییرات اجتماعی، مدارس فنی و حرفه‌ای و مراکز کار دانش نیز نقش ویژه‌ای را در این زمینه بر عهده داشتند به طوری که در اکثر کشورهای پیشرفته چون آلمان، هلند، استرالیا، امریکا و... آموزش کارآفرینی به طور برنامه‌ای مدون به اجرا درآمده است (احمدپورداریانی و همکاران، 1383: 12-120).

هدف کلی

هدف از انجام این تحقیق شناخت تاثیر آموزش درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی دانشجویان است.

پرسش‌های تحقیق

1- آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش اعتمادبه نفس در انتخاب شغل آینده دانشجویان

می شود؟

2- آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش آگاهی و توانایی لازم در انتخاب شغل تخصصی

و مناسب دانشجویان می شود؟

3- آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش توانایی های خود اشتغالی دانشجویان می شود؟

4- آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش خلاقیت در زمینه های شغلی دانشجویان می

شود؟

5- آیا بین نظرات دانشجویان دختر و پسر نسبت به تاثیر درس کارآفرینی بر امید به آینده

شغلی تفاوت وجود دارد؟

مبانی نظری

پیشینه مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی «Entrepreneure» به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. بنابه تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر¹ کارآفرینان کسانی هستند که متعهد می شوند، مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کنند. واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید. در زبان فرانسه ابداع شد. اولین بار این واژه توسط اقتصاددانان مطرح گردید و تقریباً تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های اقتصادی خود تشریح نموده اند (احمدپور داریانی، 1383: 5). در سده های میانه نیز واژه کارآفرین هم برای توصیف کار هنرپیشگان و هم افرادی که پروژه های بزرگ تولیدی را هدایت و مدیریت می کردند، به کار می رفت. البته در این گونه طرح های تولیدی، چنین فردی هیچ ریسکی نمی کرد، بلکه صرفاً طرحی را با استفاده از منابع آماده، که معمولاً به وسیله دولت تهیه می شد، مدیریت می کرد (فیض بخش و یاری، 1383: 60). برقراری ارتباط مجدد بین ریسک و کارآفرینی در قرن هفدهم شکل گرفت به طوری که کارآفرین به شخصی اطلاق می شد که به منظور عرضه خدمات یا تهیه محصولات با دولت قرارداد می بست. از آنجا که قیمت قرارداد ثابت بود، نتیجه سود یا زیان از آن کارآفرین بود (همان منبع: 17).

1. Webster New colleyiate Dictionary

کانتیلون به نقل از زیمرر¹ (1755) یکی از نخستین نظریه‌ها را در مورد کارآفرینی عرضه کرد. به همین دلیل برخی او را بنیان‌گذار این واژه می‌شناسند. او کارآفرین را فردی می‌دانست که اهل ریسک باشد و ریسک شامل حال بازرگانان، کشاورزان، صنعتگران و سایر مالکان شخصی می‌شد که به قیمت معلوم می‌خریدند و به قیمت نامعلوم می‌فروختند، از این رو در معرض خطر بودند. پیروان مکتب سوداگری یا مرکانتلیست‌ها، بازرگانانی را که در کار تجارت طلا و نقره دست داشتند، کارآفرین می‌دانستند. فیزیوکرات‌ها یا طبیعت‌گرایان، منشاء ایجاد ثروت را زمین و فعالان کشاورزی را کارآفرین می‌گفتند. کلاسیک‌ها یعنی آدام اسمیت، عوامل اصلی ثروت‌آفرینی را نیروی کار، سرمایه و مواد اولیه معرفی کرده‌اند. کشورهای مثل ایتالیا و انگلیسی بعد از رنسانس فعالیت‌های زیادی را روی این مسئله انجام دادند. بعد از مکتب کلاسیک‌ها، فرد جدیدی به نام «ژوزف شومپیتر» که از اعضای مکتب اقتصادی آلمان است و در واقع پدر کارآفرینی محسوب می‌شود. در سال 1948 چنین بیان می‌کند «کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش او عبارتست از نوآوری یا «ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد (کاسون² به نقل از منیز، 1992). او نقش مدیران و افرادی که کسب و کار ایجاد می‌نمایند را از مفهوم کارآفرینی جدا نمود (احمدپورداریانی، 1383: 9).

سرانجام در قرن نوزدهم بین سرمایه‌داران و افرادی که نیاز به سرمایه داشتند تمایز به وجود آمد. به عبارت دیگر، کارآفرینان از سرمایه‌داران باز شناخته شدند. یکی از دلایل این تمایز جریان صنعتی شدن در سراسر دنیا بود، بسیاری از اختراعات به وجود آمده در این زمان عکس‌العمل در مقابل تغییرات جهانی بود. در اواسط قرن بیستم این تصور به وجود آمد که کارآفرین فردی مبتکر، خلاق و نوآور است. عملکرد یک کارآفرین شامل اصلاح یا تغییر روش‌های تولیدی، به کارگیری اختراعات جدید، به کارگیری خستگی‌ناپذیر امکانات جدید تکنیکی و تکنولوژیکی، برای تولید کالاهای جدید و یا تولید کالاها و محصولات قبلی با استفاده از روش‌های جدید تولیدی و به کارگیری منابع مادی ذخیره و پیدا کردن خروجی‌های جدید برای محصولات خود با استفاده از سازماندهی صحیح و مناسب یک صنعت جدید است.

