

## تاثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور

سعید کریمی<sup>۱</sup>، فرشید ملامیرزایی<sup>۲</sup>، رضا موحدی<sup>۳</sup>

۱- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا  
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا  
۳- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

### چکیده

آموزش کارآفرینی یک موضوع مهم و مورد توجه در دانشگاه‌های کشورهای مختلف جهان می‌باشد و سودمندی‌های آن مورد ستایش محققان و آموزشگران قرار گرفته است، ولی اثربخشی واقعی این نوع آموزش به طور جامع بررسی نشده است. بنابراین هدف این پژوهش آن است که با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، تاثیر آموزش کارآفرینی مشخص شود و سودمندی‌های ناشی از این گونه برنامه‌ها تعیین گردد. روش پژوهش، شبه تجربی از نوع پیش‌آزمون- پس‌آزمون می‌باشد. به منظور انجام این پژوهش، ۱۰۹ تن دانشجویان کشاورزی شرکت‌کننده در درس‌های آموزش کارآفرینی در چهار دانشگاه غرب کشور (بوعلی سینا، کردستان، شهرکرد و ایلام) به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه در آغاز و پس از پایان درس‌های کارآفرینی تکمیل و گردآوری شد. روایی محتوایی پرسشنامه را گروهی از خبرگان بررسی و تایید کردند و پایایی بخش‌های مختلف آن نیز با استفاده از ضریب تتای ترتیبی تایید شد (۰/۷۱ تا ۰/۸۸). بنا بر نتایج، تاثیر آموزش کارآفرینی بر عامل‌های انگیزشی (نگرش، کنترل رفتاری درک شده، هنجارهای ذهنی) و قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان مثبت و معنی‌داری بود. همچنین نتایج بیانگر آن بودند که در بخش سودمندی‌های برنامه (یادگیری، الهام‌بخش بودن و منابع رشد)، تنها یادگیری با تغییر نگرش و قصد کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌داری داشت. در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان داد که "نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده" می‌تواند چارچوب مناسبی برای بررسی اثربخشی برنامه‌های آموزش کارآفرینی فراهم کند.

**نمایه واژگان:** آموزش کارآفرینی، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، قصد کارآفرینانه، یادگیری، الهام‌بخشی

نویسنده‌ی مسئول: سعید کریمی

رایانامه: skarimi@basu.ac.ir

دریافت: ۹۴/۱۲/۱۶ پذیرش: ۹۵/۸/۱۷

## مقدمه

شاهد های محکمی مبنی بر وجود رابطه ی علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (چودهاری، ۲۰۰۷). بر پایه ی پژوهش های انجام شده، کارآفرینی یک رفتار ارادی برنامه ریزی شده است که می تواند کارآیی اقتصادی را افزایش دهد، نوآوری را به بازار آورد، دانش جدید را به خدمات و محصولات جدید تبدیل و شغل های جدیدی ایجاد کند و سطح اشتغال در جامعه را بهبود بخشد (شین و ونکتارامن، ۲۰۰۰؛ شین و همکاران، ۲۰۰۳). به سبب همین اثرگذاری های مثبت کارآفرینی، در طی دهه ی گذشته بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به کار آفرینی به عنوان یک راه حل اساسی بالقوه برای رفع چالش های گوناگون پیش روی کشور از جمله نبود کارایی در اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، شمار بیش از اندازه ی نیاز کنونی دانش آموختگان و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل برای آنان، توجه جدی داشته اند (کریمی و همکاران، ۲۰۱۰).

بیشتر بررسی های انجام شده بیانگر آن است که کارآفرینی، و یا دست کم بخش های مشخصی از آن، قابل آموزش و فراگیری بوده و به همین دلیل آموزش می تواند به عنوان یک وسیله کلیدی برای بهبود پیامدهای کارآفرینی مانند نگرش، قصد و صلاحیت های کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد (مارتین و همکاران، ۲۰۱۳؛ کریمی و همکاران، ۲۰۱۶). همین دیدگاه نسبت به کارآفرینی سبب رشد چشمگیر آموزش کارآفرینی در دانشگاه های سرتاسر جهان شده است (فرشتر و وبر، ۲۰۱۳؛ کوراکتو، ۲۰۰۵)، هنوز هم سرمایه گذاری در این زمینه رو به افزایش است (گینه، ۲۰۰۸).

اگرچه اثرگذاری ها و سودمندی های برنامه های آموزش کارآفرینی مورد ستایش و تمجید آموزشگران و پژوهشگران قرار گرفته است اما، تأثیر این گونه برنامه ها بر نگرش و قصد کارآفرینانه فراگیران بیش تر بدون ارزیابی باقی مانده است (لورز و همکاران، ۲۰۱۳؛ نبی و همکاران، ۲۰۱۶). به همین دلیل، این پژوهش سعی دارد تا نقش آموزش کارآفرینی را در توسعه قصد کارآفرینانه ی دانشجویان بررسی و روشن کند. به طور ویژه تمرکز این پژوهش بر سودمندی های ناشی از آموزش کارآفرینی یعنی

یادگیری، الهام بخش بودن و منابع رشد است (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷)

در ادبیات روانشناسی اجتماعی، ثابت شده است که قصد یا نیت بهترین پیش بینی کننده رفتارهای فردی برنامه ریزی شده می باشد، به ویژه، زمانی که مشاهده ی این رفتارها دشوار باشد و یا فاصله زمانی غیر قابل پیش بینی در این فرایند دخالت داشته باشد (بیرد، ۱۹۸۸؛ کروگر و برازیل، ۱۹۹۴). به همین دلیل، الگوها و نظریه های مختلفی در رابطه با قصد و رفتار کارآفرینانه ارائه شده است. در این الگوها، قصد رفتاری مهم ترین پیش بینی کننده رفتار می باشد، نگرش نیز مهم ترین پیش بینی کننده قصد رفتاری بوده و در نهایت نگرش هم از طریق متغیرهای بیرونی مانند ویژگی های شخصیتی و متغیرهای محیطی تحت تأثیر قرار می گیرد (آیزن، ۱۹۹۱؛ کروگر و همکاران، ۲۰۰۰). در این پژوهش تأثیر آموزش کارآفرینی به عنوان یک متغیر بیرونی بر نگرش و قصد کارآفرینی بررسی شده است. هدف دیگر این پژوهش آن است که بررسی و تبیین کند که کدام یک از سودمندی های ناشی از درس های آموزش کارآفرینی قصد و نگرش کارآفرینانه دانشجویان را افزایش می دهد؟

الگوها و نظریه های مختلفی مانند رویداد کارآفرینانه (شیپرو و سوکول، ۱۹۸۲) و مدل اجرای ایده های کارآفرینانه (بیرد، ۱۹۸۸) در رابطه با قصد و رفتار کارآفرینانه ارائه شده است. لیکن، رایج ترین و معتبرترین آنها نظریه رفتار برنامه ریزی شده می باشد (آیکوولوا و همکاران، ۲۰۱۱؛ شالیگ و کونینگ، ۲۰۱۴) که توسط آیزن (۱۹۹۱)، ارائه شده است. در این الگو، مهم ترین تعیین کننده رفتار کارآفرینی، قصد کارآفرینانه می باشد. قصد کارآفرینی یک ویژگی است که فرد را هدایت می کند تا به دنبال یک شغل آزاد برود و یا اقدام به تاسیس یک کسب و کار جدید کند (فایول و لینن، ۲۰۱۴).

