

## نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان

عادل محسنی<sup>۱\*</sup>، سید حسین موسوی<sup>۲</sup> و محمد جمالی<sup>۳</sup>

### چکیده

آموزش عالی از طریق انتقال دانش کاربردی در زمینه اشتغال، ایجاد مهارتها و تواناییهای مورد نیاز درخصوص کارآفرینی، زمینه‌سازی فرهنگی و توسعه و حمایت پژوهشی از کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی را به دانشگاه وارد می‌سازد و دانش، نگرش و مهارت دانشجویان را به سوی کارآفرینی و کارآفرین شدن سوق می‌دهد. پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی صورت گرفته است. روش پژوهش نیمه تجربی با طرح پیش‌آزمون - پس‌آزمون با گروه کنترل بدون گزینش تصادفی بود. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دوره کارشناسی گروههای آموزشی مدیریت صنعتی، علوم کامپیوتر و ریاضی بود که مجاز بودند درس کارآفرینی را در نیمسال دوم تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ انتخاب کنند. ۳۰ نفر با روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند که ۱۵ نفر داوطلب دریافت آموزش کارآفرینی بودند و اعضای گروه تجربی را تشکیل می‌دادند و به همین تعداد از طریق همتاسازی با گروه تجربی (از نظر سن، جنسیت، رشته و سال ورود) در گروه کنترل - کسانی که این درس را نگرفته بودند - جایگزین شدند. ابزار مورد استفاده آزمون نگرش کارآفرینانه رایینسون و باور خودکارآمدی عمومی شرر بود. روایی محتوایی با نظر استادان دانشگاه تأیید و پایایی با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای آزمون نگرش کارآفرینانه ۸۴٪ و برای آزمون خودکارآمدی عمومی شرر ۷۲٪ به‌دست آمد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و به روش T مستقل و همبسته و ضریب همبستگی پیرسون تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت دارد و بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد.

**کلید واژگان:** آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه، باور خودکارآمدی عمومی، دانشگاه، دانشجویان.

۱. کارشناس ارشد آموزش بزرگسالان دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

\* مسئول مکاتبات: amohseni61@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی دانشگاه مازندران، بابل، ایران: hossien\_moosavi@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی آموزش عالی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران: mhm.jamali@gmail.com

پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۷/۱۹

دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۱/۲۶

## مقدمه

تغییر و تحولات دنیای پر شتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی و چالش‌های پی در پی نظام اقتصادی - اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی و افزایش فقر و بیکاری موجبات توجه بیشتر سیاستگذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم ساخته است تا آنجا که آنها آخرین الگوی توسعه را توسعه مبتنی بر کارآفرینی قلمداد کرده‌اند (Zahiri, 2007, p. 10).

واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی Entrepreneur است که مفهوم تعهد انجام دادن کاری را در بر می‌گیرد (Ahmadpour Dariani & Moghimi, 2001, p.39) و بر اساس فرهنگ لغت وبستر (Webster, 2003) کارآفرین شخصی است که سازماندهی می‌کند، مدیریت می‌کند و خطرهای یک توسعه بازرگانی را به عهده می‌گیرد. کانتیلون یکی از نخستین نظریه‌ها را در خصوص کارآفرینی عرضه کرد و به همین دلیل برخی او را بنیانگذار این واژه می‌شناسند. او کارآفرین را فردی می‌داند که اهل ریسک باشد (Hesrich & Piters, 2002).

هیسریچ و پیترز (Hesrich & Piters, 2002) کارآفرینی را فرایند ایجاد چیزی بیشتر از ارزش تلاشها و زمانی می‌دانند که صرف آن شده است [البته، با در نظر گرفتن ریسکهای مالی، روانشناختی و اجتماعی همراه با آن] و کارآفرین، رضایت مالی و شخصی (درونی) را به‌عنوان پاداش منتج از تلاشهای خود از آن (کارآفرینی) دریافت می‌دارد. همزمان با آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغالزایی و رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، تلاش در جهت آموزش و تعمیم دانش و روحیه کارآفرینانه در بین مدیران، تجار، دانشجویان و کارآفرینان بالفعل شدت گرفت (Ahmadpour Dariani, 2007; Ahmadpour Dariani & Moghimi, 2002). آموزش کارآفرینی در بیشتر کشورهای پیشرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه به‌عنوان یک ضرورت مطرح شد و این تفکر که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند، رد شد (Akbari, 2005, p. 382). گیب، کلارک و مک فرسون آموزش کارآفرینی را فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدفگرا می‌دانند که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای کارآفرینی استفاده می‌شود و بهبود و توسعه نگرشها، مهارتها و تواناییهای افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (Zabihi & Moghadasi, 2008).

## مبانی نظری و پیشینه

فعالتهای آموزشی کارآفرینی به‌طور غیر رسمی از اواسط دهه ۷۰ میلادی آغاز شد، ولی زمان شروع رسمی آن به ابتدای دهه ۸۰ میلادی بر می‌گردد (Zabihi & Moghadasi, 2008, p.157). اولین تلاش آموزشی را «مک کلند» و با هدف انگیزشی توفیق طلبی در بین بازرگانان هندی انجام داد (Ahmadpour Dariani, 2007). در سال ۱۹۷۳ برای اولین بار دانشگاه کالگری مجوز تأسیس

دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی را دریافت کرد و کارآفرینی به‌عنوان یکی از زمینه‌های اصلی مورد توجه قرار گرفت (Ahmadpour Dariani & Moghimi, 2001, p. 23).

با انتشار نتایج تحقیقات دیوید بریج در سال ۱۹۷۹، توجه به مفهوم کارآفرینی وارد مرحله تازه‌ای شد، چرا که بریج نشان داد شرکت‌های کوچک‌تر با بهره‌گیری از آموزش‌های کارآفرینی توانسته‌اند سهم بیشتری در رشد اقتصادی آمریکا داشته باشند (Ahmadpour Dariani, 2007).