مطالعه کارآفرینی حیطه گسترده‌ای از رشته‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی را در برمی‌گیرد و دارای ماهیت میان‌رشته‌ای است «در این جا بود که روان‌شناسان به کمک علم اقتصاد آمدند و در اواسط قرن بیستم توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد معطوف

1. Zimmerer
2. Cason

داشتند و اکثر آنها به دنبال کشف پاسخ این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین متمایز می‌سازد. تأکید فزاینده بر خصایص فردی کارآفرینان منجر به تکوین نگرشی شد که بعدها به «رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها»¹ شهرت یافت (همان: 7). ویژگی‌هایی نظیر توفیق طلبی مرکز کنترل، تمایل به مخاطره‌پذیری نیاز به استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام از جمله صفاتی هستند که در رویکرد روانشناختی به کارآفرینی، مورد توجه قرار گرفته و در خصوص هر یک از آنها مجموعه‌ای از تحقیقات علمی صورت گرفته است. با این حال، وجود کاستی‌ها در تحلیل فردی کارآفرینی و تأکید بر خصلت‌های شخصیتی کارآفرینان موجب شد که از اوایل دهه 1960 جامعه‌شناسان و دیگر علمای علوم اجتماعی نیز به تدریج به تحلیل و تبیین پدیده کارآفرینی همت گمارند و افق‌های جدید را در این وادی باز گشایند، نظریه‌های اجتماعی و فرهنگی که تأثیر محیط و فرهنگ بر فرد را در اقدام به کارآفرینی مورد توجه قرار می‌دهند که از مطالعات آنها تحت عنوان «رویکرد رفتاری»² یاد می‌شود.

جدول 1: پیدایش مفاهیم نظری کارآفرینی و اصطلاح کارآفرین

| |
|--|
| قرون وسطی: بازیگر و شخصی که عهده دار طرح‌های تولیدی بزرگ است. |
| قرن هفدهم: کسی که ریسک سود (ضرر) را در قراردادی با قیمت ثابت با دولت متحمل می‌شود. |
| 1755: ریچارد کانتیلون - کسی که ریسک را می‌پذیرد با کسی که تامین کننده سرمایه است فرق می‌کند. |
| 1803: ژان باتیست سی - سود ناشی از کارآفرینی از سود سرمایه مجزا است. |
| 1876: فرانسیس والکر: بین کسانی که سرمایه را تامین می‌کنند و بهره می‌گیرند با کسانی که از توانایی‌های مدیریتی برخوردارند تفاوت وجود دارد. |
| 1934: جوزف شومپتر - کارآفرین نوآور و پدید آورنده فناوری‌های تازه است. |
| 1961: دیوید مک کللند - کارآفرین فردی است فعال که ریسک‌های معمول را می‌پذیرد. |
| 1964: پیترا دراکر - کارآفرین فرصتها را به حداکثر می‌رساند. |
| 1975: آلبرت شاپیرو - کارآفرین مبتکر و سازمان دهنده چند ساز و کار اقتصادی و اجتماعی است و ریسک ورشکستگی را می‌پذیرد. |

1. Trait approach
2. Behaviour approach

- 1980: کارل وسپر - کارآفرین از دید اقتصاددانان، روان شناسان، تاجران، و سیاستمداران متفاوت است.
- 1985: رابرت هیسریچ: کارآفرینی عبارت است از فرآیند خلق چیزی باارزش و متفاوت از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی، همراه با ریسک مالی، روانی و اجتماعی؛ همچنین دریافت پاداش های مالی و رضایت شخصی از نتایج آن.
- 1990: جفری تیمونز - کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصت ها و دنبال نمودن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است.
- 1993: آمیت و دیگران - کارآفرینی فرآیند کسب سود از ترکیب جدید، منحصر به فرد و ارزشمند منابع در محیطی همراه با ابهام و عدم قطعیت است.
- 1994: ویلیام بای گریو - کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می یابد و برای پی گیری آن فرصت، یک سازمان را راه اندازی می کند و فرآیند کارآفرینی تمام وظایف، فعالیت ها، و عملیاتی را که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پی گیری آن فرصت ها ارتباط می یابد، دربرمی گیرد.
- 1996: دیوید مک کران و اریک فلائیگان - کارآفرینان را افرادی نوآور، با فکری متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها می دانند که کمتر مطابق کتاب کار می کنند و در نظام اقتصادی، شرکت هایی نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می نمایند.
- 2001: فرایندی که طی آن فرد یا گروهی از افراد تلاش ها و ابزارهای سازماندهی شده را بکار می گیرند تا از فرصتهای ممکن برای خلق ارزش و رشد بیشتر استفاده کنند و نیازها و خواسته های جدید را به کمک نوآوری بر آورده سازند (کولفر¹)
- 2003: قلب کارآفرینی جهت گیری به سمت دیدن فرصتهاست (کراگر²)
- 2003: کارآفرینی فرایند کشف فرصتها و توصیف اینکه چرا بعضی ها در کشف آنها بهتر از دیگران عمل می کنند (شان و اشتوارت³)
- (هیسریچ و پترز⁴، 1383، ترجمه فیض بخش و تقی باری: 6)

زمینه های نظری کارآفرینی

پژوهش در حوزه کارآفرینی، در دهه 1950 و 1960 میلادی رایج گردید، اما در دهه های 1970 و 1980 میلادی با سکون مواجه شد و از اواخر دهه 1980 میلادی مجدداً توجهات را

1. Coulfer
2. Krueger
3. Shane & Eckhardt
4. Hisrich & Peters

به سوی خود معطوف نمود. ادبیات کارآفرینی و کارآفرینان، رشته‌های مختلفی را در بر می‌گیرد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: اقتصاد، روان‌شناسی، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی. سه نگرش اصلی اقتصادی در حوزه کارآفرینی وجود دارد:

1- مکتب نئوکلاسیک

2- مکتب اتریش

3- مکتب شومپتر

در مکتب نئوکلاسیک، کارآفرین یک صاعقه حسابگر است. افرادی که به سرعت رعد و برق گزینه‌ها و فرآیندهای مولد را بررسی نموده و بهینه‌ها را انتخاب می‌نمایند. مکتب اقتصادی اتریش یک مفهوم پویاتر و غنی‌تر از کارآفرینی ارائه می‌کند. براساس رویکرد مکتب اتریش کارآفرینان فرصت‌های بازار نامتعادل را کشف و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند تا بازار به موقعیت تعادل برسد.