نتایج پژوهش های مختلف هم بیانگر آن هستند که قصد کارآفرینی مهم ترین پیش بینی کننده ی رفتار کارآفرینی در آینده می باشد (کوتونن و همکاران، ۲۰۱۵؛ کولورید و ایساکسون، ۲۰۰۶).

قصد کارآفرینی نیز تحت تأثیر سه عامل انگیزشی قرار دارد: الف) نگرش فرد نسبت به رفتار (یعنی ارزشیابی

بنابر آن چه آمد، می‌توان انتظار داشت که هنجارهای ذهنی، نگرش و کنترل رفتاری درک شده با قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری داشته باشند.

آموزش کارآفرینی یک موضوع در حال رشد و مورد توجه در دانشگاه‌های کشورهای مختلف جهان می‌باشد و سودمندی‌های آن مورد ستایش محققان و آموزشگران قرار گرفته است، اما اثربخشی واقعی این نوع آموزش به طور عمده بررسی نشده است (پیتوی و کپ، ۲۰۰۷؛ ون گراونیتز و همکاران، ۲۰۱۰؛ نبی و همکاران، ۲۰۱۶). بنابر گفته آلبرتی و همکاران (۲۰۰۴)، نخستین و مهم‌ترین حوزه برای پژوهش‌های آتی باید بر ارزیابی اثربخشی این نوع برنامه‌ها تمرکز داشته باشند. ولیکن پرسش مهمی که در این زمینه پیش از هر اقدامی باید پاسخ داده شود این است که: آموزش کارآفرینی چگونه باید ارزیابی شود؟ (فایول، ۱۹۹۸؛ مورو و همکاران، ۲۰۰۳).

یکی از رایج‌ترین راه‌ها برای ارزشیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی، ارزیابی قصد کارآفرینانه افراد برای راه اندازی یک کسب و کار جدید می‌باشد. پژوهشگران چندی (فایول و همکاران، ۲۰۰۶؛ وبر، ۲۰۱۲) پیشنهاد می‌کنند که نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده برای ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی مانند درس‌های کارآفرینی مناسب می‌باشد. هدف اصلی چنین برنامه‌ها یا درس‌هایی این است که در نگرش و قصد کارآفرینانه شرکت‌کنندگان تغییر مثبتی ایجاد شود، و نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده هم چارچوب مناسبی برای ارزیابی ساختارمند این تغییر ارایه می‌دهد. بعضی از محققان از این مدل برای ارزیابی تاثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان استفاده و کارآیی آن را اثبات کرده‌اند (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷؛ کریمی و همکاران، ۲۰۱۶). به همین دلیل، در این بررسی هم این مدل به عنوان چارچوبی برای تحلیل تاثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان مد نظر قرار داده شده است.

مارتین و همکاران (۲۰۱۳)، در بررسی فرا-تحلیل اخیر خود دریافتند که آموزش کارآفرینی بر دانش، مهارت‌ها، تصورات و پیامدهای کارآفرینی مانند قصد کارآفرینی تاثیر مثبتی دارد. بر این پایه می‌توان انتظار داشت دانشجویانی

مثبت یا منفی در مورد انجام آن رفتار، برای مثال آغاز یک کسب و کار جدید؛ ب) هنجارهای ذهنی (یعنی فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام یا انجام ندادن رفتار، برای مثال آغاز یک کسب و کار جدید؛ ج) کنترل رفتاری درک شده (یعنی درک فرد از میزان دشواری یا آسانی رفتار و میزان موفقیت وی در انجام آن رفتار برای مثال شروع یک کسب و کار جدید، به عبارت دیگر احساس کنترل فرد بر راه اندازی یک کسب و کار جدید از نظر آسانی یا سختی کار). این مفهوم در واقع، مانند مفهوم خودکارآمدی می‌باشد. در هر دو مفهوم، احساس ظرفیت برای انجام رفتار مورد نظر بسیار مهم می‌باشد. ولیکن مفهوم کنترل رفتار درک شده گسترده‌تر می‌باشد و قابلیت کنترل رفتار را نیز شامل می‌شود (لینن و چن، ۲۰۰۹).

پژوهشگران در کشورهای مختلف نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده را برای بررسی قصد کارآفرینانه دانشجویان به کار برده و ثابت کرده‌اند که نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده بر قصد کارآفرینانه آنان تاثیر دارند (لینن و چن، ۲۰۰۹؛ آیکوولوا و همکاران، ۲۰۰۹). قابلیت کاربرد این نظریه در کشور ما نیز بررسی و تایید شده است. برای مثال بررسی کریمی و همکاران (۲۰۱۵) و کریمی (۱۳۹۵)، نشان دادند که نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده توانایی خوبی برای پیش‌بینی قصد کارآفرینانه دانشجویان در ایران را دارد، هرچند که اهمیت نسبی عامل‌های انگیزشی در پیش‌بینی قصد کارآفرینانه افراد متفاوت از کشورهای غربی بود.

آنان دریافتند که کنترل رفتاری درک شده قوی‌ترین رابطه را با قصد کارآفرینانه دارد در حالی که در کشورهای غربی نگرش دارای قوی‌ترین رابطه مثبت با قصد کارآفرینانه می‌باشد (شلاگل و کونینگ، ۲۰۱۴). آیکوولوا و همکارانش (۲۰۱۱)، با استفاده از مدل رفتار برنامه‌ریزی شده قصد کارآفرینانه دانشجویان را در پنج کشور در حال توسعه و هشت کشور توسعه یافته بررسی کردند. یافته‌ها نشان دادند که این مدل قابلیت کاربرد در هر دو گروه کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته را دارد. آنان گزارش دادند که به طور کلی در ۱۳ کشور مورد بررسی هر سه عامل به طور معنی‌داری با قصد کارآفرینانه ارتباط دارند.

موضوع به خصوص اشاره می‌کند (ونکاتارامن، ۱۹۹۷) و ممکن است نتیجه‌ی تجربه کاری یا آموزش باشد. دانش حاصل از آموزش (یا همان سرمایه انسانی) تلفیق و تجمیع دانش جدید را آسانگری می‌کند و برای افراد مجموعه فرصت‌های بزرگتری را فراهم می‌آورد (کیمنو و همکاران، ۱۹۹۷). ونکاتارامن (۱۹۹۷) بیان می‌کند که اطلاعات منحصر به فرد شخص یک کریدور دانش ایجاد می‌کند که او را قادر به شناسایی فرصت‌های معینی می‌کند که دیگران قادر به شناسایی آنها نیستند.

دانش پیشین ظرفیت جذبی فراهم می‌کند که کسب اطلاعات جدید و بیشتر درباره بازار، فرایندهای تولید و فناوری را آسانگری می‌کند (کوهن و لوینتال، ۱۹۹۰). بررسی‌های اخیر نشان دادند که دانش پیشین، توانایی فرد برای شناسایی فرصت‌های کسب و کار و همچنین سطح نوآوری این فرصت‌ها را افزایش می‌دهد (شفرد و دتین، ۲۰۰۵). از این رو، دانش (به ویژه دانشی که نتیجه‌ی آموزش باشد) منجر به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی بهتر و بیشتر می‌شود. بنابراین، به نظر می‌رسد دانش ویژه‌ای که فراگیران درباره کارآفرینی در خلال دوره آموزش کارآفرینی به دست می‌آورند می‌تواند توانایی آنان را در شناسایی فرصت کارآفرینی افزایش دهد و بنابراین باعث بهبود نگرش و قصد کارآفرینانه آنان شود (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷).

