



## بررسی عوامل مؤثر بر نيات کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه ایلام

### مرضیه معرف<sup>۱</sup>، رویا اشراقی<sup>۲</sup>

#### چکیده

این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر نيات کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه ایلام و در چارچوب کلی تحقیقات پیمایشی به انجام رسیده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه دانشجویان دانشگاه ایلام به تعداد ۶۰۰۰ نفر بودند که تعداد ۳۶۱ نفر از آنان به کمک جدول کرجسی و مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شده و با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد مطالعه، قرار گرفتند. به منظور تشخیص پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقدار ضریب محاسبه شده برابر با ۰/۹۶ بود که برای انجام تحقیق قابل قبول می‌باشد. روایی محتوایی پرسشنامه نیز با نظرخواهی از کارشناسان مرتبط با موضوع تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS<sup>۲۲</sup> انجام گرفت. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه توأم جهت بررسی نقش متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته نيات کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه ایلام نشان داد که متغیرهای مستقل آموزش‌های کارآفرینی، کسب موقعیت اجتماعی، ریسک‌پذیری و باور به خودکارآمدی از نظر آماری معنی‌دار می‌باشند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، قصد و نیت، نيات کارآفرینانه، دانشجویان.

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام

<sup>۲</sup> استاد بخش مدیریت کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام



## مقدمه

در حال حاضر، توسعه کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی به عنوان سیاستی کلیدی پیش روی کشورها قرار گرفته و توسعه استعدادها کارآفرینانه، برای نوآوری و پایداری مزیت رقابتی در اقتصاد جهانی اهمیت ویژه‌ای دارد (Judy et al., ۲۰۰۹). امروزه باید کارآفرینی را به عنوان یکسری ذهنیات در نظر گرفت، چنین رویکردی جدا از زمینه کسب و کار و اقتصاد بیان می‌کند که هر کسی می‌تواند به روش کارآفرینانه فکر و عمل کند (Fuchs, ۲۰۱۳). از دو طریق می‌توان کارآفرینی را اندازه‌گیری کرد. اولاً کارآفرینی واقعی که دلالت بر افرادی دارد که به طور واقعی کسب و کاری را آغاز کرده‌اند و دوماً، کارآفرینی پنهان و یا همان قصد و نیت کارآفرینانه که دلالت بر افرادی دارد که قصد آغاز کسب و کاری را دارند. کارآفرینی فرآیندی ارادی و از روی قصد است که تعداد زیادی از آن نیت حداقل یک سال قبل از ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، تشکیل شده‌اند. این تعریف بر وجود رابطه بین کارآفرینی و نیت کارآفرینانه، اذعان دارد (طالبی و زارع یکتا، ۱۳۸۷).

در تعریفی دیگر کارآفرینی به عنوان رفتاری تعریف شده است که مبتنی بر قصد و اراده آگاهانه می‌باشد. به عبارت دیگر، پیش از آنکه فرد اقدام به رفتار (عمل) کارآفرینانه نماید، باید قصد اقدام داشته باشد بنابراین قصد کارآفرینانه یک پیش نیاز ضروری برای رفتارهای کارآفرینانه است و به عنوان بهترین پیش بینی کننده رفتار کارآفرینانه می‌باشد، لذا افراد قبل از اینکه وارد عرصه کارآفرینی شوند، باید قصد کارآفرینانه در آن‌ها شکل بگیرد (Henley, ۲۰۱۲).

هر رفتاری از جمله کارآفرینی به یک سری برنامه ریزی نیاز دارد که می‌توان آن را از طریق قصد و نیت پیش‌بینی کرد. تأکید محققین کارآفرینی عموماً بر این است که رفتار کارآفرینانه بر اساس قصد و نیت می‌باشد و بهترین پیش‌بینی کننده رفتار، قصد و نیت می‌باشد. به طور کلی قصد کارآفرینانه به عنوان حالت هوشیار ذهن تعریف می‌شود که توجه و رفتار فرد را به سمت رفتار کارآفرینانه برنامه ریزی شده و آغاز یک کسب و کار به عنوان هدف هدایت می‌کند (زالی و همکاران، ۱۳۸۹).