شومپتر کارآفرین را به عنوان یک متفکر جسور و رهبر کاریزماتیک می‌داند که باید با ترکیب منابع در یک روش تازه عدم تعادل ایجاد نماید. مطالعه کارآفرینی در روانشناسی بر درک اینکه چگونه صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد، متمرکز است. در این زمینه متغیرهایی همچون انگیزه توفیق، کانون کنترل، ریسک‌پذیری ارزش‌ها، تجربیات مدل‌های نقش، آموزش و سن، مد نظر قرار می‌گیرد.

از زمان ماکس وبر، تلاش‌هایی برای شناسایی گروه‌بندی اجتماعی مبتنی بر مذهب و نژاد که فعالیت کارآفرینانه را تشریح می‌کند صورت گرفت.

زمینه‌های مردم‌شناسی نیز بر نقش‌های فرهنگ و روابط اجتماعی تاکید دارد. به طور کلی دو جریان مهم تئوری سازی در کارآفرینی وجود دارد:

1- جریان روانشناختی

2- جریان جامعه‌شناختی (هارلی¹، 199: 1)

محققان روانشناختی در جستجوی تشخیص مشخصات روانی کارآفرینان هستند. این مشخصه با عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارند. این تئوری‌های روانی دیدگاه وسیع روانشناسی را بکار می‌برند. تاکنون سه عامل اساسی در ارتباط با کارآفرینان مورد مطالعه قرار گرفته است.

1- تاثیرات روانی

1. Hurley

2- مشخصات شخصی

3- اثرات تجربه قبلی فرد

تئوری‌های جامعه‌شناختی نیز در جستجوی این هستند که چگونه محیط بر کارآفرینی تاثیرگذار است. برخی از این عوامل محیطی تاثیر گذار بر کارآفرینی در حوزه جامعه‌شناختی عبارت اند از:

1- اهمیت نرخ سرمایه‌گذاری سازمان‌ها

2- عوامل سیاسی و خط مشی دولت

3- فرهنگ

4- موقعیت مکانی

5- حرفه‌ای شدن کارآفرینی (همان: 2-3)

ابهام درباره ماهیت کارآفرینی، تلاش‌های انجام شده برای شناسایی کارآفرینان را سترون ساخته است.

طبق تعریف پیتر دراگر که کارآفرینان را «جستجوگران فرصت» می‌نامد، همه این افراد می‌توانند کارآفرین باشند. دراگر معتقد است که ما نه درباره روان‌شناسی کارآفرینان بلکه باید درباره اقدامات و رفتار کارآفرینان صحبت کنیم (مقیمی، 1383: 8).

به عنوان اولین تحقیق انجام گرفته در زمینه‌های ویژگی‌های روانی کارآفرینان، دیوید مک کلند در سال 1976 میلادی انگیزه موفقیت را مورد مطالعه قرار داد. جولیان راتر در سال 1986 میلادی در زمینه کنترل درونی و بیرونی مطالعاتی داشته است.

اگرچه تفاوت‌های اساسی بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان مشاهده گردیده است، اما وارتمن در سال 1987 میلادی نتیجه می‌گیرد که ویژگی‌های روانی خاصی از کارآفرینان موفق که مجاب کننده باشد، به دست نیامده است. کوشش‌ها برای شناسایی سایر ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان موفق نیز همچنان ناموفق بوده است (همان: 8).

پارستون، فرآیند کارآفرینی را به عنوان رفتار مدیریتی که دائماً از فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج مافوق ظرفیت‌های افراد بهره‌برداری می‌کند، تعریف می‌نماید. سکستون¹ (1992) براساس ترکیب یافته‌های تحقیقات کلیدی ده نکته اساسی راجع به کارآفرینی را بیان می‌کند:

1- کارآفرینان افرادی هستند که خود را از دیگران متمایز می‌سازند؛

1. Sexton

- 2- کارآفرینی موضوعیابی و بهره برداری از فرصت‌هاست؛
- 3- کارآفرینان منابع مورد نیاز برای بهره‌برداری از فرصت‌ها را می‌یابند؛
- 4- کارآفرینان ارزش افزوده ایجاد می‌کنند؛
- 5- کارآفرینان شبکه سازان اجتماعی و مالی خوب هستند؛
- 6- کارآفرینان دارای دانش عملی هستند؛
- 7- کارآفرینان سرمایه مالی، اجتماعی و هنری خلق می‌کنند؛
- 8- کارآفرینان مدیریت ریسک دارند؛
- 9- کارآفرینان در مواجهه با ناملایمات دارای قاطعیت و اراده هستند؛
- 10- کارآفرینی خلاقیت و نوآوری را شامل می‌شود (تامپسون به نقل از کلارک، 199: 4) .

مطالعات انجام شده در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان

محققین فهرست‌های متعددی از انواع ویژگی‌های شخصیتی ارائه نموده‌اند که در اینجا مهمترین آنها مورد اشاره قرار می‌گیرند:

نیاز به توفیق یا توفیق طلبی

«نیاز به توفیق» عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی. «مک کللند»، با تحقیقات خود چنین نتیجه‌گیری نمود که نیاز به توفیق در افرادی که فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز می‌نمایند، بالاتر است. این افراد مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به هدف‌های قابل دسترس و همچون نسبت به عملکرد خود، به باز خورد مکرر و منظم زمانی نیاز دارند. این افراد ترجیح می‌دهند تا شخصاً مسئولیت حل مشکلات، تعیین هدف‌ها و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی خود به عهده گیرند. به طور خلاصه او استدلال می‌نماید، افرادی که نیاز به توفیق بسیار زیادی دارند، دارای ویژگی‌های زیراند:

- 1) مسئولیت شخصی برای تصمیم‌گیری را ترجیح می‌دهند.
 - 2) مخاطره‌پذیری آنها متوسط است.
 - 3) به دریافت باز خورد از نتایج تصمیمات خود علاقه مندند.
- نیاز به توفیق در افرادی وجود دارد که در فعالیت‌های کارآفرینانه موفق هستند. در واقع این

نیاز، افراد را تحریک می‌کند تا کارآفرین شوند و کارآفرینان آینده‌نگری که شرکت های جدید تاسیس کرده باشند را نیز به سوی رشد هدایت می‌نماید. «مک کلند» در تحقیقات خود نتیجه‌گیری می‌نماید که نیاز به توفیق، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی در کشورها بوده و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن تاثیر به‌سزایی دارد.