بنابر آن چه گفته شد می‌توان گفت که هرچه میزان یادگیری از یک دوره‌ی آموزش کارآفرینی بیشتر باشد، قصد کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی در پایان دوره بیشتر بهبود خواهد یافت.

فرهنگ واژگان آکسفورد، الهام یا درون‌انگیزی را این گونه تعریف می‌کند: القای یک ایده یا هدف به ذهن و بیداری یا ایجاد انگیزه یا میل در فرد. الهام، ایجاد انگیزه و ایجاد انرژی می‌کند و رفتار فرد را به سمت هدف مطلوب رهنمون می‌شود. الهام، هم چنین نیازمند یک محرک مانند یک شخص، دیدگاه یا رویداد می‌باشد که می‌تواند افکار و رفتار فرد را تحت تاثیر قرار دهد و به او کمک کند تا به هدف مطلوب خود دست یابد (نبی و همکاران، ۲۰۱۶). سویتاریس و همکاران (۵۷۳، ۲۰۰۷)، بر پایه‌ی

که در درس آموزش کارآفرینی شرکت کرده‌اند، هنجارهای ذهنی، نگرش‌شان نسبت به کارآفرینی، کنترل رفتاری درک شده توسط آنان و قصد کارآفرینانه‌ی آنان بعد از برنامه نسبت به قبل از برنامه بالاتر خواهد باشد.

یکی دیگر از هدف‌های این پژوهش، بررسی سودمندی‌های ناشی از درس‌های آموزش کارآفرینی و تاثیر آنها بر عامل‌های انگیزشی و قصد کارآفرینی دانشجویان می‌باشد. بنابر نتیجه‌ی بررسی سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷)، برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌توانند سه نوع سودمندی برای دانشجویان داشته باشند که عبارتند از یادگیری، الهام‌بخشی و منبع‌های رشد.

تحقیقات اخیر در زمینه‌ی یادگیری در آموزش عالی نشان می‌دهند که توجه اندکی به این موضوع شده است که دانشجویان چه چیزی را، چگونه و از چه کسی دانش و مهارت‌های لازم برای شغل آینده‌شان را کسب می‌کنند (جکسون، ۲۰۱۵). این انتقاد به تحقیقات مرتبط با آموزش کارآفرینی و توسعه قصد کارآفرینی هم وارد است (نبی و همکاران، ۲۰۱۶). به منظور رفع این نارسایی، در این پژوهش موضوع یادگیری کارآفرینی بر پایه نظریه جوهانیسون (۱۹۹۱) و چارچوب سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷) بررسی شده است.

یادگیری اشاره به دانشی دارد که دانشجویان در طول یک دوره آموزش کارآفرینی به دست می‌آورند (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷). جوهانیسون (۱۹۹۱) در یک طبقه بندی، پنج سطح یادگیری از آموزش کارآفرینی را ارائه می‌دهد: کارآفرینان چرا اقدام می‌کنند (دانش چرایی: ارزش‌ها و انگیزه‌ی کارآفرینان)، دانش درباره آنچه باید انجام شود (دانش چه چیزی)، چگونه باید انجام شود (دانش چگونه: توانایی‌ها و مهارت‌ها)، آگاهی از شبکه‌های اجتماعی و توانایی استفاده از آنها، به عبارت دیگر، چه کسی را باید بشناسیم (دانش چه کسی: مهارت اجتماعی و ارتباطات)، سرانجام چه موقع باید عمل کنیم (دانش وقت‌شناسی: دانش تجربه و بینش). این طبقه‌بندی بر گستره‌ای از دانش و مهارت‌های کارآفرینانه و همچنین بر درک و شناخت عمیق فرایند کارآفرینی تاکید دارد (نبی و همکاران، ۲۰۱۶).

دانش اولیه به اطلاعات شاخص یک فرد درباره‌ی یک

مسابقه‌های دانشجویی استفاده کنند و گاهی از همین راه به منابع مالی اولیه برای عملی کردن دیدگاه‌های کسب و کار خود دسترسی پیدا کنند.

با توجه به این که منبع‌ها با کارآفرینی ارتباط تنگاتنگ دارند و کمبود منبع‌ها یکی از بازدارنده‌های عمده بر سر راه کارآفرینی می باشد، می توان انتظار داشت که بهره‌گرفتن از منابع رایگان به عنوان بخشی از یک برنامه آموزش کارآفرینی دانشجویان را تشویق و ترغیب به راه اندازی کسب و کار خواهد نمود و بنابراین نگرش و قصد کارآفرینانه آنان افزایش خواهد یافت (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷). با توجه به مبحث بالا می توان چنین نتیجه گرفت که هرچه میزان استفاده از منبع‌های رشد ارائه شده در طول یک دوره آموزش کارآفرینی بیشتر باشد، قصد کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی در پایان دوره بیشتر بهبود یابد.

### روش شناسی

در خلال سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ یک پیمایش پیش‌آزمون - پس‌آزمون به منظور بررسی تغییر در نگرش و قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی کشاورزی شرکت کننده در درس مبانی کارآفرینی در چهار دانشگاه دولتی (دانشگاه بوعلی سینا، کردستان، شهرکرد و ایلام) انجام شد. اطلاعات مورد نیاز با پرسشنامه گردآوری شد. این پرسشنامه در آغاز نخستین جلسه و در پایان آخرین جلسه‌ی درس در بین شرکت‌کنندگان توزیع و پس از تکمیل گردآوری شد. حدود ۱۴۰ دانشجو در این درس ثبت نام کرده بودند که در مرحله پیش‌آزمون، ۱۲۰ دانشجو (نرخ پاسخ=۸۶ درصد) و در مرحله پس‌آزمون ۱۱۶ دانشجو (نرخ پاسخ=۸۳ درصد) پرسشنامه تحقیق را تکمیل کردند و بازگرداندند. در نهایت ۱۰۹ پرسشنامه پیش و پس‌آزمون هم‌تا شدند (۷۸ درصد کل شرکت‌کنندگان).

به منظور مقایسه‌ی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه در هر دو مرحله و افرادی که تنها در مرحله پیش‌آزمون پرسشنامه‌ها را تکمیل کرده بودند، مقایسه انجام شد و تفاوت معنی‌داری بین این دو گروه از لحاظ قصد کارآفرینانه، نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک شده، سن و جنس در مرحله پیش‌آزمون نشان داده

ادبیات روانشناسی، الهام در زمینه آموزش کارآفرینی را به عنوان الهام کارآفرینانه منتج از برنامه در نظر گرفته اند و از لحاظ عملیاتی آن را این گونه تعریف می کنند: یک تغییر در قلب (احساس) و ذهن (انگیزه) فرد نسبت به کارآفرینی که از طریق رویدادها و پیشامدهای رخ داده در طول دوره آموزش ایجاد می‌شود و فرد را به سوی کارآفرین شدن رهنمون می کند.

بعضی از رویدادهای بالقوه مانند بازدید از یک کسب و کار یا دیدار و نشست با یک کارآفرین یا دیدگاه و نقطه نظرهای یک استاد یا یک همکلاسی می توانند تغییری مثبت در ذهن و قلب فرد نسبت به کارآفرینی ایجاد کنند. بنابراین با پیروی از پیشنهاد سویتاریس و همکاران انتظار بر این است که هرچه میزان الهام بخشی ناشی از یک دوره آموزش کارآفرینی بیشتر باشد، قصد کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی در پایان دوره بیشتر بهبود یابد.