یکی از چالش‌های پیشروی جوامع مختلف، دانش‌آموختگانی هستند که توانایی فردی و مهارت لازم برای راه‌اندازی کسب و کار ندارند. این امر، آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری می‌سازد. آنچه که مسلم است، این آماده‌سازی نباید بعد از فارغ‌التحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر، لازم است طی فرآیند و حین تحصیل، مقدمات لازم فراهم گردد و موانع و محدودیت‌ها برطرف شوند. یکی از مهمترین این اقدامات تحت تأثیر قرار دادن نگرش و نیت کارآفرینانه دانشجویان است (امیری و مرادی، ۱۳۸۷).

از آنجا که کارآفرینی فعالیتی است که منجر به ایجاد فرصت‌های معنی‌داری برای افراد در جهت دستیابی به استقلال مالی و اقتصادی از طریق افزایش نوآوری‌ها و فرصت‌های جدید کسب و کار می‌گردد، تغییر رویکرد دانشجویان و دانش‌آموختگان از کارجویی به کارآفرینی نیز به سبب درک همین مطلب است که در دنیای امروز دانش‌آموخته‌ها نسبت به سایرین دارای مزیت رقابتی هستند که پا از حوزه دانش و محفوظات خود فراتر می‌گذارند و در حل مسایل عملی آن محدوده تخصصی، مهارت پیدا می‌کنند و موفق عمل می‌کنند (Souitaris et al., ۲۰۰۷).

اکثر محققان کارآفرینی معتقدند که بخش عمده‌ای از آنچه که فعالیت کارآفرینی نامیده می‌شود، نتیجه مستقیم نیت افراد و فعالیت‌های متعاقب آن است که در طول یک دوره زمانی مشخص، قابل ملاحظه می‌باشد (Crosby et al., ۲۰۰۱). به طور کلی، نیت کارآفرینانه به عنوان یک حالت و احساس آگاهانه قبل از عمل است که شخص را به سوی هدفی مشخص مانند ایجاد یک کسب و کار جدید (رفتار کارآفرینانه) هدایت می‌کند. در طول چهار دهه گذشته، توجه زیادی به درک عوامل مؤثر بر نیت افراد برای درگیر شدن در فعالیت کارآفرینی یا راه‌اندازی یک کسب و کار جدید شده است (Zhao et al., ۲۰۱۰).

برای پیشبرد توسعه کارآفرینی در میان دانشجویان، لازم است با ارایه تعالیم و آموزش‌های مناسب، قصد و نیت دانشجویان به سمت کارآفرینی، هدایت شود که این امر خود مستلزم شناخت قصد و نیت کارآفرینانه و عوامل مؤثر بر آن است. از جایی که نیت بهترین پیش‌بینی کننده برای رفتار برنامه‌ریزی شده مانند کارآفرینی است می‌تواند برای پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه در بین دانشجویان و تبیین نحوه تصمیم‌گیری برای راه‌اندازی کسب و کار شخصی به کار برده شود. نیاز به کارآفرینی به عنوان منبعی از توسعه اقتصادی، افزایش درآمد و بهبود رفاه جامعه ایجاب می‌کند که راهبردهای تدریس، نیت و نگرش دانشجویان به ایجاد کسب و کار و خود اشتغالی را مورد توجه قرار داد، لذا این مقاله بدنبال پاسخگویی به این سؤال اصلی است که عوامل تأثیرگذار بر نیت کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه ایلام کدامند؟