مرکز کنترل

عقیده فرد نسبت به اینکه تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی است را مرکز کنترل می‌نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف نموده‌اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنهاست، سرنوشت آنها را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست ها و پیشرفت ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان موثر می‌دانند.

«روتر» تعریف دقیق‌تری را در خصوص مرکز کنترل بیان نموده است:

«هرگاه شخصی باز خوردی را مشاهده نماید که به طور کامل ناشی از عملکرد او نباشد، پیامد آن را به بخت یا اقبال نسبت داده و آن را تحت کنترل دیگران دانسته و یا اصولاً به علت پیچیدگی فراوان نیروهای محیطی آن را غیرقابل پیش‌بینی تصور می‌نماید. هرگاه فرد رویدادی را به این صورت تحلیل نماید به کنترل بیرونی اعتقاد دارد و چنانچه شخصی آن رخداد را پیامد رفتار و یا ویژگیهای دائمی خود بداند به کنترل درونی اعتقاد دارد».

تمایل به مخاطره‌پذیری

تمایل به مخاطره‌پذیری عبارت‌اند از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش های شخصی مهار شوند. هنگام در نظر گرفتن هرگونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند، یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت مخاطره‌آمیز و دیگری احتمال شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت است. مخاطره‌هایی که کارآفرینان در تاسیس و راه‌اندازی شرکت های خود می‌پذیرند، متفاوت‌اند. برای مثال آنها با سرمایه‌گذاری، مخاطره مالی رامی‌پذیرند و با ترک شغل خود، مخاطره شغلی را پذیرا می‌شوند. مردم عادی، کارآفرین را عاشق مخاطره می‌دانند، در حالی که تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرین نوعاً

چنین نیست. کارآفرین خواه زن باشد یا مرد، شخصی است میانه‌رو، که حساب شده مخاطره می‌کند. او لزوماً در پی فعالیتی نیست که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه مایل است مقدار متوسطی از مخاطره را که برای شروع فعالیت اقتصادی «معمولی» تلقی می‌شود، بپذیرد و در این حد حاضر می‌شود تا پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره اندازد. هرگز این طور نیست که تصور شود کارآفرینان قمار می‌نمایند، بلکه در اقدام به مخاطره بسیار حساب شده و با دقت عمل می‌کنند و تمام تلاش خود را به کار می‌بندند تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهند. بروکهاوس به نقل از مورنی (2003) پس از تحقیقات خود، مخاطره‌پذیری را این گونه تعریف می‌کند: «احتمال دریافت پاداش در نتیجه موفقیت فعالیت پیشنهادی، که شخص قبل از اینکه خود را در معرض پیامدهای ناشی از شکست قرار دهد، آن را تعیین می‌نماید.»

پیشینه تحقیق

محمد عزیزی (1382) با هدف شناخت زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان، پژوهشی انجام داده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین متغیرهایی چون میزان تحمل، اعتماد به کنترل درونی، نیاز به توفیق طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و نوآوری و استقلال طلبی با کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد. علاوه بر آن، نتیجه این پژوهش نشان داد که بین برنامه‌های تحصیلی و آموزشی ارائه شده و میزان کارآفرینی در دانشجویان از نظر آنان رابطه معنی‌داری وجود ندارد. علاوه بر فرضیه‌ها در این تحقیق 4 سؤال پژوهشی نیز مورد بررسی قرار گرفته است که نتایج آن به شرح زیر است:

- نزدیک به 1/6 درصد از دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی کارفرما هستند، - نزدیک به 19/9 درصد از دانشجویان می‌خواهند برای خود در آینده کسب و کاری را ایجاد کنند، - زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در بین دانشجویان دانشکده‌های مختلف تفاوت معنی‌داری ندارد، - بین دیدگاه اساتید و دانشجویان در زمینه بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

عزیزی (1382) برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های دو کشور آمریکا و آلمان را با یکدیگر مقایسه نموده و اثرات و نتایج برنامه‌هایی را که به منظور پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه‌های معروف آلمان تدوین می‌شوند با اثرات و نتایج چنین برنامه‌هایی در موسسه تکنولوژی ماساچوست (MIT) مقایسه کرده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که در

دانشجویان آمریکایی بعد از فارغ التحصیلی، علاقه و گرایش بیشتری نسبت به دانشجویان آلمانی، برای شروع و راه اندازی شرکت‌هایی با تکنولوژی بالا وجود دارد. این اختلاف با ارزیابی مطلوب‌تر آموزش کارآفرینی در MIT همراه شده است. با این وجود، شواهد معتبری وجود دارد که برنامه‌های آموزش کارآفرینانه در دانشگاه‌های مهم آمریکا می‌تواند به عنوان مدل و الگوی موفقیت‌آمیزی در موسسات آکادمیک آلمان به کار گرفته شود.

به طور کلی نتایج یافته‌های پژوهشی را که قصد داشت تاثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی را بر روی دانشجویان دانشگاه‌های آلمان و آمریکا در راه‌اندازی کسب و کار جدید و ارزیابی آنان از فعالیت‌هایی که دانشگاه به‌منظور توسعه و پرورش استعدادها، دانش و مهارت‌های کارآفرینانه ترتیب داده است، نشان می‌دهد که:

• از دانشجویان پرسیده شد که آیا در رشته‌ای که تحصیل می‌کنند به خوداشتغالی رسیده‌اند؟ نتایج نشان می‌دهد که دانشجویان بازرگانی بندرت اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها می‌پردازند. تنها 7/7 از نمونه آماری دانشجویان MIT و 6/2 از نمونه آماری دانشجویان پاسخ دهنده در آلمان در طی دوران تحصیلشان خود اشتغال بوده‌اند.