دانشجویان شرکت کننده در دوره های کارآفرینی می توانند از منبع‌های متعددی که در دوره‌ها آرایه می‌شوند بهره ببرند. این منابع می توانند به ارزیابی دیدگاه‌های کسب و کار دانشجویان و عملی کردن آن‌ها کمک کنند. دسترسی به منبع‌ها می تواند در هر بخش از دوره آموزشی به دست آیند، برای مثال در بخشی از دوره درسی، دانشجویان می توانند با شماری از هم‌کلاسی‌های خود که تفکر کارآفرینانه دارند یک گروه تشکیل دهند، یا اینکه در زمان انجام فعالیت‌های برنامه‌ریزی کسب و کار، آنان می توانند از استادان، متخصصان انتقال فناوری و همکلاسی‌های خود درباره انتقال فناوری و چگونگی راه اندازی کسب و کارها مشاوره بگیرند، و با هم‌کلاسی‌های خود مشورت بگیرند و یا از یک مسابقه طرح کسب و کار برای آزمون و بررسی دیگه کسب و کار خود استفاده کنند.

افزون بر این، دانشجویان می توانند از رویداد‌هایی مانند همایش‌ها و جشنواره‌ها به منظور ایجاد شبکه و ارتباط با صاحب‌نظران، حقوق‌دانان و سرمایه‌گذاران بهره بگیرند. نیز، دانشجویان می توانند از طریق انجمن‌های علمی یا مرکز کارآفرینی دانشگاه با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و دیگر مراکز حمایتی ارتباط برقرار کنند و یا از فضا و امکانات دانشگاه برای برگزاری جشنواره‌ها و

سلسله مراتبی) استفاده شد.

### یافته‌ها

نمونه آماری تحقیق شامل ۵۱ پسر (۴۶/۸ درصد) و ۵۸ دختر (۵۳/۲ درصد) همراه با میانگین سنی ۲۲ سال بود. همچنین در این پژوهش مشخص شد که بیشتر دانشجویان (۷۷/۳ درصد) دارای پیشینه‌ی شغلی نبوده و تنها ۲۵ درصد والدین آنان کارآفرین بوده‌اند. نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که در مرحله پیش‌آزمون و پس‌آزمون بین قصد کارآفرینانه با نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده رابطه همبستگی مثبت و معنی داری وجود داشت. همچنین بین سودمندی‌های ناشی از برنامه (یادگیری، الهام‌بخش بودن و منابع رشد) با قصد کارآفرینانه، نگرش، کنترل رفتاری و هنجارهای ذهنی در مرحله پس‌آزمون رابطه مثبت معنی داری وجود داشت (جدول ۲).

همچنین، یادگیری با تغییرهای ایجاد شده در متغیرهای قصد کارآفرینانه و کنترل رفتاری در سطح یک درصد و با تغییرهای نگرش در سطح پنج درصد رابطه مثبتی داشت، اما با تغییر متغیر هنجارهای ذهنی رابطه معنی داری نداشت. منابع رشد با تغییر قصد کارآفرینانه و کنترل رفتاری درک شده در سطح پنج درصد رابطه مثبت داشت، اما با تغییر هنجارهای ذهنی و نگرش رابطه معنی داری نداشت. لازم به یادآوری است که الهام‌بخش بودن درس‌ها با هیچ یک از تغییرهای ایجاد شده در متغیرهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده رابطه معنی داری نداشت (جدول ۲).

نشد. لازم به توضیح است که پرسشنامه مربوط به مزایای آموزش کارآفرینی تنها در مرحله پس‌آزمون توزیع و تکمیل شد.

برای سنجش متغیرهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده از پرسشنامه لینن و چن (۲۰۰۹) و برای سنجش سودمندی‌های برنامه‌های آموزش کارآفرینی از پرسشنامه سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷)، استفاده شد. به منظور آزمون روایی محتوای پرسشنامه، از چهار متخصص ترویج کشاورزی و آموزش کارآفرینی خواسته شد که گزینه‌ها را بازبینی کنند. بر پایه‌ی نظر آنان، بعضی از گویه‌ها اضافه یا حذف شدند. به منظور اطمینان از روشن و قابل درک بودن گویه‌ها و روایی شکلی متغیرها و تدوین یک پرسشنامه بهتر، یک آزمون مقدماتی با توزیع ۲۸ پرسشنامه بین دانشجویان انجام شد و پس از چند تغییر جزئی پرسشنامه نهایی تدوین شد.

همه گویه‌ها (غیر از ویژگی‌های فردی) در مقیاس ۷ گزینه‌ای لیکرت (بسیار موافق تا بسیار مخالف در دامنه ۳ تا ۳) اندازه‌گیری شدند. در این پژوهش پایایی درونی گویه‌های مربوط به هر متغیر از طریق ضریب تتای ترتیبی بررسی شد. همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود ضریب تتای ترتیبی برای همه‌ی متغیرها در هر دو مرحله پیش‌آزمون و پس‌آزمون بیشتر از ۰/۷ می‌باشد که نشان دهنده‌ی پایایی مطلوب ابزار تحقیق است.

داده‌های گردآوری شده با نرم‌افزار SPSS<sub>win20</sub> تجزیه و تحلیل شدند و از شاخص‌های آماری توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آزمون‌های استنباطی (همبستگی اسپیرمن، من ویتنی، ویلکاکسون، رگرسیون ترتیبی و

جدول ۱- متغیرهای پرسشنامه و پایایی آنان در مراحل پیش‌آزمون و پس‌آزمون

متغیر	منبع	شمار پرسش‌ها	نمونه پرسش	ضریب تتای ترتیبی (پیش‌آزمون)	ضریب تتای ترتیبی (پس‌آزمون)
قصد کارآفرینانه	لینن و چن (۲۰۰۹)	۶	مصمم هستم در آینده‌ی نزدیک یک کسب و کار جدید راه اندازی کنم.	۰/۸۸	۰/۸۷
هنجارهای ذهنی	لینن و چن (۲۰۰۹)	۴	اگر تصمیم به راه اندازی یک کسب و کار جدید بگیرم، اعضای خانواده‌ام از من حمایت خواهند بود.	۰/۷۱	۰/۷۱
نگرش	لینن و چن (۲۰۰۹)	۵	کارآفرین بودن برای من جذابیت دارد.	۰/۸۶	۰/۷۷
کنترل رفتاری درک شده	لینن و چن (۲۰۰۹)	۵	توانایی آغاز و راه‌اندازی یک شرکت یا کسب و کار جدید را دارم.	۰/۸۰	۰/۸۵



ادامه جدول ۱

متغیر	منبع	شماره پرسش‌ها	نمونه پرسش	ضریب تنای ترتیبی (پیش‌آزمون)	ضریب تنای ترتیبی (پس‌آزمون)
یادگیری	سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷)	۵	این درس دانش و توانایی مرا در زمینه شناسایی فرصت‌های کسب و کار افزایش داده است.	-	۰/۸۸
منابع رشد	سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷)	۶	در طول نیم‌سال به چه میزان از هر یک از منابع زیر در زمینه کارآفرینی استفاده و بهره برده‌اید؟ الف) مشورت با اساتید و اعضای هیات علمی ...	-	۰/۸۴
الهام‌بخش	سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷)	۷	آیا رویداد یا پیشامد ویژه‌ای را به یاد می‌آورید که در خلال درس کارآفرینی "قلب و ذهن" شما را نسبت به کارآفرینی به شدت تغییر داده باشد و موجب شده باشد که شما تصمیم به کارآفرین شدن بگیری؟	-	۰/۷۹