از ابتدای سال ۱۹۸۰ بررسی آموزش کارآفرینی به روش‌های خاصی، که مناسب یک رشته جدید تحقیقاتی است، آغاز شد (Kasarda, 1992, p. 5). بدیهی است یکی از ابزارهای عمده توسعه کارآفرینی و به تبع آن ایجاد اشتغال، آموزش به‌ویژه در سطح عالی است (Kordaej & Shams, 2005, p. 354). سازمان علمی-آموزشی و فرهنگی سازمان ملل متحد<sup>۴</sup> در چشم‌انداز جهانی آموزش عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه‌های نوین را این‌گونه توصیف کرده است: جایگاهی است که در آن مهارت‌های کارآفرینی به‌منظور تبدیل دانش‌آموختگان به ایجادکنندگان کار توسعه می‌یابد (Zahiri, 2007, p. 11). یونسکو معتقد است دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که باید به دانشجویان آموزش کارآفرینانه بدهد تا آنها کارآفرین شوند، در دانشگاه ساختار کارآفرینانه‌ای ایجاد کند، در سطح دانشگاه و جامعه فرهنگ کارآفرینی را ایجاد کند و توسعه دهد و در بین اعضای هیئت‌علمی، کارکنان و دانشجویان نگرش‌های کارآفرینانه ایجاد کند و مهارت‌های کارآفرینی را در آنان پرورش دهد (Kordaej, 2005, p. 76).

در کشور ایران با شروع برنامه پنجساله سوم از سال ۱۳۷۹، طرح جامع توسعه کارآفرینی در سطح چندین وزارتخانه از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری آغاز شد (Behian, 2007) و بر این اساس در دانشگاه‌ها مراکز کارآفرینی راه‌اندازی شدند و در زمینه‌های آموزشی، پژوهشی، ترویجی و مشاوره‌ای به دانشجویان خدمات ارائه می‌کنند (Sabagh Yazdi, 2006; Khodadad Hosseini & Baharifar, 2005).

بسیاری از متخصصان معتقدند که آموزش فرهنگ کارآفرینانه، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی دیجیتال و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ارزش‌های کارآفرینی می‌تواند راهکارهای ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش‌عالی و بهبود بحران بیکاری جامعه باشد (Hosseini Largani, Mirarab Razi & Rezai, 2008). در بیشتر طرح‌های دروس دانشگاهی آموزش کارآفرینی مورد نظر است و اغلب هدف اولیه از این آموزش‌ها افزایش آگاهی دانشجویان و توسعه مهارت‌های کارآفرینی است که به تربیت افراد متکی به خود منجر می‌شود (Hosseini Largani et al., 2008).

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که فرایندها و برنامه‌های آموزشی خاص می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارت‌های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند (Kia & Ahmadzade, 2007, p. 42). متغیر نگرش در خصوص رفتار یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود. به کارگیری نگرش در تحقیقات کارآفرینی بدین صورت است که از نظر شخص کارآفرین تا چه اندازه ایجاد کسب و کار جدید جذاب به نظر می‌آید (Reilly Krueger & Carsrud, 2000). نگرشها به‌عنوان بهترین وسیله و توصیف کننده برای اقدام به کارآفرینی بیان شده‌اند و عقیده بر این است که داشتن نگرشهای خاص به فعالیت بیشتر در زمینه کارآفرینی منجر خواهد شد و می‌توان به صرف داشتن این نگرشهای خاص از کارآفرینان انتظار بروز اعمال کارآفرینانه را داشت (Simmons, 1999). آموزشهای کارآفرینی موجب می‌شود تا نگرش کارآفرینانه افراد دچار تغییر شود و این خود نقطه اتکایی است تا از طریق این آموزشها بتوان نگرش کارآفرینانه افراد را تقویت کرد و به سمت رفتار کارآفرینانه سوق داد. اعتقاد بر این است که باورها و نگرشها آموخته می‌شوند و زمانی که حتی بر اساس تعلیمات خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد شده‌اند، باز هم می‌توان با آموزش و یادگیری در آنها تغییراتی ایجاد کرد.

با در نظر گرفتن نظریه نگرش و دیدگاه رابینسون، استیمپسون، هافنر و هانت (Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt, 1991) در خصوص نگرش کارآفرینانه، نگرشی کارآفرینانه محسوب می‌شود که اجزای انگیزه پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را در ترکیبی با ابعاد سه‌گانه نگرش (شناخت، احساس و رفتار) در بر گیرد (Moshaf, 2005, p. 14).

راشید بیان می‌کند که نتایج تحقیق محققان حاکی از آن است که مداخلات آموزشی تأثیر مستقیم بر افزایش جنبه‌های خاص نگرش کارآفرینانه دارد. همچنین، مطالعات قبلی در این خصوص نشان می‌دهد که آموزشهای کارآفرینی می‌توانند نگرش در جهت کارآفرینی را تغییر دهند (Robinson et al., 1991). مصحف (Moshaf, 2005) در تحقیقی با هدف شناسایی تأثیر مشاوره شغلی به سبک نظریه یادگیری اجتماعی و انتخاب شغل کرامبولتز بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه اصفهان نشان داد که مشاوره شغلی به شیوه یادگیری اجتماعی و انتخاب شغل کرامبولتز بر تغییر نگرش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه اصفهان مؤثر بوده و همچنین، به افزایش رفتار کارآفرینانه دانشجویان منجر شده است.

راشید در بررسی نقش آموزش بر افزایش نگرشهای خاص و خصوصیات کارآفرینانه گزارش کرد که افراد گروه تجربی به شکل محسوسی نمرات بالاتری از مقیاس نگرش کارآفرینانه را به خود اختصاص داده اند (Robinson et al., 1991). و سپر (Vesper, 1990) طی تحقیقی به این نتیجه رسید که آموزش کارآفرینی می‌تواند بر افزایش رغبت افراد برای اقدامات کارآفرینانه مؤثر باشد.

میفیلد و ویرر (Myfield & Wearer, 2000) در تحقیقی به بررسی جایگاه نظریه یادگیری اجتماعی در خصوص آموزش کارآفرینی پرداختند. آنها متوجه شدند که می‌توان با استفاده از اصول نظریه

یادگیری اجتماعی کارآفرینی را آموزش داد. همچنین، آموزشها بر نگرش کارآفرینانه تأثیر گذارند. نتایج پژوهشهای داگلاس و شپرد (Douglas & Shepherd, 1999) نشان داد که آموزشهای کارآفرینی بر نگرش خاص به کارآفرینی تأثیرگذار است و این نگرشها قصد کارآفرینی را در فراگیران به وجود می‌آورد. رابینسون و همکاران (Robinson et al., 1991) بر اساس تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که نگرشها بهترین پیش‌بینی کنندگان برای تمایلات کارآفرینانه هستند.