• مهم‌تر از فعالیت کارآفرینانه در حین تحصیل، مبادرت و قصد داشتن به راه‌اندازی کسب و کار جدید در آینده و بعد از اتمام تحصیلات دانشگاهی است. در نمونه دانشجویان آمریکایی بیشتر از نیمی از پاسخ دهندگان «خیلی محتمل» قصد داشتند که پس از فارغ التحصیلی شان خود اشتغال باشند. این نسبت در بین دانشجویان آلمانی که برنامه‌های جداگانه برای راه‌اندازی و شروع کسب و کار جدید داشتند کمتر بود. قصد و تصمیم به اقدام کارآفرینانه در بین دانشجویان بازرگانی MIT به طور معناداری بیشتر است.

به طور خلاصه، قصد و نیت راه‌اندازی کسب و کار در میان دانشجویان آمریکایی در مقایسه با دانشجویان هم تراز خود در آلمان قوی‌تر، آینده نگرتر و حدود و قلمرو کسب و کارشان بیشتر در زمینه تکنولوژی در سطح بالاست.

- "لطیفه اوتمان"¹ (2004) با هدف شناسایی ویژگی‌های کارآفرینی بین شرکت کنندگان در برنامه‌های PUM² تحقیقی انجام داده است. این مطالعه برای تعیین عواملی طراحی شده که بر ویژگی‌های کارآفرینی تاثیر می‌گذارند. سه ابزار در این تحقیق پژوهشی به کار رفته است،

1. Latifah Othman

2. Usahawan muda permata

که عبارت اند از: پرسشنامه، آزمون کارآفرینی و مصاحبه. مجموعه ای از پرسشنامه ها با مقیاس 5 نقطه ای لیکرت و آزمون پایه کارآفرینی به 204 شرکت کننده از 37 مدرسه توزیع شد که در برنامه PUM شرکت داشتند و از 22 تا 26 جولای 2002 در "یوکم بانگی" برگزار شد. 32 مدرس مشاوره که همراه شرکت کننده ها در اردو بودند نیز مورد مصاحبه قرار گرفتند. داده ها با استفاده از روش های آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته ها نشان داد که استنباط پاسش گران از مدرسان مشاوره PUM و ویژگی های کارآفرینی آنها در سطح متوسط به بالا قرار دارد. تجزیه و تحلیل استنباطی با استفاده از آزمون t با سطح معناداری 0/05 نشان داد که هیچ تفاوت معناداری بین شرکت کننده ها در رابطه با ویژگیهای کارآفرینی بر حسب جنس، حرفه والدین، تجربه کاری و طول مدت شرکت در برنامه، وجود ندارد. البته آزمون t نشان داد که تفاوت معناداری بین شرکت کننده هایی که مشتاق بودند به عنوان کارآفرین باشند و افرادی که کار در اداره یا بخش های خصوصی را انتخاب کرده بودند، وجود دارد. آنهایی که دوست داشتند کارآفرین شوند دارای میانگین بالاتری بودند. نتایج حاصل از این تحقیق نیز نشان داد که همبستگی معنادار و مثبتی بین ویژگیهای کارآفرینی پاسخگران و استنباط آنها از مدرسان مشاوره وجود دارد. همبستگی معنادار و مثبتی نیز بین ویژگیهای کارآفرینی پاسخگران و استنباط آنها از برنامه PUM وجود داشته است. این رابطه کاملاً متوسط بود و نشان داد که ویژگیهای کارآفرینی می توانسته تحت تاثیر استنباط پاسش گران از مدرسان مشاوره و استنباط پاسش گران از PUM قرار داشته باشد. یافته ها همچنین نشان داده اند که تأکید بر مرکز کنترل درونی در صورت افزایش دانش تجاری توسعه می یابد.

نوع تحقیق

از نظر هدف، این تحقیق، کاربردی است زیرا با استفاده از نتایج تحقیقات بنیادی به دنبال بهبود و به کمال رسیدن روش ها، ساختارها و الگوهای موجود است همچنین از نظر روش، این تحقیقات زمینه یابی (پیمایشی) از نوع توصیفی است.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه گیری

1. UKM Bangi

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 8 در سال تحصیلی

88-89 است. برای برآورد حجم نمونه آماری از جدول حداقل اندازه های نمونه کل برای آزمون های فرضیه متفاوت با سطح معنی داری (a) 0/05 یا 0/10 و توان آماری در سطح 0/7 و 0/5 است. استفاده گردید. حجم نمونه با اندازه اثر کوچک و توان آماری 0/7 و آلفای (a = 0/05) و با توجه به کاهش خطای نوع اول، در حد 470 نفر می باشد که این تعداد به عنوان نمونه آماری انتخاب شده اند. به منظور احتمال ریزش نمونه ها در نهایت 500 نفر به عنوان نمونه آماری از طریق روش های نمونه گیری خوشه ای یک مرحله ای و طبقه ای متناسب با حجم جامعه انتخاب شدند.

ابزار جمع آوری داده ها و روش تجزیه و تحلیل آن

ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته 13 سوالی با طیف 5 گزینه ای لیکرت است که نظرات دانشجویان را براساس خیلی زیاد، زیاد، تاحدی، کم و خیلی کم اندازه گیری می کند. برای تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه و متناسب با سوالات تحقیق از روش های آمار توصیفی (چون فراوانی، درصد، نمودارها، ...) و آمار استنباطی شامل آزمون تی تک نمونه ای و تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است.