جدول ۲- آماره‌های توصیفی و همبستگی بین متغیرهای تحقیق

متغیر	میلنگین انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	
۱	قصدکارآفرینانه <sub>۱</sub>	۱																	
۲	نگرش <sub>۱</sub>	۱/۴۱	۱																
۳	هنجار ذهنی <sub>۱</sub>	۱/۵۳	۰/۷۵۶	۱															
۴	کنترل رفتاری <sub>۱</sub>	۱/۵۰	۰/۷۰۳	۰/۷۰۰	۱														
۵	قصدکارآفرینانه <sub>۲</sub>	۱/۲۱	۰/۸۷۶	۰/۶۰۰	۰/۲۶۰	۱													
۶	نگرش <sub>۲</sub>	۱/۲۷	۱/۰۲	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۱۰	۱												
۷	هنجار ذهنی <sub>۲</sub>	۱/۳۰	۰/۷۲۳	۰/۰۸	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۸	۱											
۸	کنترل رفتاری <sub>۲</sub>	۱/۲۳	۰/۶۱۰	۰/۰۴	۰/۰۷	۰/۰۲	۰/۰۸	۰/۷۷	۱										
۹	قصدکارآفرینانه <sub>۳</sub>	۱/۲۸	۱/۸۷	۰/۶۵	۰/۵۹	۰/۳۸	۰/۴۴	۰/۶۳	۰/۴۷	۱									
۱۰	نگرش <sub>۳</sub>	۱/۸۱	۱/۹۵	۰/۵۵	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۳۴	۰/۵۲	۰/۵۸	۰/۳۳	۱								
۱۱	هنجار ذهنی <sub>۳</sub>	۲/۰۰	۲/۰۰	۰/۴۲	۰/۵۰	۰/۷۴	۰/۱۸	۰/۳۱	۰/۲۴	۰/۶۲	۰/۳۲	۱							
۱۲	کنترل رفتاری <sub>۳</sub>	۱/۶۸	۱/۵۰	۰/۴۴	۰/۴۶	۰/۲۴	۰/۶۵	۰/۵۵	۰/۴۳	۰/۲۵	۰/۶۷	۰/۷۴	۰/۶۸	۱					
۱۳	یادگیری	۱/۲۵	۰/۶۰	۰/۱۲	۰/۰۹	۰/۲۱	۰/۰۳	۰/۵۲	۰/۴۹	۰/۳۷	۰/۴۰	۰/۲۷	۰/۰۶	۰/۳۳	۱				
۱۴	منابع	۱/۴۹	۰/۲۳	۰/۱۲	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۴۰	۰/۲۹	۰/۲۶	۰/۳۰	۰/۱۷	۰/۱۷	۰/۲۵	۰/۴۷	۱			
۱۵	الهام‌بخش	۲/۴۹	۱/۶۰	۰/۰۱	۰/۰۸	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۱۰	۰/۲۳	۰/۱۸	۰/۱۷	۰/۱۰	۰/۱۲	۰/۱۱	۰/۳۷	۰/۴۹	۱		
۱۶	سن	۳/۴	۲۲	۰/۱۳	۰/۱۴	۰/۰۸	۰/۰۲	۰/۰۵	۰/۰۶	۰/۱۱	۰/۰۱	۰/۱۶	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۱۵	۰/۰۴	۱		
۱۷	پیشینه‌ی کار	۰/۲۵	۰/۵	۰/۱۲	۰/۲۰	۰/۰۱	۰/۱۰	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۱۲	۰/۱۶	۰/۱۷	۰/۱۰	۰/۱۰	۰/۰۹	۰/۱۳	۰/۱۳	۱	
۱۸	تجربه کارآفرینی	۰/۲۸	۰/۳	۰/۱۵	۰/۰۹	۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۰۷	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۱۱	۱

به منظور بررسی تاثیر متغیرهای مستقل (یعنی نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک شده) بر قصد کارآفرینانه دانشجویان در مرحله پیش‌آزمون اسکور، مدل رگرسیونی هم در پیش‌آزمون  $X^2=145/745$  و پس‌آزمون، از روش تحلیل رگرسیون ترتیبی استفاده شد. بنابراین نتایج به دست آمده و با توجه به معنی دار شدن کای اسکور، مدل رگرسیونی هم در پیش‌آزمون  $X^2=145/745$

لازم به یادآوری است در مرحله پیش آزمون، نگرش و کنترل رفتاری و در مرحله پس آزمون هر سه متغیر مستقل تاثیر معنی داری بر قصد کارآفرینی داشتند. بنابراین فرضیه ۱ تایید می شود. بنابراین نتایج بالایی توان گفت در هر دو مرحله پیش آزمون و پس آزمون نگرش نسبت به کارآفرینی بیشترین تاثیر و هنجارهای ذهنی کمترین تاثیر را بر قصد کارآفرینی دانشجویان داشته است.

( $p=0/000$ ،  $X^2=160/808$ ) و هم در پس آزمون (پس آزمون ۳ نشان داده شده است در مرحله پیش آزمون سه متغیر مستقل یاد شده توانستند ۲۱/۷ درصد از احتمال واریانس قصد کارآفرینی را در مرحله پیش آزمون ( $X^2=0/217$  مک فادن) و ۲۳/۹ درصد از احتمال واریانس قصد کارآفرینی را در مرحله پس آزمون ( $X^2=0/239$  مک فادن) را برآورد کنند.

### جدول ۳- نتایج تحلیل رگرسیون ترتیبی درباره تاثیر متغیرهای انگیزشی بر قصد کارآفرینانه

قصد کارآفرینی در مرحله پس آزمون				قصد کارآفرینی در مرحله پیش آزمون				متغیر پیش بین
p	Wald	S.E	برآورد	p	Wald	S.E	برآورد	
0/006	7/662	0/176	0/486	0/114	2/491	0/171	0/270	هنجارهای ذهنی
0/000	38/630	0/250	1/555	0/000	40/771	0/222	1/416	نگرش نسبت به کارآفرینی
0/000	19/303	0/228	1/046	0/000	30/268	0/275	1/515	کنترل رفتاری درک شده

پیش آزمون: Cox and Snell  $R^2$ pesudo = 0.753 ; Nagelkerke  $R^2$ pesudo = 0.754; McFadden  $R^2$ pesudo = 0.217  
پس آزمون: Cox and Snell  $R^2$ pesudo = 0.787 ; Nagelkerke  $R^2$ pesudo = 0.788; McFadden  $R^2$ pesudo = 0.239

### جدول ۴- نتایج آزمون ویلکاکسون برای تاثیر درس آموزش کارآفرینی

تفاوت	پس آزمون	پیش آزمون	متغیرها
Z	میانگین رتبه‌ای	میانگین رتبه‌ای	
5/818**	53/51	35/66	قصد کارآفرینانه
6/096**	55/91	37/59	هنجار ذهنی
7/149**	56/68	34/19	نگرش
6/987**	60/02	31/64	کنترل رفتاری

\*\* $p < 0.01$  \* $p < 0.05$

( $\beta=0/266$ ،  $p < 0/01$ ) دارد. یعنی هرچه میزان یادگیری از یک دوره ی آموزش کارآفرینی بیشتر باشد، نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی، کنترل رفتار درک شده و قصد کارآفرینانه ی آنان در پایان دوره بیشتر بهبود خواهند یافت. بنابراین فرضیه ۳ الف، ج و د تایید می شوند. اما با توجه به نتایج، فرضیه ی ۳ ب تایید نمی شود. همچنین بنابر نتایج به دست آمده، الهام بخشی و منابع رشد بر هیچ یک از مدل های رگرسیون تاثیر معنی داری ندارند و بنابراین فرضیه های ۴ و ۵ هم تایید نمی شوند.