از سوی دیگر، باورهای خودکارآمدی در زمینه کارآفرینی یکی از ملزوماتی است که برای داشتن انگیزه کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه لازم و حتمی به‌شمار می‌آید. برای مثال، برخی از افراد انجام دادن فعالیت کارآفرینانه و جدید را دوست دارند، اما نمی‌توانند به آن اقدام کنند و البته، دلیل این امر نبود توانایی، دانش و مهارت لازم در آن کار نیست، بلکه به دلیل وجود نداشتن اعتقاد و باور به این توانایی و مهارت است (Luthans, Stajckovic & Ibrayeva, 2000). باور خودکارآمدی اعتقادی است که فرد برای دستیابی به سطح مشخصی از عملکرد و نیز برای دستیابی به نتایج دلخواه خویش نسبت به ظرفیتها و توانمندیهای خود دارد. از نظر شارف (Sharf, 2001) افرادی که باورهای خودکارآمدی قوی دارند، معتقدند که می‌توانند به‌طور مؤثر با رویدادها و شرایطی که با آن مواجه می‌شوند برخورد کنند و در اداي تکالیف پشتکار دارند و اغلب میزان عملکرد بالایی دارند.

خودکارآمدی مفهومی است که آلبرت بندورا<sup>۵</sup> آن را برای تبیین نظریه شناختی - اجتماعی خود در نظر گرفته است و آن را پیش‌شرط اساسی برای آزادسازی استعدادهای پنهان کارآفرینی افراد می‌داند. واژه خودکارآمدی در اصل به معنای قضاوت افراد در باره تواناییهای خود برای سازماندهی و اجرای ملزوماتی است که برای انجام دادن یک فعالیت خاص لازم است (Pajares, 2002).

یکی از خصوصیات مهم کارآفرینان باورهای خودکارآمد آنان است. مارکمن و بارون معتقدند کارآفرینانی که از خودکارآمدی بالاتری برخوردارند، از همتایان خود که دارای خودکارآمدی پایین‌تری هستند، پیشی می‌گیرند. این استدلال بر پایه نظریه شناختی - اجتماعی قرار دارد که در آن اشاره شده است که کارکرد سازگاری انسانی از طریق فرایند مستمر خودکارآمدی بر انگیزه، تنظیم و جهت‌دهی می‌شود. طبق الگوی علیت متقابل سه جانبه‌ای که در این نظریه مطرح شده است، خودکارآمدی به‌عنوان عامل تعیین‌کننده تعامل گر بر رفتارها تأثیر می‌گذارد (Shamaizadeh, 2006). همچنین، چن و گرین (Chen & Green, 1998) معتقدند که اگر چه آغاز یک کسب و کار جدید با مشکلات همراه است، اما خودکارآمدی بالا برای هر پشتکاری لازم است و افرادی که خودکارآمدی بالاتری دارند، معمولاً فعالیت‌های چالش برانگیز را دنبال می‌کنند.

خودکارآمدی علاوه بر پیش‌بینی عملکرد کارآفرینی، می‌تواند تعیین‌کننده اختراز از کارآفرینی نیز باشد. بسیاری از افراد در اقتصادهای در حال گذار ممکن است از تمایل برای کارآفرینی نیز برخوردار باشند، اما لزوماً در فعالیتهای کارآفرینی درگیر نمی‌شوند (Chen & Green, 1998) و این نه برای آنکه توانمندی، دانش یا مهارتهای لازم را ندارند، بلکه به این دلیل است که از خودکارآمدی لازم برخوردار نیستند (Luthans et al., 2000). در زمینه تأثیر آموزشهای کارآفرینی بر باورهای خودکارآمدی، سولیوان و ماهالیک (Sullivan & Mahalik, 2000) نشان داده‌اند که خودکارآمدی زنان شرکت‌کننده در جلسات آموزش کارآفرینی افزایش یافته است. کازوف (Kasouf, 2003) با مطالعه در باره کارآفرینان بالقوه بیان می‌کند که بین آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی رابطه مثبتی وجود دارد. میفیلد و ویرر (Myfield & Wearer, 2000) با استفاده از نظریه یادگیری - اجتماعی و توجه به خودکارآمدی به آموزش کارآفرینی پرداختند. نتایج بیانگر آن بود که آموزش کارآفرینی در افزایش خودکارآمدی مؤثر بوده است. شمعی زاده (Shamaizadeh, 2006) در تحقیقی با هدف شناسایی تأثیر مشاوره شغلی به شیوه شناختی - اجتماعی بر افزایش خودکارآمدی کارآفرینی و باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان دانشگاه اصفهان گزارش کرد که مشاوره به شیوه شناختی - اجتماعی بر افزایش خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان مؤثر بوده و همچنین، بر باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت داشته است. لوزو و همکاران آموزش مداخله‌ای هشت دقیقه‌ای را به صورت ضبط ویدئویی برای افزایش خودکارآمدی افراد ترتیب دادند. این مطالعه علی‌رغم محدودیتهایی که داشت، توانست خودکارآمدی را افزایش دهد (Sullivan & Mahalik, 2000). بنابراین، با آموزش کارآفرینی علاوه بر بهبود دانش واقعی و مهارتهای کارآفرینی، می‌توان خودباوری کارآفرینان بالقوه را نیز افزایش داد تا آنها بدانند که با داشتن آنچه در حال حاضر دارند، چه کارهایی می‌توانند انجام دهند. این شیوه برای رشد کارآفرینی به‌ویژه در زنان و افراد مسن که از پیش زمینه کارآفرینی بی‌بهره‌اند، مفید است (Chen & Green, 1998). با آموزشهای کارآفرینی می‌توان افراد را در زمینه کارآفرینی توانمند ساخت و از این طریق باور خودکارآمدی کارآفرینی را در آنان اصلاح و تقویت کرد و در پی آن افراد اعتماد به نفس بالاتری را نسبت به قبل به دست می‌آورند که این خود موجب می‌شود تا زمینه رشد باورهای خودکارآمدی پدیدار شود و افزایش یابد. همچنین، با این آموزشها می‌توان از طریق ارائه الگوهای جانشینی و ترغیب اجتماعی یا قانع‌سازی کلامی، بر سطح باور خودکارآمدی فراگیران تأثیر گذاشت.