یافته ها

نظر به استخراج داده ها و موضوع مورد مطالعه، داده ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به متغیرها بررسی تحلیلی سوالات تحقیق از آزمون t استفاده شد. سوال اول: آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش اعتماد به نفس در انتخاب شغل آینده دانشجویان می شود؟

جدول 2: خلاصه آزمون t تک متغیری

| میانگین نظری = 9 | | | |
|---------------------------------|---------------|----------|-------|
| اختلاف | سطح معنی داری | درجه | |
| اختلاف فاصله با اطمینان 95 درصد | میانگین | دو دامنه | آزادی |
| | | | t |

| | | | | | |
|-------|-----|-------|--------|--------|--------|
| | | | | حداقل | حداکثر |
| 3/721 | 482 | 0/000 | 0/4513 | 0/2130 | 0/6897 |

با توجه به اینکه مقدار t محاسبه شده (3/721) با درجه آزادی (482) از مقدار t بحرانی جدول بزرگتر است، لذا با توجه به سطح معنی داری (0/000) با اطمینان 95 درصد می توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش اعتماد به نفس در انتخاب شغل آینده دانشجویان می شود. با محاسبه اندازه اثر می توان گفت سهم آموزش درس کارآفرینی در این متغیر در حد 17 درصد است.

سوال دوم: آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش آگاهی و توانایی لازم در انتخاب شغل آینده دانشجویان می شود؟

جدول 3: خلاصه آزمون t تک متغیری

| | | | | | |
|-------------------|------------|---------------|----------------|---------------------------------|---------|
| میانگین نظری = 15 | | | | | |
| | درجه آزادی | سطح معنی داری | اختلاف میانگین | اختلاف فاصله با اطمینان 95 درصد | اختلاف |
| | t | دو دامنه | | | |
| | | | | حداقل | حداکثر |
| -15/762 | 482 | 0/000 | -2/7640 | -3/1085 | -2/4194 |

با توجه به اینکه مقدار t محاسبه شده (-15/762) با درجه آزادی (482) از مقدار t بحرانی جدول بزرگتر است، از این رو با توجه به سطح معنی داری (0/000) با اطمینان 95 درصد می توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش آگاهی و توانایی لازم در انتخاب شغل آینده دانشجویان می شود. با محاسبه اندازه اثر می توان گفت سهم آموزش درس کارآفرینی در این متغیر در حد 58 درصد است.

سوال سوم: آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش توانایی های خوداشتغالی دانشجویان می شود؟

خلاصه آزمون آماری تی تک متغیری

جدول 4: خلاصه آزمون t تک متغیری

| میانگین نظری = 9 | | | | | |
|------------------|---------------|-------|---------|---------|---------------------------------|
| اختلاف | سطح معنی داری | درجه | اختلاف | میانگین | اختلاف فاصله با اطمینان 95 درصد |
| حداکثر | حداقل | آزادی | میانگین | میانگین | حداکثر |
| -/6553 | -1/1004 | 482 | -0/8778 | 0/000 | -7/749 |

با توجه به اینکه مقدار t محاسبه شده (-7/749) با درجه آزادی (482) از مقدار t بحرانی جدول بزرگتر است، بنابراین با توجه به سطح معنی داری (0/000) با اطمینان 95 درصد می توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش توانایی در خوداشتغالی دانشجویان می شود. با محاسبه اندازه اثر می توان گفت سهم آموزش درس کارآفرینی در این متغیر در حد 33 درصد است.

سوال چهارم: آیا آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش خلاقیت در زمینه های شغلی دانشجویان می شود؟

جدول 5: خلاصه آزمون t تک متغیری

| میانگین نظری = 9 | | | | | |
|------------------|---------------|-------|---------|---------|---------------------------------|
| اختلاف | سطح معنی داری | درجه | اختلاف | میانگین | اختلاف فاصله با اطمینان 95 درصد |
| حداکثر | حداقل | آزادی | میانگین | میانگین | حداکثر |
| -1/3450 | -1/7274 | 482 | -1/5362 | 0/000 | -15/788 |

با توجه به اینکه مقدار t محاسبه شده (-15/788) با درجه آزادی (482) از مقدار t بحرانی جدول بزرگتر است، از این رو با توجه به سطح معنی داری (0/000) با اطمینان 95 درصد می

توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش خلاقیت در زمینه های شغلی دانشجویان می شود. با محاسبه اندازه اثر می توان گفت سهم آموزش درس کارآفرینی در این متغیر در حد 58 درصد است.

سوال پنجم: آیا بین نظرات دانشجویان دختر و پسر نسبت به تاثیر درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی تفاوت وجود دارد؟

جدول 6: خلاصه آزمون t دو گروه مستقل

| آزمون لیون برای برابری واریانس ها | | آزمون تی تست برای برابری میانگین ها | | | | | | |
|--------------------------------------|-------|-------------------------------------|---------|-----------------|---------|---------|------------------------------------|---------|
| | | سطح معنی | | اختلاف خطای | | | اختلاف فاصله با اطمینان 95 درصد | |
| سطح معنی | | داری درجه | | انحراف معیار | | | حداکثر حداقل | |
| F | t | آزادی | دامنه | میانگین | اختلاف | دو | داری | معنی |
| 0/147 | 0/702 | -0/351 | 481 | 0/725 | 0/2517 | 0/71636 | 1/65928 | 1/15587 |
| | | -0/351 | 278/467 | 0/762 | -0/2517 | 0/71636 | -1/66186 | 1/15846 |

با توجه به اینکه مقدار t محاسبه شده (0/351-) با درجه آزادی (481) از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر است، بنابراین با توجه به سطح معنی داری (0/725) با اطمینان 95 درصد می توان گفت تفاوت معنی داری بین نظرات دانشجویان دختر و پسر در خصوص آموزش درس کارآفرینی و امید به آینده شغلی تفاوت معنی داری وجود ندارد. به عبارت دیگر هر کدام از گروه ها تاثیر این عامل را یکسان توصیف کرده اند.