به منظور بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر متغیرهای نظریه رفتار برنامه ریزی شده از آزمون ویلکاکسون استفاده شد (جدول ۴). نتایج نشان داد که میانگین رتبه‌ای نمره هنجارهای ذهنی ( $Z=6/096$ ،  $p > 0/01$ )، کنترل رفتاری درک شده ( $Z=6/987$ ،  $p > 0/01$ )، نگرش نسبت به کارآفرینی ( $Z=7/149$ ،  $p > 0/01$ ) و قصد کارآفرینی دانشجویان ( $Z=5/818$ ،  $p > 0/01$ ) در پایان دوره در مقایسه با آغاز دوره تفاوت مثبت معنی داری داشته اند. بنابراین فرضیه ۲ هم تایید می شود.

برای بررسی تاثیر سودمندی ناشی از درس های آموزش کارآفرینی بر تغییر متغیرهای نظریه رفتار برنامه ریزی شده پیش و پس از آموزش کارآفرینی از تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی استفاده شد. از میان متغیرهای مستقل تحقیق، متغیرهایی به عنوان پیش بین وارد تحلیل رگرسیون شدند که بر پایه ضریب همبستگی با متغیر وابسته رابطه معنی داری داشتند.

نتایج نشان داد که یادگیری تاثیر مثبتی بر تغییر در نگرش ( $\beta=0/247$ ،  $p < 0/01$ )، تغییر در کنترل رفتاری درک شده ( $\beta=0/256$ ،  $p < 0/01$ ) و تغییر در قصد کارآفرینانه



پژوهش تاثیر معنی دار برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان را تایید می‌کند که با نتیجه بررسی سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷) همخوانی دارد. ولیکن بعضی بررسی‌های دیگر نشان می‌دهند که این برنامه‌ها تاثیر مثبت معنی داری بر قصد کارآفرینانه ندارند و حتی تاثیر آنها منفی نیز می‌باشد (اوستریک و همکاران، ۲۰۱۰). هرچند که ایجاد تغییر معنی دار در هر چهار متغیر نظریه رفتار برنامه ریزی شده بیانگر تاثیر مثبت درس‌های آموزش کارآفرینی و اثربخشی آنها می‌باشد، اما این نکته هم باید مد نظر باشد که نمره میانگین هر چهار متغیر در آغاز دوره به نسبت پایین بوده و بنابراین فضای زیادی برای بهبود عامل‌های انگیزشی و قصد کارآفرینانه ی دانشجویان وجود داشته است.

به طور کلی، افزایش معنی دار میانگین نمره هنجارهای ذهنی ممکن است منعکس کننده این موضوع نیز باشد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر کارهای جمعی و گروهی تاکید داشته اند و فرصت هایی را برای دانشجویان فراهم آورده اند تا شبکه ارتباطی با کارآفرینان و یا دیگر دوستان کارآفرین خود ایجاد کنند. در رابطه با افزایش کنترل رفتاری درک شده، یک تفسیر ممکن می‌تواند این باشد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی فرصت‌های کسب تجربه‌های جایگزین یا جانشینی و تجربه‌های تسلط بر مهارت اجرا شده را برای دانشجویان در خلال دوره‌های آموزشی فراهم آورده باشند.

بر پایه‌ی نظریه‌ی یادگیری اجتماعی (بندورا، ۱۹۷۷، ۱۹۸۶) تجربه تسلط و تجربه جایگزین (یا مدل نقش) دو منبع مهم تقویت خودکارآمدی افراد می‌باشند. بیشتر برنامه‌های آموزش کارآفرینی سعی می‌کنند که بر مولفه "یادگیری همراه با عمل" تاکید کنند (مانند نوشتن طرح کسب و کار) و دانشجویان را در معرض تماس با محیط واقعی بازار قرار دهند. افزون بر این، مدرسان سعی می‌کنند که داستان‌های کارآفرینان موفق را برای دانشجویان بازگو کنند، فیلم‌های آموزشی در این رابطه نمایش دهند و یا کارآفرینان را برای ایراد سخنرانی و گفتگو با دانشجویان به کلاس‌های درس دعوت کنند. همه‌ی این روش‌ها می‌توانند به افزایش کنترل رفتاری درک شده دانشجویان کمک کنند (کریمی و همکاران، ۲۰۱۶).

**جدول ۵-** نتایج تحلیل رگرسیون درباره تغییر در متغیرهای نظریه رفتار برنامه ریزی شده پیش و پس از آموزش کارآفرینی

متغیرهای مستقل	تغییر در نگرش	تغییر در کنترل رفتاری	تغییر در قصد کارآفرینانه
	( $t_2 - t_1$ )	( $t_2 - t_1$ )	( $t_2 - t_1$ )
متغیرهای پیش‌بین یادگیری	۰/۲۴۷*	۰/۲۵۶*	۰/۲۶۶**
منابع رشد $R^2$	۰/۰۴۶	۰/۱۶۸	۰/۰۶۹
$R^2$ تعدیل شده	۰/۰۷۶	۰/۱۴۱	۰/۰۹۴
F	۴/۲۱۰*	۸/۶۸۱**	۵/۲۰۱**

\*\*p<0.01 \*p<0.05

### بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش آن بود تا بر پایه‌ی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده به دو پرسش تحقیق پاسخ دهد: (۱) آموزش کارآفرینی چگونه بر عامل‌های انگیزشی و قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان تاثیر می‌گذارد؟ (۲) سودمندی‌های ناشی از آموزش کارآفرینی چه تاثیری بر عامل‌های انگیزشی و قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان دارد؟ بدین منظور یک پیمایش پیش‌آزمون-پس‌آزمون همراه با یک نمونه از ۱۰۹ شرکت کننده در چهار دانشگاه دولتی در غرب کشور به کار گرفته شد. یافته‌ها با نتایج بررسی‌های پیشین در زمینه تاثیر آموزش کارآفرینی هماهنگ بود، هر چند در مواردی نیز تفاوت‌هایی وجود داشت.

یافته‌ها نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی دانشجویان تاثیر مثبتی دارد. بررسی کریمی و همکاران (۲۰۱۶)، سویتاریس و همکاران (۲۰۰۷) و وبر (۲۰۱۲) هم نتایج این پژوهش را تایید می‌کنند. نتایج همچنین بیانگر تاثیر مثبت و معنی دار برنامه‌های آموزشی بر کنترل رفتاری درک شده دانشجویان بود. کریمی و همکاران (۲۰۱۶)، وبر (۲۰۱۲) و پیترمن و کندی (۲۰۰۳) هم در مطالعات خود به نتایج مشابهی دست یافتند. افزون بر این، نتایج به دست آمده نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی تاثیر مثبتی بر نگرش دانشجویان دارد. پیترمن و کندی (۲۰۰۳) هم توانستند در مطالعه خود این تاثیر را نشان دهند. همچنین این

دانشجویان داشته باشند. هرچند که تحقیقات اندکی در زمینه روش‌های آموزشی مناسب برای بهبود نگرش انجام شده است اما به نظر می‌رسد تأکید بر جنبه‌های مثبت و سودمندی‌های کارآفرینی و بیان داستان‌های کارآفرینان موفق می‌تواند نگرش فراگیران را نسبت به این گزینه شغلی بهبود بخشد (کریمی و همکاران، ۲۰۱۶). درباره روش‌های بهبود کنترل رفتاری درک شده یا خودکارآمدی، اطلاعات مفیدی در دسترس می‌باشد. بنابر نظریه‌ی بندورا (۱۹۹۱) احساس خودکارآمدی یک فرد را می‌توان به چهار طریق تقویت کرد: تجربه تسلط بر مهارت که منظور از آن عملکردهای گذشته‌ی فرد می‌باشد. عملکرد موفقیت‌آمیز احساس کارآمدی را افزایش می‌دهد و شکست سبب کاهش آن می‌شود. تجربه جایگزین یا مدل‌سازی، که به مشاهده رفتار دیگران به عنوان الگو در حین انجام تکلیف اشاره دارد.