بارانی، زرافشانی، دل‌انگیزان و حسینی لرگانی & Zarafshani, Delangizan & Barani (2010) در تحقیقی گزارش کردند که آموزش کارآفرینی بر نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی دانشجویان پیام نور تأثیر مثبت و معناداری دارد. سوتیز، زربینتی و آلابام (Souitaris, Zerbinati & Allabam, 2007) در تحقیقی گزارش کردند که برنامه‌های آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه افراد را به‌طور معناداری افزایش می‌دهد.

مشایخ (Mashaikh, 2007) در تحقیقی نشان داد که آموزش کارآفرینی در بالا بردن روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان تأثیر بسزایی داشته است. هانینگ (Hoing, 2004) دریافت که آموزش کارآفرینی بر مهارت، نگرش و رفتار متمرکز است و موجب ارتقای مهارت، توسعه نگرش و تغییر رفتار افراد می‌شود.

در خصوص اهمیت کارآفرینی، آموزش و ارتقای آن، مقام معظم رهبری در ابلاغ سیاست‌های کلی اشتغال در سال ۱۳۹۰ به ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید، کارآفرینی و ارتقای توان کارآفرینی با مسئولیت نظام آموزشی کشور (آموزش و پرورش، آموزش فنی و حرفه‌ای و آموزش عالی) اشاره کرده‌اند. با توجه به نقش و رابطه آموزش، به‌خصوص آموزش‌های کارآفرینی با نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی، نقش نظام‌های آموزشی و به‌ویژه نظام آموزش عالی در امر توسعه جامعه بیش از پیش محرز می‌شود. آموزش عالی از طریق انتقال دانش کاربردی در زمینه اشتغال، ایجاد مهارت‌ها و توانایی‌های مورد نیاز در خصوص کارآفرینی، زمینه‌سازی فرهنگی و توسعه و حمایت پژوهشی از کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی را وارد دانشگاه کرده است و دانش، نگرش و مهارت دانشجویان را به سوی کارآفرینی و کارآفرین شدن سوق می‌دهد (Kia & Ahmadzade, 2007, p. 41). از آنجایی که باورها برگرفته از ارزشها و رابط بین ارزش و نگرش هستند و می‌توانند قصدهای رفتاری به کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه را در افراد بر انگیزانند، می‌توان پی برد که بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی نیز رابطه وجود دارد. از این رو، این سؤال مطرح می‌شود که آیا آموزش‌های کارآفرینی ارائه شده در سطح دانشگاه، می‌تواند بر نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبتی بر جای بگذارد. با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های زیر آزمون شدند:

۱. آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارد.
۲. آموزش کارآفرینی بر باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت دارد.
۳. بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.

## روش پژوهش

روش پژوهش حاضر نیمه تجربی بود. در این روش محقق به کنترل و نظارت برخی از عوامل می‌پردازد. در این پژوهش داوطلبان شرکت در کلاس آموزش کارآفرینی در گروه تجربی و تعدادی از دانشجویان که این درس اختیاری را انتخاب نکردند، به‌عنوان اعضای گروه کنترل در نظر گرفته شدند. اعضای گروه تجربی همگی در یک زمان و مکان و تحت نظر یک استاد در طول یک ترم تحصیلی آموزش کارآفرینی را دریافت داشتند. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دوره کارشناسی گروه‌های آموزشی مدیریت صنعتی، ریاضی و علوم کامپیوتر دانشگاه شهید بهشتی بود که مجاز بودند درس اختیاری کارآفرینی را در ترم دوم سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ انتخاب کنند. در این پژوهش به دلیل پایین بودن تعداد نمونه‌ها که به

یک کلاس محدود می‌شد، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. فرایند نمونه‌گیری بدین صورت بود که تمام داوطلبان دریافت این آموزشها به‌عنوان اعضای گروه تجربی در نظر گرفته شدند که بعد از ریزش، نمونه‌ها به ۱۵ نفر تقلیل پیدا کردند. سپس، به تعداد اعضای گروه تجربی از بین دانشجویانی که این درس را انتخاب نکرده بودند، ۱۵ نفر به‌صورت همتاسازی با گروه تجربی از نظر سن، جنسیت، رشته و سال ورود گزینش شدند و در گروه کنترل قرار گرفتند. ۱۵ نفر گروه تجربی آموزش کارآفرینی را دریافت داشتند و ۱۵ نفر در گروه کنترل آموزش کارآفرینی را دریافت نکردند و نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی اعضای گروه تجربی و کنترل از طریق دو آزمون نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی، یک بار در ابتدای ترم دوم سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ و قبل از شروع آموزش کارآفرینی و یک بار هم در انتهای ترم دوم و در پایان آموزش کارآفرینی سنجیده شد.

برای سنجش نگرش کارآفرینانه از آزمون نگرش کارآفرینانه رایبسون و همکاران (Robinson et al., 1991) استفاده شده است. در این آزمون چهار حوزه مهم کارآفرینی شامل انگیزش پیشرفت، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و عزت نفس سنجش می‌شود. مصحف (Moshaf, 2005) فرم اولیه ۷۵ سؤالی آزمون را طی سه مطالعه مقدماتی بر روی ۵۰ دانشجوی دانشگاه اصفهان اجرا کرد و پس از تعیین همبستگی هر سؤال با نمره کل، سؤالهایی که همبستگی بالایی با نمره کل داشتند ( $p=0/01$ )، باقی ماندند و بقیه سؤالها حذف شدند و بدین ترتیب، فرم نهایی با ۵۵ سؤال آماده و برای نمره‌گذاری از طیفی با گزینه از ۱ تا ۱۰ استفاده شد. به‌منظور محاسبه همسانی درونی مقیاس از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ۰/۸۴ به‌دست آمد.