بارانی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان رشته مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور کرمانشاه پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده از مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین نگرش درباره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه وجود دارد. به زعم نویسندگان مقاله، متغیر نگرش درباره کارآفرینی بیشترین اثر مستقیم را بر نیت کارآفرینانه داشته و از طریق نیت کارآفرینانه بیشترین اثر غیرمستقیم را بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان گذاشته است. آنان معتقدند که به دلیل وجود رابطه علی میان نگرش، نیت و رفتار می‌توان استدلال کرد که آموزش بر نیت و رفتار کارآفرینانه نیز اثر مثبتی خواهد داشت. آنان در مطالعه خود به این نتیجه دست یافتند دانشجویانی که در دوره‌های آموزشی کارآفرینی شرکت کرده بودند نسبت به گروهی که در دوره‌های یادشده شرکت نکرده بودند از نگرش مطلوب‌تری درباره فعالیت‌های کارآفرینانه برخوردار بوده، هنجارهای ذهنی همسوتری با راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و مخاطره آمیز داشته‌اند و باور به خودکارآمدی در آن‌ها بالاتر بوده است و از طرفی با نیت قوی‌تری برای راه‌اندازی، حفظ و گسترش کسب و کار (رفتار کارآفرینانه) تلاش کرده‌اند.

عربیون و همکاران (۱۳۸۸) مطالعه‌ای با عنوان تبیین عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان، انجام دادند. این مطالعه به شناسایی سطح گرایش‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان و تبیین عوامل مؤثر بر آن بر مبنای پارادایم تحقیقات کمی، انجام شد که از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات توصیفی، بر پایه راهبرد پیمایش بود. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان حضوری دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۹ بودند که بر پایه جدول مورگان نمونه‌ای با حجم ۱۳۲ نفر انتخاب گردید که بر مبنای روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب شدند. از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌های تحقیق استفاده شد. اعتبار محتوایی و ظاهری گویه‌های پرسشنامه از طریق اعضای هیأت علمی متخصص و قابلیت اعتماد آن نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۶) تأیید شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که شش عامل ترجیحات شغلی، مطلوبیت فردی و خانوادگی، کارآمدی اجتماعی، کسب موقعیت اجتماعی، انگیزه اقتصادی و روحیه کارآفرینی توانسته‌اند ۶۸/۳۳ درصد از تغییرات گرایش کارآفرینانه دانشجویان را تبیین کنند.

در مطالعه‌ای، گوئررو و همکاران (۲۰۱۲) گرایش و امکان بروز رفتار و نیت کارآفرینانه را در میان دانشجویان کاتالونیا بررسی کردند و در نهایت به این نتیجه رسیدند که بیشتر دانشجویان به ایجاد یک کار جدید علاقه‌مند بودند، در حالی که به توانایی خود در اجرای آن شک داشتند. نتیجه مطالعه (Souitaris&et.al, ۲۰۰۷) در رابطه با بررسی نقش برنامه‌های آموزشی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی به طور معنی‌داری باعث افزایش قابلیت‌های کارآفرینی و نیت کارآفرینانه دانشجویان در جهت ایجاد یک کسب و کار جدید یا خود اشتغالی می‌شود. مطالعه (Moriano&et.al, ۲۰۰۶) در رابطه با گرایش‌های کارآفرینانه دانشجویان اسپانیایی نشان داد که متوسط گرایش کارآفرینانه در بین دانشجویان اسپانیایی کمتر از میانگین، برآورد گردیده و دانشجویان از سطح پایینی از گرایش کارآفرینانه برخوردار بودند و اغلب به خدمت در یک سازمان دولتی یا شرکت خصوصی تمایل داشته‌اند تا راه‌اندازی یک کسب و کار شخصی.

نتیجه پژوهش ژائو و همکاران (۲۰۰۵) در زمینه بررسی نقش خودکارآمدی در توسعه رفتار کارآفرینانه در دانشجویان نشان می‌دهد که آموخته‌های به دست آمده از دوره‌های کارآفرینی، تجربیات قبلی کارآفرینی و گرایش به ریسک در احساس خودکارآمدی و نیت کارآفرینی و در نهایت رفتار کارآفرینانه اثرگذار می‌باشد. ضمن این که آن‌ها دریافتند میزان رفتار کارآفرینانه در زنان پایین‌تر از مردان بوده است.

## روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ درجه کنترل میدانی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. روش تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است. متغیر وابسته این تحقیق نیت کارآفرینانه دانشجویان و متغیرهای مستقل شامل نگرانی از پیدا کردن شغل دولتی، عملیاتی کردن آموخته‌های حین تحصیل، عدم رضایت از شغل قبلی، ریسک‌پذیری، افزایش درآمد، خوداشتغال بودن والدین، انتظارات اعضای خانواده از شرایط خوب مالی، انعطاف‌پذیری در ساعات کار، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی، تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی، آموزش‌های کارآفرینی، گریز از زندگی یکنواخت و معمولی، توفیق‌طلبی، عملیاتی کردن ایده‌ها (نوآوری)، دستیابی به استقلال، کسب موقعیت اجتماعی و باور به خودکارآمدی بودند. جامعه آماری



این تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه ایلام، بالغ بر ۶۰۰۰ نفر بود. برای انتخاب نمونه از این جامعه آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب استفاده گردید و حجم نمونه با استفاده از انجام مطالعه مقدماتی و جدول کرجسی و مورگان، ۳۶۱ نفر برآورد گردید. ابزار تحقیق در عملیات میدانی پرسشنامه بود. با توجه به ماهیت و اهداف تحقیق، روایی صوری پرسشنامه بررسی شد. بدین منظور، پرسشنامه مقدماتی در اختیار کارشناسان و متخصصین قرار داده شد و پس از نظرخواهی آن‌ها اصلاحات لازم انجام گردید. همچنین به منظور تشخیص پایایی پرسشنامه، نمونه‌ای آماری مشابه با جامعه آماری و به تعداد ۳۰ نفر انتخاب و پس از تکمیل پرسشنامه، با استفاده از نرم‌افزار SPSS/Win، مقدار ضریب کربناخ آلفا ۰/۹۶ محاسبه شد که برای انجام تحقیق قابل قبول می‌باشد.

## یافته‌ها

### ویژگی‌های پاسخگویان

متوسط سنی دانشجویان مورد مطالعه ۲۵ سال بود. از نظر ترکیب جنسیتی ۶۷/۶ درصد از پاسخگویان مرد بود و ۳۹/۷ درصد از آنان، متأهل بودند. متوسط درآمد ماهیانه خانواده پاسخگویان ۱/۵ میلیون و تنها اعضای خانواده ۱۴/۸ درصد آن‌ها دارای کسب و کار خصوصی بودند. از نظر میزان گرایش و علاقه دانشجویان به ایجاد کسب و کار جدید ۴۱/۴ درصد در سطح خیلی کم، ۱۸ درصد در سطح کم، ۱۵/۶ درصد در سطح متوسط، ۱۳/۴ درصد در سطح زیاد و ۱۱/۶ درصد در سطح خیلی زیاد به راه‌اندازی کسب و کار علاقه داشته‌اند.

### آمار تحلیلی (استنباطی)

#### نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن

بررسی ضریب همبستگی اسپیرمن نشان داد که بین متغیرهای مستقل نگرانی از پیدا کردن شغل دولتی، عملیاتی کردن آموخته‌های حین تحصیل، عدم رضایت از شغل قبلی، ریسک پذیری، افزایش درآمد، خوداشتغال بودن والدین، انتظارات اعضای خانواده از شرایط خوب مالی، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی، تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی، آموزش‌های کارآفرینی، توفیق طلبی، عملیاتی کردن ایده‌ها (نوآوری)، دستیابی به استقلال، کسب موقعیت اجتماعی، باور به خودکارآمدی و متغیر وابسته نیت کارآفرینانه دانشجویان، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۱): خلاصه نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن برای تعیین رابطه بین متغیرهای تحقیق