سوال ششم: آیا بین نظرات دانشجویان گروه های فنی و مهندسی، هنر و معماری، علوم پایه با علوم انسانی نسبت به تاثیر درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی تفاوت وجود دارد؟
جدول 7: خلاصه آزمون آماری تحلیل واریانس یک طرفه

| سطح معنی داری | F | مجدور میانگین | درجه آزادی | مجموع مجذورات | منابع تغییرات |
|---------------|--------|---------------|------------|---------------|---------------|
| 0/000 | 10/568 | 522/457 | 3 | 1567/370 | بین گروه ها |
| | | 49/437 | 479 | 23680/510 | درون گروه ها |
| | | 482 | 482 | 25247/880 | جمع کل |

با توجه به اینکه مقدار f محاسبه شده (10/568) با درجه آزادی (3 و 479) از مقدار f بحرانی جدول بزرگتر است، در نتیجه با توجه به سطح معنی داری (0/000) می توان گفت با اطمینان 95 درصد می توان گفت تفاوت معنی داری بین نظرات گروه های تحصیلی علوم انسانی، علوم پایه، فنی و مهندسی و هنر و معماری در خصوص آموزش درس کارآفرینی و امید به آینده شغلی تفاوت معنی داری وجود دارد.

از آنجا که f وجود تفاوت در گروه ها را مشخص نمی کند از آزمون های تعقیبی برای مشخص نمودن تفاوت بین گروه ها استفاده می کنیم.

جدول 8: خلاصه آزمون تعقیبی توکی

| گروهها | N | Subset for alpha = .05 | | |
|--------------|-----|------------------------|---------|---------|
| | | 1 | 2 | 3 |
| هنر و معماری | 133 | 32/3609 | | |
| علوم انسانی | 191 | 34/2408 | 34/2408 | |
| علوم پایه | 37 | | 36/1081 | 36/1081 |
| فنی و مهندسی | 122 | | | 37/1475 |
| Sig. | | 0/311 | 0/317 | 0/775 |

نتایج آزمون توکی نشان می دهد که نظرات گروه های هنر و معماری با علوم انسانی در گروه 1، علوم انسانی و علوم پایه در گروه 2، و علوم پایه با فنی و مهندسی در گروه 3 با یکدیگر تفاوت دارد. و بیشترین تفاوت در بین گروه های فنی و مهندسی و کمترین تفاوت در بین دانشجویان هنر و معماری است.

بحث و نتیجه گیری

اولین یافته این پژوهش حاکی از این است که مقدار t محاسبه شده (3/721) با درجه آزادی (482) از مقدار t بحرانی جدول بزرگتر بوده، لذا با توجه به سطح معنی داری (0/000) با اطمینان 95 درصد می توان قضاوت کرد که آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش اعتماد به نفس در انتخاب شغل آینده دانشجویان شده است. محاسبه اندازه اثر نیز گویای این مطلب است که آموزش درس کارآفرینی در حدود 17 درصد می تواند در افزایش اعتماد بنفوس در انتخاب شغل آینده دانشجویان موثر باشد. از این رو با توجه به نتایج به دست آمده در سؤال اول تحقیق، دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی می بایست برای افزایش این عامل از آموزش درس کارآفرینی بهره ببرند. همچنین این یافته با مطالعات انجام شده توسط ویلیام گارتنر (1985)؛ ویلیام بای گویو (1994)؛ احمدپورداریانی (1383)؛ زاهدی (1382)؛ مقیمی (1383)؛ حداد عادل (1379)؛ صمدآقایی (1378) و یعقوب انتظاری (1382) همخوانی دارد. دومین یافته پژوهش نیز با توجه به سطح معنی داری (0/000) و با اطمینان 95 درصد می توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش آگاهی و توانایی لازم در انتخاب شغل آینده دانشجویان می شود. با محاسبه اندازه اثر نیز می توان گفت 58 درصد از واریانس آگاهی و توانایی لازم در انتخاب شغل آینده دانشجویان مربوط به آموزش درس کارآفرینی است. سومین یافته پژوهش حاضر با مقادیر t (-7/749) و درجه آزادی (482) و سطح معنی داری (0/000) و اندازه اثر 33 درصد می توان گفت که آموزش کارآفرینی سهم به سزایی در افزایش توانایی در خود اشتغالی دانشجویان دارد. بنابراین با اطمینان 95 درصد می توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش توانایی در خوداشتغالی دانشجویان می شود. با محاسبه اندازه اثر می توان گفت سهم آموزش درس کارآفرینی در این متغیر در حد 33 درصد است. مطابق نظر ویلیام بای گریو (1985) عوامل فردی به عنوان یک عامل مهم در رخداد کارآفرینی تلقی می شود که بدون توجه به این عوامل، کارآفرینی و توسعه آن معنایی ندارد. چهارمین یافته این پژوهش نیز نشان از وجود تفاوت معنی دار بین آموزش درس کارآفرینی و خلاقیت در زمینه های شغلی دانشجویان دارد. به طوری که با محاسبه اندازه اثر می توان گفت 58 درصد از واریانس خلاقیت در زمینه های شغلی دانشجویان توسط آموزش درس کارآفرینی تبیین می شود. به طوری که می توان این یافته پژوهشی را با یافته پژوهشی حداد عادل (1379) در مورد رشد و پرورش کارآفرینان مطابقت دارد که در آنجا نیز این عوامل در مقایسه با غیر کارآفرینان به طور معنی داری بیشتر بوده است. همچنین طبق نظر جان کائو (1991)

نقش و اهمیت آموزش کارآفرینی در ایجاد و توسعه خلاقیت بسیار واضح و آشکار است. با توجه به اینکه مقدار t محاسبه شده $(-15/788)$ با درجه آزادی (482) از مقدار t بحرانی جدول بزرگتر است، بنابراین با توجه به سطح معنی داری $(0/000)$ می‌توان گفت آموزش درس کارآفرینی موجب افزایش خلاقیت در زمینه‌های شغلی دانشجویان می‌شود. با محاسبه اندازه اثر می‌توان گفت سهم آموزش درس کارآفرینی در این متغیر در حد 58 درصد است. به طوری که می‌توان این یافته پژوهشی را با یافته پژوهشی حداد عادل (1379) در مورد رشد و پرورش کارآفرینان مطابقت دارد که در آنجا نیز این عوامل در مقایسه با غیر کارآفرینان به طور معنی داری بیشتر بوده است. همچنین طبق نظر جان کاتو (1991) نقش و اهمیت آموزش کارآفرینی در ایجاد و توسعه خلاقیت بسیار واضح و آشکار است.