برای سنجش باورهای خودکارآمدی از آزمون خودکارآمدی عمومی شرر<sup>۶</sup> استفاده شد. این مقیاس دارای ۱۷ ماده است که انتظارات خودکارآمدی آزمودنیها را در سه سطح میل به آغازگری رفتار، میل به ادامه تلاش برای تکمیل رفتار و مقاومت در رویارویی با موانع را می‌سنجد. برای هر ماده این مقیاس ۵ پاسخ پیشنهاد شده است که به هر ماده ۱ تا ۵ امتیاز تعلق می‌گیرد (Arabian, 2004). شرر اعتبار محاسبه شده از طریق آلفای کرونباخ برای خودکارآمدی عمومی را ۰/۷۶ ذکر می‌کند (Arabian, 2004). روایی این مقیاس از طریق روایی سازه به‌دست آمده است. در پژوهشی برای بررسی اعتبار و روایی این مقیاس که براتی بر روی ۱۰۰ آزمودنی از دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان انجام داد، همبستگی به‌دست آمده از دو مقیاس عزت نفس و خودارزیابی با مقیاس خودکارآمدی، در جهت تأیید و روایی سازه این مقیاس بود (Arabian, 2004). در پژوهش حاضر روایی محتوایی با نظر استادان دانشگاه تأیید شد و بر روی ۳۰ نفر از جامعه پژوهش، آزمون نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی عمومی اجرا شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ برای آزمون نگرش کارآفرینانه



۸۴٪ و برای آزمون خود کارآمدی عمومی شرر ۷۲٪ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون t مستقل و همبسته و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

## یافته‌ها

اطلاعات جمعیت شناختی پژوهش نشان داد که ۷۳ درصد (۲۲ نفر) دانشجویان مورد مطالعه زن و ۲۷ درصد (۸ نفر) مرد بودند. میانگین سنی آزمودنیها ۲۱ سال بود. ۶۰ درصد (۱۸ نفر) دانشجویان در رشته مدیریت صنعتی، ۲۰ درصد (۶ نفر) ریاضی محض و ۲۰ درصد (۶ نفر) در رشته علوم کامپیوتر مشغول به تحصیل بودند. همچنین، ۴۰ درصد (۱۲ نفر) از دانشجویان ورودی سال ۱۳۸۶ و ۶۰ درصد (۱۸ نفر) از آنان ورودی سال ۱۳۸۷ بودند. نمونه‌ها از طریق هم‌تاسازی از نظر سن، جنسیت، رشته و سال ورود در دو گروه آزمایش (۱۵ نفر) که آموزش کارآفرینی دریافت کردند و گروه کنترل (۱۵ نفر) که در کلاس کارآفرینی شرکت نکردند، قرار گرفتند.

### فرضیه ۱. آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

جدول ۱- نتایج تحلیل t همبسته پیش آزمون و پس آزمون نگرش کارآفرینانه در گروه تجربی و گروه کنترل

سطح معناداری	درجه آزادی	t	پس آزمون		پیش آزمون		متغیر نگرش کارآفرینانه
			انحراف استاندارد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	
۰/۰۲۶*	۱۴	-۲/۲۲	۴۵/۲۹	۴۳۹/۲۹	۶۰/۲۳	۴۰۵/۴۱	گروه تجربی
۰/۳۳	۱۴	۰/۷۵۹	۴۹/۰۴	۴۰۲/۳	۵۱/۷۶	۴۱۵/۰	گروه کنترل

$p < 0/05^*$

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که میانگین نمرات نگرش کارآفرینانه گروه تجربی در پیش آزمون و پس آزمون با توجه به  $t = -2/22$  و در سطح معناداری  $p = 0/026$  تفاوت معناداری دارد، ولی میانگین نمرات نگرش کارآفرینانه گروه کنترل در پیش آزمون و پس آزمون با توجه به  $t = 0/759$  و در سطح معناداری  $p = 0/33$  تفاوت معناداری ندارد. بنابراین، نگرش کارآفرینانه گروه تجربی در پس آزمون و در مقایسه با پیش آزمون و بعد از دریافت آموزش کارآفرینی افزایش یافته، در حالی که نگرش کارآفرینانه گروه کنترل افزایشی نداشته است.

جدول ۲- نتایج تحلیل t مستقل نگرش کارآفرینانه در گروه کنترل و تجربی در پیش آزمون

سطح معناداری	درجه آزادی	t	کنترل			تجربی			متغیر نگرش کارآفرینانه
			انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	
۰/۱۱	۲۸	-۱/۰۵	۵۱/۷۶	۴۱۵	۱۵	۶۰/۲۳	۴۰۵/۴۱	۱۵	

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که میانگین نمرات نگرش کارآفرینانه در پیش آزمون دو گروه تجربی و کنترل با توجه به  $t = -۱/۰۵$  و در سطح معناداری  $p = ۰/۱۱$  تفاوت معناداری نداشته است؛ یعنی قبل از اجرای برنامه آموزش کارآفرینی دو گروه تجربی و کنترل از نظر نگرش کارآفرینانه مشابه بوده‌اند.

جدول ۳- نتایج تحلیل t مستقل نگرش کارآفرینانه در گروه کنترل و تجربی در پس آزمون

متغیر	تجربی			کنترل			t	درجه آزادی	سطح معناداری
	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
نگرش کارآفرینانه	۱۵	۴۳۹/۲۹	۴۵/۳۹	۱۵	۴۰۲/۳	۴۹/۰۴	۳/۱۲۶	۲۸	۰/۰۰۳*

$p < ۰/۰۵^*$

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که بعد از آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه گروه تجربی بیشتر از گروه کنترل و با توجه به  $t = ۳/۱۲۶$  و در سطح معناداری  $p = ۰/۰۰۲$ ، این تفاوت معنادار است. بنابراین، بعد از اجرای آموزش کارآفرینی نگرش کارآفرینانه گروه تجربی در پس آزمون افزایش یافته، ولی در گروه کنترل افزایشی صورت نگرفته است. نتایج جداول ۱، ۲ و ۳ نشان می‌دهد که آموزشهای کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان دارد.