| P     | r <sub>s</sub> | متغیر دوم                 | متغیر اول                                    |
|-------|----------------|---------------------------|--|
| ۰/۰۰۰ | ۰/۲۹۷**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | نگرانی از پیدا کردن شغل دولتی                |
| ۰/۰۱۲ | ۰/۸۰۵ *        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | عملیاتی کردن آموخته‌های حین تحصیل            |
| ۰/۰۲۶ | ۰/۵۵۴ *        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | عدم رضایت از شغل قبلی                        |
| ۰/۰۱۱ | ۰/۷۶۲ *        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | ریسک پذیری                                   |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۲۲**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | افزایش درآمد                                 |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۳۹۵**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | خوداشتغال بودن والدین                        |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۳۷۵**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | انتظارات اعضای خانواده از شرایط خوب مالی     |
| ۰/۵۶۹ | ۰/۰۵۰          | نیت کارآفرینانه دانشجویان | انعطاف پذیری در ساعات کار                    |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۵۶۶**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی                  |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۰۸**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۲۳۶**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | آموزش‌های کارآفرینی                          |
| ۰/۵۸۷ | ۰/۰۷۴          | نیت کارآفرینانه دانشجویان | گریز از زندگی یکنواخت و معمولی               |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۳۴۶**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | توفیق طلبی                                   |
| ۰/۰۰۳ | ۰/۳۸۵**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | عملیاتی کردن ایده‌ها (نوآوری)                |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۹۲**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | دستیابی به استقلال                           |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۲۵۶**        | نیت کارآفرینانه دانشجویان | کسب موقعیت اجتماعی                           |



|       |         |                            |                     |
|-------|---------|----------------------------|---------------------|
| ۰/۰۰۱ | ۰/۳۹۱** | نیات کارآفرینانه دانشجویان | باور به خودکارآمدی  |
|       |         | $p \leq 0/05 = **$         | $p \leq 0/01 = ***$ |

### نتایج حاصل از برآورد تحلیل رگرسیون چندگانه

در پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته نیات کارآفرینانه دانشجویان از تحلیل رگرسیونی چندگانه استفاده شده است. نتایج حاصل از برآورد تحلیل رگرسیون چندگانه در جدول (۲) گزارش شده است. همانگونه که در جدول (۲) مشاهده می شود ضریب همبستگی چندگانه رگرسیون برآورد شده  $R=0/756$  و مقدار ضریب تعیین  $R^2=0/711$  می باشد. ضریب تعیین تعدیل شده نیز  $R^2=0/702$  است. معنی دار بودن رگرسیون چندگانه نیز توسط  $F$  محاسبه شده که در سطح ۹۹ درصد  $(Sig=0/000)$  معنی دار است.

جدول (۲): نتایج برآورد متغیرهای رگرسیون چندگانه

| Sig   | t      | Beta   | خطای استاندارد B     | B      | متغیر                 |
|-------|--------|--------|----------------------|--------|-----------------------|
| ۰/۰۰۰ | ۰/۰۷۱  | -      | ۰/۱۶۴                | ۰/۰۱۷  | عدد ثابت              |
| ۰/۲۰۱ | -۱/۲۹۰ | -۰/۱۱۴ | ۰/۰۸۱                | -۰/۱۲۷ | عدم رضایت از شغل قبلی |
| ۰/۰۰۰ | ۷/۲۱۴  | ۰/۴۵۷  | ۰/۰۵۸                | ۰/۴۱۲  | آموزش‌های کارآفرینی   |
| ۰/۰۰۰ | ۸/۲۵۲  | ۰/۶۱۹  | ۰/۰۵۴                | ۰/۴۳۲  | کسب موقعیت اجتماعی    |
| ۰/۰۰۰ | ۹/۹۲۶  | ۰/۴۲۶  | ۰/۰۶۹                | ۰/۶۷۶  | ریسک پذیری            |
| ۰/۰۰۳ | ۲/۶۵۷  | ۰/۱۵۶  | ۰/۰۰۸                | ۰/۰۱۸  | باور به خودکارآمدی    |
|       |        | ۰/۷۰۲  | ADJUSTED $R^2=0/711$ | $R^2=$ | ۰/۷۵۶ $R=$            |
|       |        |        |                      | ۰/۰۰۰  | $(Sig=126/415F=$      |