به‌گفته بندورا مشاهده افراد همانند خودمان که با تلاش پیگیر به دستاوردهای موفقی دست یافته‌اند، این باور را در مشاهده‌گر تقویت می‌کند که او نیز دارای قابلیت‌هایی است که می‌تواند از عهده فعالیت‌های همسان به نحو موفقیت‌آمیزی برآید. ترغیب اجتماعی منبع دیگری است که حاصل داوری‌های کلامی دیگران در مورد فرد است. بندورا اظهار می‌دارد که افراد با ترغیب و تشویق دیگران نیز می‌توانند متقاعد شوند که دارای مهارت‌ها و قابلیت‌های لازم برای موفقیت می‌باشند. واکنش روانی، واکنش‌هایی هیجانی و روانی ما نسبت به شرایط و وضعیت‌های مختلف نیز نقش مهمی در خود-کارایی ایفاء می‌کند. خلق و خو، حالت‌های هیجانی، واکنش‌های فیزیکی و سطح تنش، همگی می‌توانند بر چگونگی حس یک فرد نسبت به توانایی‌های شخصی خود در یک وضعیت خاص، تأثیر بگذارند. آموزش کارآفرینی می‌تواند با به کارگرفتن روش‌های آموزشی زیر نقش مهمی را در توسعه کنترل رفتاری درک شده یا خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان ایفا کند (سگال و همکاران، ۲۰۰۷):

فعالیت‌های آموزشی که آموزه‌های واقعی و یا واقعیت مجازی را در کلاس‌های درس فراهم می‌کند همانند استفاده از تحقیقات موردی، ایفای نقش و همانندسازی رایانه‌ای، مهارت‌های تصمیم‌گیری را توسعه می‌دهند و

هدف دیگر این تحقیق، بررسی اثرات سودمندی‌های ناشی از برنامه یعنی یادگیری، الهام و منابع بر عامل‌های انگیزشی و قصد کارآفرینانه بود. تنها یادگیری بر تغییر در نگرش، کنترل رفتاری درک شده و قصد کارآفرینانه تأثیر معنی‌دار داشت. ولی الهام‌بخش بودن و منابع با بهبود عوامل انگیزشی و قصد کارآفرینانه رابطه معنی‌داری نداشتند.

این در حالی است که سویتاریس و همکارانش (۲۰۰۷) دریافتند، سخنان الهام‌برانگیز از طرف استادان، همکلاسی‌ها، سخنرانان مدعو یا کارآفرینان با بهبود هنجار ذهنی و قصد کارآفرینانه رابطه معنی‌داری دارد. این نتایج از یک سو بیانگر اهمیت یادگیری درس‌های کارآفرینی است. هر چقدر میزان یادگیری دانشجو افزایش پیدا کند و او احساس کند که دانش و مهارت لازم در زمینه شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، راه‌اندازی و مدیریت یک کسب و کار را در طول دوره کسب کرده است، اراده‌ی او برای کارآفرین شدن بیشتر خواهد شد. از سوی دیگر، نبود رابطه بین الهام‌بخش بودن برنامه‌ها با بهبود عامل‌های انگیزشی و قصد کارآفرینانه می‌تواند مربوط به کمبود رویدادهای الهام‌بخش در درس‌های آموزش کارآفرینی باشد. همان‌گونه که در جدول ۲ آمده است میانگین ارزش برای متغیر الهام‌بخش بودن کمتر از حد متوسط بوده است. درک بهتر این رابطه، نیازمند بررسی بیشتر و دقیق‌تر در تحقیقات آتی می‌باشد.

#### کاربردها و پیشنهادها

از بعد نظری، این پژوهش نشان داد که نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده می‌تواند چارچوب مناسب و سودمندی برای ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزش کارآفرینی فراهم کند. از لحاظ کاربردی، این پژوهش دانش و اطلاعات ارزشمندی را برای افرادی که مسئول تدوین، ارائه و ارزشیابی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی هستند، فراهم می‌کند. یافته‌ها نشان داد که نگرش و کنترل رفتاری درک شده مهم‌ترین تعیین‌کننده قصد کارآفرینی هستند و همانگونه که نتایج نشان داد، این ویژگی‌ها را می‌توان با برنامه‌های آموزش کارآفرینی بهبود داد. بنابراین آموزشگران باید توجه ویژه‌ای به کاربرد روش‌های تدریس مناسب برای بهبود نگرش و کنترل رفتاری درک شده

(کاردون و همکاران، ۲۰۰۹) و برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید رویدادهای هیجانی و الهام‌بخش را در خود تلفیق کرده و از آنها بهره بگیرند (سویتاریس و همکاران، ۲۰۰۷). طراحی برنامه‌های آموزش کارآفرینی همچنین باید مهارت‌های هوش هیجانی را در بر بگیرد تا به دانشجویان این امکان را دهد که در مراحل اولیه فرایند کارآفرینی با درک و تنظیم احساسات خود در راه تحقق اهداف‌شان گام بردارند (کاردون و همکاران، ۲۰۱۲)

محدودیت‌های تحقیق و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

این مطالعه تاثیر کلی برنامه‌های آموزشی را روی قصد کارآفرینانه و عامل‌های انگیزشی ارزیابی و تبیین کرده است، پژوهش‌های آینده لازم است رابطه روش تدریس‌های مختلف و عناصر و اجزای برنامه‌ها را با این عامل‌ها بررسی کنند. همچنین این تحقیق بدون گروه کنترل بود، بنابراین تعیین میزان دقیق تاثیر برنامه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان امکان‌پذیر نبود. هرچند که می‌توان فرض کرد که تفاوت مشاهده شده بین نمره‌های پیش‌آزمون و پس‌آزمون حاصل مشارکت در دروس آموزش کارآفرینی می‌باشد زیرا محتوای این درس‌ها خاص بوده و در برنامه و درس‌های دیگر تکرار نشده است، ولیکن داشتن گروه کنترل دقت یافته‌ها را تقویت خواهد کرد.

در این مطالعه داده‌ها تنها با پرسشنامه و خود-گزارش‌دهی گردآوری شد. در پژوهش‌های آتی می‌توان با کاربرد روش‌های دیگر به افزایش اعتبار و غنای داده‌های به دست آمده کمک کرد. سرانجام این که این پژوهش تنها به بررسی قصد کارآفرینانه پرداخته است و رفتار کارآفرینانه را ارزیابی نکرده است، بنابراین تحقیقات آینده باید بر رابطه بین قصد و رفتار تمرکز کنند. این رابطه بسیار کم مورد بررسی قرار گرفته و نیازمند بررسی‌های بیشتری می‌باشد. بنابراین ضرورت دارد در تحقیقات آینده با استفاده از یک بررسی طولی، تغییرهای ایجاد شده در قصد کارآفرینانه و عامل‌های تعیین‌کننده در طول زمان و همچنین رابطه بین قصد و رفتار کارآفرینانه به طور همه جانبه و دقیق‌تری ارزیابی شود.