**فرضیه ۲. آموزش کارآفرینی بر باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت دارد.**

جدول ۴ - نتایج تحلیل t همبسته پیش آزمون و پس آزمون باور خودکارآمدی عمومی در گروه تجربی و گروه کنترل

متغیر	پیش آزمون		پس آزمون		t	درجه آزادی	سطح معناداری
	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	انحراف استاندارد			
خودکارآمدی عمومی	۴۵/۴۱۱	۵/۱۲۴	۵۲/۵۲۹	۴/۷۰۵	-۳/۳۲	۱۴	۰/۰۰۳*
گروه تجربی	۴۸/۸۳	۳/۷۳	۴۷/۲۵	۳/۹۵	۱/۵۹	۱۴	۰/۰۷

$p < ۰/۰۵^*$

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که میانگین نمرات باور خودکارآمدی عمومی گروه تجربی در پیش آزمون و پس آزمون با توجه به  $t = -۳/۳۲$  و در سطح معناداری  $p = ۰/۰۰۳$  تفاوت معناداری دارد و میانگین نمرات باور خودکارآمدی عمومی گروه کنترل در پیش آزمون و پس آزمون با توجه به  $t = ۱/۵۹$  و در سطح معناداری  $p = ۰/۰۷$  تفاوت معناداری ندارد. بنابراین، باور خودکارآمدی عمومی گروه تجربی در پس آزمون و در مقایسه با پیش آزمون و بعد از دریافت آموزش کارآفرینی افزایش یافته، در حالی که نگرش کارآفرینانه گروه کنترل افزایشی نداشته است.

جدول ۵ - نتایج تحلیل t مستقل باور خودکارآمدی عمومی در گروه کنترل و تجربی در پیش آزمون

متغیر	آزمایش			کنترل			t	درجه آزادی	سطح معناداری
	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
خودکارآمدی	۱۵	۴۵/۴۱۱	۵/۱۲	۱۵	۴۸/۸۳	۳/۷۳	-۱/۱۲	۲۸	۰/۱۳

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که باور خودکارآمدی عمومی در پیش آزمون دو گروه تجربی و کنترل با توجه  $t = -۱/۱۲$  و در سطح معناداری  $P = ۰/۱۳$  تفاوت معناداری ندارد؛ یعنی قبل از اجرای برنامه آموزش کارآفرینی، دو گروه تجربی و کنترل از نظر باور خودکارآمدی عمومی مشابه بوده‌اند.

جدول ۶ - نتایج تحلیل t مستقل باور خودکارآمدی عمومی در گروه کنترل و تجربی در پس آزمون

متغیر	آزمایش			کنترل			T	درجه آزادی	سطح معناداری
	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد			
خودکارآمدی	۱۵	۵۲/۵۲	۴/۷۰۵	۱۵	۴۷/۲۵	۳/۹۵	۲/۹۲	۲۸	۰/۰۰۴*

$p < ۰/۰۵*$

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که بعد از آموزش کارآفرینی باور خودکارآمدی عمومی گروه تجربی بیشتر از گروه کنترل و با توجه به  $t = ۲/۹۲$  و در سطح معناداری  $P = ۰/۰۰۴$ ، این تفاوت معنادار است. بنابراین، بعد از اجرای آموزش کارآفرینی نگرش کارآفرینانه گروه تجربی در پس آزمون افزایش یافته، ولی در گروه کنترل افزایشی صورت نگرفته است. نتایج جداول ۴، ۵ و ۶ نشان می‌دهد که آموزشهای کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان دارد.

**فرضیه ۳. بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.**

جدول ۷ - نتایج همبستگی پیرسون نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی در پس آزمون گروه تجربی و کنترل

سطح معناداری	R <sup>2</sup>	R	تعداد	نگرش کارآفرینانه و خودکارآمدی عمومی
۰/۰۰۴*	۰/۴۰	۰/۶۴	۱۵	گروه تجربی
۰/۱۰۳	-	۰/۴۹۳	۱۵	گروه کنترل

$p < ۰/۰۵*$

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که در پس آزمون گروه تجربی بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان ( $R = ۰/۶۴$  و  $P = ۰/۰۰۴$ ) همبستگی معناداری وجود دارد، به طوری که

۴۰ درصد واریانس مربوط به باور خودکارآمدی به وسیله نگرش کارآفرینانه تبیین می‌شود. همچنین، نتایج پس آزمون گروه کنترل بیانگر آن است که بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان ( $R = ۰/۴۹۳$  و  $P = ۰/۱۰۳$ ) همبستگی معناداری وجود ندارد.

### بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر شناسایی نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان در دو گروه تجربی و کنترل بود. نتایج پژوهش نشان داد که آموزشهای کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان دارد و در بهبود این نگرشها به مباحث کارآفرینی مؤثر بوده است. این نتیجه با نتایج تحقیقات بارانی و همکاران (Barani et al., 2010)، سوتیرز و همکاران (Souitaris et al., 2007)، هانینگ (Hoing, 2004)، مصحف (Mshaf, 2005)، راشید (Robinson et al., 1991)، وسپر (Vesper, 1991)، داگلاس و شپرد (Douglas & Shepherd, 1999) و رابینسون و همکاران (Robinson et al., 1991) همخوانی دارد. بر این اساس، می‌توان بیان کرد که نگرش کارآفرینانه صفت ذاتی افراد نیست، بلکه از طریق آموزشهای کارآفرینی می‌توان نگرش کارآفرینانه را در افراد شکل داد و تقویت کرد. سیمونز (Simmones, 1999) نگرشها را بهترین وسیله برای اقدام به کارآفرینی می‌داند و بیان می‌کند که بسیاری از محققان بر این عقیده‌اند که داشتن نگرشهای خاص به انجام دادن فعالیتهای بیشتر در زمینه کارآفرینی منجر می‌شود. همچنین، رابینسون و همکاران (Robinson et al., 1991) بیان می‌کنند که نگرشها بهترین پیش‌بینی‌کنندگان برای تمایلات کارآفرینانه‌اند و این نگرشها همان‌طور که بر اساس آموزشهای خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد شده‌اند، می‌توان باز هم با آموزش و یادگیری در آنها تغییراتی ایجاد کرد. بنابراین، از طریق ارائه دوره‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی می‌توان بر نگرش کارآفرینانه افراد تأثیر گذاشت و مقاصد رفتاری خاص را در جهت کارآفرینی در آنها ایجاد کرد. فراگیران آموزشهای کارآفرینی از طریق دریافت حقایق، دانش و اطلاعات در زمینه کارآفرینی و ضرورت و نقش آن در رفع ابهام از آینده شغلی خود، باورهایی را در خصوص کارآفرینی به دست می‌آورند و این باورها همراه با ارزشیابی است که آیا این روش بر طرف‌کننده نیازهای شغلی آنها می‌تواند باشد یا خیر. بنابراین، پس از شکل‌گیری اجزای شناختی و عاطفی، آمادگی برای عمل بر اساس کارآفرینی در فراگیران شکل می‌گیرد و نتایج تحقیق بیانگر آن است که آموزشهای کارآفرینی بر اجزای نگرش کارآفرینانه تأثیر گذار بوده و نگرش کارآفرینانه را تقویت کرده است.