مأخذ: یافته‌های تحقیق \* : سطح معنی داری پنج درصد \*\* : سطح معنی داری یک درصد

از مجموع ضرایب برآورد شده مربوط به متغیرهای توضیحی، ضریب مربوط به متغیر توضیحی عدم رضایت از شغل قبلی از نظر آماری معنی دار نمی باشد و ضرایب مربوط به متغیرهای توضیحی آموزش‌های کارآفرینی، کسب موقعیت اجتماعی، ریسک پذیری و باور به خودکارآمدی از نظر آماری معنی دار می باشند. معادله رگرسیون چندگانه نیات کارآفرینانه دانشجویان به صورت ذیل است:

$$y = 0/017 + 0/412X_1 + 0/432X_2 + 0/676X_3 + 0/18X_4$$

که در آن  $y$  نیات کارآفرینانه دانشجویان،  $x_1$  آموزش‌های کارآفرینی،  $x_2$  کسب موقعیت اجتماعی،  $x_3$  ریسک پذیری و  $x_4$  باور به خودکارآمدی است.

### بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله به بررسی عوامل مؤثر بر نیات کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه ایلام پرداخته است. با به‌کارگیری داده‌های به‌دست آمده از ۳۶۱ دانشجو دوره روزانه دانشگاه ایلام، نتایج نشان داد بیشتر دانشجویان گرایش خیلی کمی به راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه دارند که در پژوهش مورینانو و همکارانش (۲۰۰۶) نیز نتیجه بالا گزارش شده بود.

نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای آموزش‌های کارآفرینی، کسب موقعیت اجتماعی و ریسک پذیری و باور به خودکارآمدی ۷۰/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته نیات کارآفرینانه دانشجویان را تبیین می‌کنند. تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر متغیر وابسته را نتایج مطالعات بارانی و همکاران (۱۳۸۹) و سوریتاس و همکاران (۲۰۰۷) نیز تأیید می‌کند. تأثیر کسب موقعیت اجتماعی بر نیات کارآفرینانه نیز با نتایج پژوهش عربیون و همکاران (۱۳۸۸) مطابقت دارد و تأثیر متغیر ریسک‌پذیری و باور به خودکارآمدی بر نیات کارآفرینانه نیز با نتایج مطالعه ژائو و همکاران (۲۰۰۵)، مطابقت دارد. در راستای نتایج پژوهش پیشنهادها زیر ارائه می‌شود.



- ۱- بهره‌گیری از تکنیک‌های تدریس متناسب با آموزش کارآفرینی مانند تفکر خلاق، پروژه کسب و کار و دیدگاه‌های فراگیر محور جهت درگیر نمودن عملی دانشجویان در فرایندهای کارآفرینی و کسب و کار می‌تواند ذهنیت بهتری در دانشجویان برای گرایش به کسب و کارهای کارآفرینانه ایجاد کند همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی تکمیلی با مضمون کارآفرینی عملی می‌تواند در راستای بهبود گرایش، قصد و نیت کارآفرینانه دانشجویان عمل کند.
- ۲- بهره‌گیری از الگوهای آموزشی مبتنی بر استاد شاگردی (کارورزی دانشجویان در یک دوره تجربی) نزد کارآفرینان موفق به منظور الهام‌گیری عملی از تجربیات کسب و کار، می‌تواند انگیزه‌ها و خلاقیت‌های کارآفرینانه آن‌ها را بیشتر هدایت کند.
- ۳- دعوت از کارآفرینان موفق و برتر برای حضور در کلاس جهت طرح آموزه‌های عملی خود در فرایند کسب و کار می‌تواند دانش و نگرش دانشجویان را نسبت به مقوله کارآفرینی به شیوه‌ای بهتر هدایت کند، همچنین بازدید از کسب و کارهای کارآفرینانه جهت آشنایی نزدیک با فرایند کسب و کار، نگرش و نیت دانشجویان را به خوداشتغالی بهبود می‌بخشد.
- ۴- برگزاری جشنواره‌هایی با موضوع‌های مرتبط با کارآفرینی و ایده‌های برتر کسب و کار و یا برگزاری مسابقه با موضوع طرح‌های برتر کسب و کار در بین دانشجویان جهت تشویق و درگیری ذهنی و عملی آن‌ها می‌تواند در برانگیختن نگرش و ذهنیت کارآفرینانه در بین آن‌ها مؤثر باشد.
- ۵- ایجاد ساختارهای انعطاف‌پذیر و خلاق در محیط دانشگاه‌ها جهت مشاوره شغلی و حرفه‌ای به دانشجویان جهت بالا بردن روحیه ریسک‌پذیری برای تسریع در فرایند شروع کسب و کار خود، باعث تقویت میل و گرایش‌های کارآفرینانه آن‌ها می‌شود، همچنین ترغیب اساتید دانشگاهی به حضور در چنین مکان‌هایی جهت انتقال تجربیات عملی خود به دانشجویان ضمن افزایش اعتبار این مراکز، تشویق دانشجویان به حضور و بهره‌گیری مؤثرتر از چنین مشاوره‌هایی را در پی دارد.