اعتماد به نفس کارآفرینانه فرد را با انجام پی در پی یک فعالیت یا مهارت خاص، افزایش می‌دهند. یادگیری مشاهده‌ای یا جایگزین می‌تواند با فعالیت‌های آموزشی مانند دعوت از کارآفرینان موفق برای ایراد سخنرانی در کلاس‌های درس، استفاده از ویدیوها و کلیپ‌های ضبط شده درباره کارآفرینان مشهور، مطالعات موردی، کارآموزی دانشجوی در موسسه‌ها و شرکت‌های کارآفرین و مشارکت در مسابقه‌های طرح کسب و کار، افزایش یابد. اظهار نظر تشویق‌کننده، بازخوردهای مثبت و تمجید دانشجوی، بحث و گفتگوی ترغیب و تشویق‌کننده با آموزشگران و مدرسان می‌تواند حس خودکارآمدی دانشجوی را با ترغیب کلامی و اجتماعی بهبود دهد. این فعالیت‌ها همچنین می‌توانند سطح تنش و نگرانی دانشجوی را کاهش دهند.

یافته‌های تحقیق همچنین نشان دادند که هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینانه تاثیر دارد. هنجارهای ذهنی را می‌توان با برنامه‌های آموزش کارآفرینی بهبود داد. همچنین بعضی از بررسی‌ها نشان داده‌اند که هنجارهای ذهنی افزون بر تاثیر مستقیم بر قصد کارآفرینانه از طریق نگرش و کنترل رفتاری درک شده هم قصد کارآفرینانه را متاثر می‌سازند (کریمی و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین پیشنهاد می‌شود که روش‌ها و محتوای آموزشی که بتوانند این هنجارها را بهبود دهند، در برنامه‌های کارآفرینی گنجانده شوند. همان‌طور که پیشتر بیان شد هنجارهای ذهنی را می‌توان با کارهای گروهی و فراهم آوردن فرصت برای ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین دانشجویان با کارآفرینان، مدل‌های نقش و دیگر دانشجویان کارآفرین، بهبود داد.

نتایج تحقیق همچنین بیانگر نقش یادگیری در بهبود نگرش، کنترل رفتاری و قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان بود. بنابراین، آموزشگران کارآفرینی باید این نکته را مد نظر قرار داده و با استفاده از روش‌های تدریس اثربخش و ارزشیابی مناسب به ارتقای یادگیری فراگیران و در نتیجه به بهبود نگرش و قصد کارآفرینانه‌ی آنان کمک کنند.

بنابر یافته‌های این پژوهش، رویدادهای الهام‌بخش در درس‌های کارآفرینی وضعیت مناسبی ندارند، این در حالی است که بر پایه‌ی بررسی‌های مختلف هیجان و اشتیاق نقش بسیار مهمی در فرایند کارآفرینی ایفا می‌کنند

6-Incubation resources

7-Vicarious experience

8-Mastery experience

9-Social learning theory

10-Social persuasion

11-Psychological Responses

12-Self-report measure

پی نوشت ها

1-Theory of the entrepreneurial event

2-Model of implementing entrepreneurial ideas

3-Theory of Planned Behavior

4-Knowledge corridor

5-Inspiration

منبع ها

کریمی، سعید (۱۳۹۵). نقش خلاقیت در توسعه قصدکارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی غرب ایران. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۸(۳۶)، ۳-۱۶.

Ajzen, Icek (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50: 179-211.

Alberti, A., Sciascia, B., & Poli. (2004). Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate. paper presented at 14th Annual IntEnt Conference. University of Napoli Federico II, Italy.

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*, New York: W. H. Freeman and Company.

Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3): 442-453

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The Nature And Experience Of Entrepreneurial Passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532.

Cardon, M., Foo, M., Shepherd, D., & Wiklund, J. (2012). Exploring the Heart: Entrepreneurial Emotion Is a Hot Topic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (1), 1–10.

Chowdhury, Mohammed. (2007). Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global*, 1(3), 240-251.

Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.

Fayolle, A. (1998). Teaching of Entrepreneurship: Outcomes from an innovative experience. Paper presented at IntEnt98 Conference, Oestrich-Winkel Conference.

Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.

Fayolle, Alain, Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.

Fretschner, M., & Weber, S. (2013). Measuring and Understanding the Effects of Entrepreneurial Awareness Education. *Journal of Small Business Management*, 51 (3), 410–28.

- Gimeno, J., Folta, T., Cooper, A., Woo, C., 1997. Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative Science Quarterly* 42 (4), 750–783.
- Gwynne, P. (2008). More Schools Teaching Entrepreneurship. *Research Technology Management* 51(2), 6–8.
- Iakovleva, T. Kolvereid, L., Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education and Training* (53) 5
- Johannisson, B. (1991). University training for entrepreneurship: a Swedish approach. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3 (1), 67–82.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Mahdei, K. N., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2015). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, doi: 10.1002/ijop. 12209
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J. A., & Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). "Entrepreneurial potential & potential entrepreneurs," *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(3): 91-104.
- Krueger, N. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5–24
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
- Moro, D., Poli, A., Bernardi, Ch. (2003). Training and leading the future entrepreneur: a field experience," Paper presented at the XX IASP World Conference on Science and Technology Parks, 1-4 June.
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I. & Neame, C. (2016). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*.

Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation,” *European Economic Review*, 54(3), 442-454.

Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students’ Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 28(2), 129-144.

Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.

Segal, G., Schoenfeld, J., & Borgia, D. (2007). Which classroom-related activities enhance students' entrepreneurial interests and goals? A Social Cognitive Career Theory perspective. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(2), 79-98.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226

Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar, Cheltenham, UK.

Shapiro, A., Sokol, L., (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In: Kent, C., Sexton, D., Vesper, C. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prectice-Hall, Englewood Cliffs.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.

Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective. In: Katz, J., Brockhaus, R. (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. JAI Press, Greenwich, CT.

von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112.

Weber, R. (2012). *Evaluating Entrepreneurship Education*. Munich: Springer



## **The Impact of Entrepreneurship Education and its Benefits on Entrepreneurial Intentions of Agricultural Students in West Iran Universities**

**S. Karimi<sup>1</sup>, F. Molamirzaei<sup>2</sup>, R. Movahedi<sup>3</sup>**

1- Assistance professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

2- Graduate Student of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

3- Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Iran

### **Abstract**

Entrepreneurship education is a fast growing area and a hot topic in colleges and universities all around the world, and its supposed benefits have been much praised by researchers and educators; nevertheless, the outcomes and effectiveness of entrepreneurship education programs have remained largely untested. Building on the theory of planned behavior, an ex-ante and ex-post survey was used to assess the impact of entrepreneurship education programs on students' entrepreneurial intentions and also to explore the benefits of these programs. Data were collected by a questionnaire from a sample of 109 participants in entrepreneurship courses at four universities (Bu-Ali Sina, Kordestan, Shahrekord, Ilam). Entrepreneurship education had significant positive impacts on motivational factors (i.e., subjective norms, attitudes and perceived behavioral control) and students' entrepreneurial intentions. Moreover, from the three entrepreneurship education-related benefits (i.e., learning, inspiration and resources) learning proved to be associated with the increase in perceived behavioral control, entrepreneurial attitudes intentions. In total, this study shows the theory of planned behavior can provide a useful framework to assess the effectiveness of entrepreneurship education.

**Index Terms:** Entrepreneurship education, Entrepreneurial intentions, Theory of planned behavior, Learning, Inspiration

**Corresponding Author:** S. Karimi

**Email:** skarimi@basu.ac.ir

**Received:** 22/02/2016 ; **Accepted:** 07/11/2016