نتایج پژوهش نشان داد که آموزشهای کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان دارد که یافته‌ها با نتایج تحقیقات بارانی و همکاران (Barani et al., 2010)، شمعی زاده (Shamaizadeh, 2006)، سولیوان و ماهالیک (Sullivan & Mahalik,

2000)، کازوف (Kasouf, 2003)، میفلید و ویور (Myfield & Weare, 2000) و لوتانز و همکاران (Luthans et al., 2000) همخوانی دارد. بر این اساس، می‌توان بیان کرد که از طریق آموزشهای کارآفرینی می‌توان بر باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت گذاشت. لوتانز و همکاران (Luthans et al., 2000) باورهای خودکارآمدی را یکی از ملزوماتی می‌دانند که برای داشتن انگیزه کارآفرینی و نیز تلاش برای انجام دادن فعالیتهای کارآفرینانه، لازم و حتمی به شمار می‌آید. برای مثال، برخی از افراد انجام دادن فعالیت کارآفرینانه را دوست دارند، ولی نمی‌توانند به آن اقدام کنند و این به دلیل نداشتن توانایی، دانش و مهارت لازم در انجام دادن آن کار نیست، بلکه به دلیل وجود نداشتن اعتقاد و باور به این توانایی و مهارت است. از آنجایی که آموزش به توانمندسازی افراد منجر می‌شود، با آموزشهای کارآفرینی می‌توان توانمندی افراد را در زمینه کارآفرینی جهت داد و این توانمندسازی به باور خودکارآمدی کارآفرینی در افراد منجر می‌شود. از طریق باورهای خودکارآمدی کارآفرینی، باور خودکارآمدی عمومی فراگیر نیز تحت تأثیر آموزشهای کارآفرینی تقویت می‌شود (Shamaizadeh, 2006). در طول دوره آموزش کارآفرینی، به وسیله استاد و با دعوت از کارآفرینان موفق و سخنرانی برای فراگیران، ضمن معرفی الگوهای جانشینی، ترغیب اجتماعی یا قانع سازی کلامی نیز صورت می‌گیرد و از این طریق بر باور خودکارآمدی فراگیران تأثیرگذار است. بنابراین، می‌توان از طریق آموزشهای کارآفرینی و همزمان با افزایش باور افراد به توانمندی کارآفرینی و از طریق معرفی الگوهای جانشینی موفق و ترغیب اجتماعی یا اقناع سازی کلامی، باور خودکارآمدی عمومی آنان را نیز افزایش داد. نتایج این پژوهش تأثیرگذاری آموزشهای کارآفرینی بر باور خودکارآمدی دانشجویان را تأیید کرده است.

یافته‌ها نشان داد که بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان در گروه تجربی همبستگی معناداری وجود دارد. از آنجایی که ارزشها باورهای افراد را شکل می‌دهند و باورها به شکل‌گیری نگرش در افراد منجر می‌شوند (Karimi, 2008)، می‌توان اشاره کرد که در گروه تجربی، از طریق دریافت آموزشهای کارآفرینی، ارزشهایی در باره کارآفرینی شکل گرفته یا تقویت شده است و به دنبال آن، آنها باورهایی نیز در باره کارآفرینی به دست آورده‌اند و از این طریق، نگرش کارآفرینانه آنان تقویت شده است. بنابراین، می‌توان گفت که از طریق آموزشهای کارآفرینی می‌توان بر باورهای خودکارآمدی و نگرش کارآفرینانه تأثیر گذاشت و همزمان با شکل‌گیری باور خودکارآمدی کارآفرینی و باورهای خودکارآمدی عمومی، نگرش کارآفرینانه را در افراد تقویت کرد. البته، به دلیل محدودیتهای روش تجربی باید در خصوص تعمیم فرضیه سوم جانب احتیاط را لحاظ داشت، زیرا در آزمون همبستگی حداقل نمونه باید مراعات شود، اما در اینجا بنا به ضرورت تحقیق و با درک این محدودیت این بررسی صورت گرفته است.

## پیشنهادها

بر اساس نتایج پژوهش حاضر با آموزش کارآفرینی می‌توان نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان را افزایش داد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای دستیابی به نگرش کارآفرینانه در بین دانشجویان از طریق آموزشهای کارآفرینی اقدامات زیر صورت پذیرد:

۱. ارائه واحد درسی کارآفرینی ثابت و اجباری و همچنین، واحدهای درسی مرتبط برای انتقال و ایجاد دانش، توانش و نگرش کارآفرینی بر حسب تخصص و رشته تحصیلی دانشجویان؛
  ۲. ایجاد انگیزه و زمینه لازم برای انتخاب واحد درسی اختیاری کارآفرینی برای دانشجویان از طریق برگزاری سمینارها، همایشها و کارگاههای کاربردی آموزش کارآفرینی؛
  ۳. طراحی و ارائه محتوای برنامه آموزش کارآفرینی با روشهای کاربردی و فعال با استفاده از فناوری روز و متناسب با علایق و نیازهای دانشجویان؛
  ۴. تقویت و ارتقای فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان؛
- همچنین، برای ایجاد و تقویت باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان از طریق آموزشهای کارآفرینی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
۱. تشویق و تقویت دانشجویان شرکت کننده در کلاسهای کارآفرینی از طریق برنامه‌هایی از قبیل صدور گواهینامه‌های دوره کارآفرینی و معرفی به مراکز مرتبط با کارآفرینی برای همکاری؛
  ۲. معرفی الگوهای موفق کارآفرینی و استفاده از آنان برای تدریس دروس مرتبط با زمینه کاری؛
  ۳. به‌کارگیری استادان متخصص، با تجربه و کارآفرین که خود الگوی موفق کارآفرینی هستند، برای تدریس واحدهای درسی کارآفرینی؛
  ۴. فراهم آوردن بازدیدهای میدانی از مؤسسات خصوصی و مراکز مرتبط با کارآفرینی در طول ترم تحصیلی دانشگاهها.