پنجمین یافته پژوهش حاضر با مقدار t محاسبه شده $(-0/351)$ و درجه آزادی (481) نشان داد که از مقدار t بحرانی جدول کوچکتر است، در نتیجه، با توجه به سطح معنی داری $(0/725)$ اینطور می‌توان نتیجه‌گیری کرد که تفاوت معنی داری بین نظرات دانشجویان دختر و پسر در خصوص آموزش درس کارآفرینی و امید به آینده شغلی تفاوت معنی داری وجود ندارد. به عبارت دیگر هر کدام از گروه‌های دختر و پسر نظرات یکسانی داشته و اهمیت و تاثیر این عامل را یکسان توصیف کرده‌اند.

پیشنهادهای

- نتایج تحقیق نشان داد که آموزش کارآفرینی بر امید به آینده شغلی دانشجویان تاثیر دارد. برای این منظور پیشنهاد می‌شود سیاست‌های کلی از سوی وزارت علوم و براساس برنامه‌های ملی تدوین شود و با توجه به نقش این سیاست‌ها در ایجاد فرهنگ کارآفرینی، تهیه و تدوین چنین سیاست‌ها و دستورالعمل‌های متناسب با آن در اولویت اقدامات دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی قرار بگیرد.

- اعضای هیئت علمی به عنوان افرادی که در صف مقدم آموزش فعالیت می‌کنند، می‌بایست ابتدا خود در زمینه کارآفرینی آموزش ببینند تا بتوانند نسبت به ایجاد مهارت‌ها و توانایی‌های لازم در دانشجویان اقدام کنند. از این رو پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزشی خاص برای آنان طراحی شود.

- از آنجا که نوع روش آموزشی می تواند در آموزش کارآفرینی تاثیر بگذارد، برای این منظور پیشنهاد می شود که مسئولان آموزشی نکات زیر را در آموزش کارآفرینی رعایت نمایند.

1. روش آموزشی به صورتی باشد که ارتباط تعاملی و دو طرفه برقرار باشد.
2. استفاده از وسایل کمک آموزشی مانند فیلم (فیلم هایی که درباره کارآفرینان موفق وجود دارد)، نوار، کامپیوتر و نظایر آن برای تدریس.
3. به منظور کاربردی نمودن آموزش ها، دانشجویان را در موقعیت های واقعی کار قرار دهند، تا علاوه بر آشنایی با کسب و کارهای موفق به کسب تجربه نیز بپردازند.

- خانواده به عنوان یکی از مهم ترین نهادهای اجتماعی می تواند در آموزش کارآفرینی تاثیر بگذارد. بنابراین پیشنهاد می شود تا دولت از طریق اتخاذ راهبردها و برنامه های کاربردی در توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه کوشش نماید.

- می توان گفت محتوای کتب درسی نیز می تواند در آموزش کارآفرینی مؤثر باشد. بنابراین پیشنهاد می شود تا بر اساس تجارب آموزشی در سایر کشورها، و تجارب حاصل از فعالیت های مراکز کارآفرینی، در ارائه محتوای کتب درسی از تاکید صرف بر مفاهیم نظری پرهیز شود با توسعه محیط های عملی، این مطالب به سمت مفاهیم کاربردی و قابل لمس سوق پیدا کند. بنابراین به متخصصان برنامه درسی پیشنهاد می شود تا در تدوین کتب درسی با توجه به امکانات و تجهیزات موجود در جامعه به تدوین اثر بپردازند.

فهرست منابع

- احمدپورداریانی، م. همکاران. (1383). تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران. امیرکبیر.
- احمدپورداریانی، م. (1383). کارآفرینی تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: انتشارات شرکت پردیس 57.
- جهانیان، ر. (1384). کارآفرینی در نظام آموزشی، مجموعه مقالات کارآفرینی، رودهن، دانشگاه آزاد رودهن.
- حدادعادل، م. (1379). پژوهش بررسی عوامل مؤثر در رشد و پرورش کارآفرینان از دیدگاه مدیران علمی دانشگاه صنعتی شریف. تهران: سازمان صنایع ایران.

- رضازاده، ح.؛ شیخان، ن. احمدپورداریانی، م. (1381). کارآفرینی در آلمان، ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره 22، صص 58-60.
- قورچیان، ن. ق. همکاران. (1383). دایرةالمعارف آموزش عالی. (جلد دوم)، تهران: بنیاد دانشنامه بزرگ فارسی.
- مقیمی، س. م. (1383). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران.
- وزارت علوم تحقیقات و فناوری. (1381). آئین نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور.
- هیسریچ، ر. د؛ پترز، م. پ. (1383). کار آفرینی، جلد اول. ترجمه علیرضا فیض بخش و حمید رضا تقی یاری، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.

منابع انگلیسی

- Clarke, T. E. (1990). **Review of the Status and Availability in Canadian Colleges and Universities of Courses or Programs Dealing with the Commercialization and Adoption of Science and Technology**, report for Industry, Science and Technology Canada, Ottawa .
- Hurley, A. (1999). **Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship**, Woman in management review, (14) (2).
- Menzies, T. and Paradi, J. (1999). **Entrepreneurship Education and Engineering Students: Satisfaction Career Paths and Propensity to Venture**. Journal of Small Business Management.
- Murni, I. (2003). **Entrepreneurial values among the cooperative managers: a study at the cooperative of secondary schools in district of Padang**, West Sumatera – Indonesia, M.S. dissertation, available at: <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/>
- Sexton, D. & Kasarda, J. (1992). **Entrepreneurship**, PWS-KENT Publishing Co.
- Zimmerer, T. W. & Norman, M. S. (1996). **Entrepreneurship and New ventures Formation**. New Jersey: Prentic Hall.