#### منابع

- امیری، ع و مرادی، ی. (۱۳۸۷). نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۴۹(۳): ۶۷-۴۹.
- بارانی، ش، زرافشانی، ک، ودل انگیزان، س و حسینی لرگانی، م (۱۳۸۹)، تاثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۷، صص ۱۰۵-۸۵.
- زالی، م، و رضوی، م، و نائیج، الف، ویدالهی، ج. (۱۳۸۹)، ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران، تهران، انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- طالبی، ک و زارع، ی، (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکتهای کوچک و متوسط (SMSs) دانش‌بنیان. توسعه کارآفرینی، ۱(۱): ۱۳۱-۱۱۱.
- عربیون، الف و، عبدالله زاده، غ و، شریف زاده، الف (۱۳۸۸)، تبیین عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره های ۱۷ و ۱۸، صص ۱۳۸-۱۵۷.

Crosby, C., Prentice, C., Weber, J., and Hengesh, J. (۲۰۰۱). Pale seismic and geomorphic evidence for Quaternary fault slip on the Central Range and Los Banjos Faults, South American-Caribbean plate boundary, Transactions: ۱۰ years of pale seismology, International Lithosphere Project, Kaikoura, New Zealand.

Fuchs, Werner, Wallau. Entrepreneurship education in Germany and Sweden: what role do different school systems play? Journal of Small Business and Enterprise Development. ۲۰۱۳; ۱۵ (۲), ۳۶۵-۸۱.

Guerrero M., J. Rialp & D. Urbano (۲۰۱۲). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. Estudios De Economia Aplicada, Vol. ۲۴ ,NO ,۲ pp ۵۰۹-۵۲۳.



Henley, A. (۲۰۱۲) From entrepreneurial aspiration and transition to business start up: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship and Regional Development*, ۱۹(۳), ۲۵۳-۲۸۰.

Judy,D; Jessica,K; Patty,R. The impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. In: SEAANZ Brisbane Entrepreneurship as the Way of the Future, ۲۰۰۹. ۲۶ - ۲۹, QUT, Brisbane, QLD.

Moriano, J. A., Palaci, F. J., & Morales, J. F. (۲۰۰۶). The entrepreneurial intention of university student in Spain. UNED. Spain.

Souitaris, V., Zarbinati, S., and Allaham, A. (۲۰۰۷). Do Entrepreneurship intention programmers raise Entrepreneurial intention of science and engineering student? The effect of learning inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, ۲۲, ۵۶۶-۵۹۱.

Zhao, H., Siebert, S. E., & Lumpkin, G. T. (۲۰۱۰). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, ۳۶, ۳۸۱ - ۴۰۴.