## References

1. Ahmadpour Dariani, M. (2007). *Entrepreneurship*. Tehran: Sherkate Pardis 57 Publication (in Persian).
2. Ahmadpour Dariani, M., & Moghimi, M. (2001). *The role of government in developing entrepreneurship training*. Tehran: Farandish Publication (in Persian).
3. Ahmadpour Dariani, M., & Moghimi, M. (2006). *Foundations of entrepreneurship*. Tehran: Farandish Publication (in Persian).

4. Akbari, K. (2005). The role of education system in developing entrepreneurship. First Conference on Employment and Higher Education System. Tehran: Jihade Daneshgahi Publications. The Unit of Tarbiat Modarres University (in Persian).
5. Arabian, M. (2004). The relationship between self-efficacy beliefs and mental health among Shahid Beheshti University. (Unprinted master's dissertation). Shahid Beheshti University (in Persian).
6. Barani, SH., Zarafshani, K., Delangizan, S., & Hossiene Largani, M. (2010). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial behavior among Kermanshah University students: Structural equation model. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 57, 85-105 (in Persian).
7. Behian, M. (2007). Developing entrepreneurship in universities. First Conference on Employment and Higher Education System. Tehran: Jihade Daneshgahi Publications. The Unit of Tarbiat Modarres University, P. 398 (in Persian).
8. Chen, C., & Green, G. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(3), 137-157.
9. Douglas, D., & Shepherd, D. (1999). Entrepreneurship as an utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 237-257.
10. Hesrich, R., & Piders, M. (2004). *Entrepreneurship*. Translated by Feyz Bakhsh, A., & Yari, H. R., Tehran: Institute of Scientific Publications (in Persian).
11. Hesrich, R., & Piders, M. (2002). *The individual entrepreneur in entrepreneurship*. New York: MC Graw-Hill.
12. Hoing, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3, 258-273.
13. Hosseini Largani, M., Mirarab Razi, R., & Rezai, S. (2008). Entrepreneurship education in the new millennium: A substructure for

the employment of higher education graduates. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 50, 119-137 (in Persian).

14. Kasarda, J. (1992). *The state of the art of entrepreneurship*. Boston: PWS-K Ent Publishing Co.
15. Kasouf, C. (2003). Opportunity assessments afra work integrating positive psychology and environmental. Retrieved from [www.uic/cba.iej/2003\\_papers/kasout.htm](http://www.uic/cba.iej/2003_papers/kasout.htm).
16. Khodadad Hosseini, H., & Baharifar, A. (2005). Higher education and employment. Tehran: Jihade Daneshgahi Publication. The Unit of Tarbiat Modarres University (in Persian).
17. Kia, M., & Ahmadzade, N. (2007). Entrepreneurship and higher education. *Journal of Employment and Entrepreneurship*, 5(19), 41-49 (in Persian).
18. Kordaej, A. (2005). Entrepreneur University; Higher education and its role in job creation. *Journal of Management and Development*, 26 (in Persian).
19. Kordaej, A., & Shams, Sh. (2005). The role of higher education in entrepreneurship development and job creation in the country. First Conference on Employment and Higher Education System. Tehran: Jihade Daneshgahi Publications. The Unit of Tarbiat Modarres University, P. 354 (in Persian).
20. Karimi, Y. (2008). *Social psychology*. Tehran: Payame Noor Publication (in Persian).
21. Reilly, M. D., Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
22. Luthans, F., Stajkovic, A., & Ibrayera, E. (2000). Enviornmental and psychological callenges fading entrepreneurial develop ment in transitional economic. *Journal of World Business*, 35(1), 95-110.
23. Webster, M. (2003). *Colleglate dictionary*. USA.



24. Moshaf, H. (2005). Effects of career counseling based on the social cognitive approach and kramboltzs choosing a job on changing attitudes and increasing entrepreneurial behavior among Isfahan University students. (Unprinted master's dissertation). Isfahan University (in Persian).
25. Mashaikh, P. (2007). The effect of entrepreneurship ttraining on entrepreneurial attitudes among high school students. *New Adia Educational Sciences*, 4(2), 101-113.
26. Myfild, W., & Wearer, R. (2000). *The determination of the teahing methodology of entrepreneurship as established by the underlying philosophy of pragmatism*. Scotland: Glasgow Calidoniem University Scotland.
27. Pajares, F. (2002). Overview of social cognaitive theory and self-efficacy. Retrieved from [www.emory.edu/Education/MFP/eff.htm](http://www.emory.edu/Education/MFP/eff.htm).
28. Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, Y., & Hunt, K. (1991). Anattitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 106 -122.
29. Sabagh Yazdi, S. (2006). *Entrepreneurship. Irregular periodical of group of talented students and entrepreneurship*. Tehran: Khaje Nasireddin Tousi University, 7, 1-3 (in Persian).
30. Shamaizadeh, M. (2006). Effects of career counseling based on the social cognitive approach on increasing entrepreneurship self-efficacy and general self-efficacy among Isfahan University students. (Unprinted master's dissertation). Isfahan University (in Persian).
31. Sharf, F. (2001). *Theories of counseling and psychotherapy*. Translated by Firouz Bakht, M., Tehran: Rasa Publication (in Persian).
32. Simmones, Ch. (1999). The entrepreneurial attitude. Retrieved from [www.kcentrepreneur.com/anonymos.html](http://www.kcentrepreneur.com/anonymos.html).
33. Souitaris, V., Zerbinati, S., & Allabam, A. (2007). Do entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566-591.

34. Sullivan, R., & Mahalik, R. (2000). Increasing career self efficacy for woman evaluating a group intervention. *Journal of Counseling Development*, 54-60.
35. Vesper, K. (1990). *New venture strategeies*. Prentice Hall, Englewood Eliffs, N.J.
36. Zabihi, M., & Moghadasi, A. (2008). *Entrepreneurship; Theory to practice*. Tahrn: Nama Publication (in Persian).
37. Zahiri, M. (2007). Developing entrepreneurship in medical science universities. *Journal of Employment and Entrepreneurship*, 5(17), 9-20 (in Persian).