

تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

راضیه طهماسبی^۱ مرتضی اکبری^۲ مجتبی هوشمندزاده^۳ و اعظم آهانگر سله‌بنی^۴

چکیده: بیکاری یکی از بزرگ‌ترین معضلات اجتماعی کشور است که مسائل اجتماعی گوناگونی را با خود به همراه می‌آورد. یکی از راهکارهای کاهش آن ارائه مهارت‌های لازم به افراد است تا بتوانند به‌صورت خودانگیخته کسب و کار راهاندازی کنند. آموزش کارآفرینی می‌تواند بر قصد افراد به راهاندازی کسب‌وکار تأثیر گذارد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران است. روش تحقیق حاضر به‌صورت توصیفی - پیمایشی است و جامعه آماری دانشجویان حضوری ۲۴۵ نفر و دانشجویان مجازی ۹۰۰ نفر است که تعداد ۲۳۹ نفر از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. تحلیل تحقیق با استفاده از نرم‌افزار SPSS و با استفاده از معادلات ساختاری و کاربردی انجام شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین دانشجویان حضوری و مجازی در خصوص نگرش، کنترل رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان مجازی نسبت به دانشجویان حضوری در هر متغیر قوی‌تر هستند. درواقع، دانشجویان مجازی قوی‌تر از دانشجویان حضوری رفتار کارآفرینانه را از خود بروز می‌دهند. دانشجویان حضوری شاغل در دو متغیر کنترل رفتار ادراک‌شده و رفتار کارآفرینانه نسبت به گروه حضوری غیرشاغل قوی‌تر بوده‌اند. در گروه دانشجویان مجازی شاغل و غیرشاغل فقط برای کنترل رفتار ادراک‌شده تفاوت معناداری مشاهده شده و و این متغیر در گروه مجازی غیرشاغل قوی‌تر است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، اشتغال، کنترل رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینی، آموزش رسمی، آموزش غیررسمی، رفتار کارآفرینانه.

۱. کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران. rz.tahmaseby@ut.ac.ir
۲. عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). mortezaakbari@ut.ac.ir
۳. کارشناس ارشد کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران. mjhooshmand@hotmail.com
۴. محقق دکترا، مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران و دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی. aahangar@ut.ac.ir

(دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۰/۱۴)

(پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۶/۱۵)

DOI: 10.22047/ijee.2017.72062.1433

۱. مقدمه

کارآفرینی به‌عنوان راه‌حلی برای بهبود اقتصاد در کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته مطرح شده است. همچنین، معمولاً اذعان می‌شود که رابطه مثبتی بین کارآفرینی و رشد اقتصادی وجود دارد (Packham et al., 2010). کارآفرینی بخش حیاتی هر جامعه و نیروی محرکه‌ای برای اشتغال، رشد و رقابت بیشتر است. این عوامل در هر برنامه راهبردی از اولویت بالایی برخوردار است. بنابراین پرسش‌هایی مانند اینکه رفتار کارآفرین از چه چیزی سرچشمه می‌گیرد، به چه وسیله‌ای تحریک می‌شود و چگونه افزایش می‌یابد مسئله مهمی برای تحقیقات نظری و تجربی است (Pfeifer et al., 2007).

همان‌طور که سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۰۶) گزارش کرده است، کارآفرینان در سراسر جهان به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید بر اساس فرصت‌ها و ضرورت‌ها می‌پردازند. عوامل بسیاری بر موفقیت کارآفرینان اثرگذار است، اما آموزش عاملی است که به‌سادگی خروجی‌های کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Sluis et al., 2008). افزایش برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و همچنین افزایش سطوح منابع تخصیص داده‌ها به این مورد سبب افزایش توجه درخصوص کارایی و اثربخشی این‌گونه برنامه‌ها شده است. به دلیل تأثیر مستقیم (کسب‌وکارهای جدید) و غیرمستقیم (افزایش روحیه کارآفرینانه) برنامه‌های آموزشی، تعدادی از محققان راه‌هایی را برای ارزیابی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ایجاد کرده‌اند (Fayolle et al., 2006 -A).

آموزش کارآفرینی به دلایل متعدد مورد توجه قرار گرفته است. نخست، اینکه توسعه طرح کسب‌وکار به دانشجویان این اجازه را می‌دهد که به ترکیب حسابداری امور اقتصادی و مالی، بازاریابی و دیگر موارد کسب‌وکار بپردازند. دوم، آموزش کارآفرینی می‌تواند تأسیس کسب‌وکارهای جدید را افزایش دهد. سوم، آموزش کارآفرینی می‌تواند به بهبود انتقال فناوری از دانشگاه‌ها به بازار کار کمک کند. چهارم، آموزش کارآفرینی پل ارتباطی بین کسب‌وکارها و مراکز دانشگاهی است و در آخر اینکه، چون هیچ رویکرد مجموعه‌ای برای آموزش کارآفرینی وجود ندارد و چون کارآفرینی به‌طور کلی خارج از حد و مرزهای سنتی آموزشی قرار می‌گیرد، تجربه برنامه‌های آموزشی را ممکن ساخته است (Charney et al., 2000).

از میان شاخص‌های محیطی دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ (۱۳۸۸) «دسترسی به تحصیلات رسمی و آموزش کارآفرینی» برای جوانان با درک قابلیت آنها برای راه‌اندازی کسب‌وکار مؤثر است. زیرا اگر فرد آموزش‌دیده باشد و از لحاظ دانش و اطلاعات مربوط به کارآفرینی هم غنی باشد، برای راه‌اندازی کسب‌وکار از اعتمادبه‌نفس بالاتری برخوردار است و توانایی بیشتری در خود احساس می‌کند.

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

تحقیقات نشان می‌دهد که نگرش‌های کارآفرینی و مهارت‌ها می‌تواند در درون چارچوب برنامه‌های آموزشی کارآفرینی توسعه داده شوند یا تصحیح شوند. درک بیشتر نگرش کارآفرینان همچنین می‌تواند در توسعه برنامه‌های آموزشی مرتبط به خصوص در توجه به برنامه‌های آموزشی کارآفرینی استفاده شود (Tudor, 2013). فلورین^۱ و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند که نگرش افراد بیشتر احتمال دارد که از برنامه‌های آموزشی تأثیر پذیرند تا صفات شخصیتی؛ زیرا این نوع نگرش، که بر مبنای برنامه‌های آموزشی ایجاد می‌شود، بر مبنای تجربه و یادگیری شکل گرفته است (Harris & Gibson, 2008).

باتوجه به مطالعات اخیر، که برای بررسی نگرش کارآفرینی دانشجویان و تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی و تجربیات کسب‌وکار گذشته بر نگرش‌های آنها در دانشگاه‌های کسب‌وکار آمریکا انجام شد، نشان می‌دهد که نگرش کارآفرینانه و مهارت‌ها می‌تواند در چارچوب برنامه‌های آموزشی کارآفرینی توسعه و اصلاح شوند که تفاوت آموزش و مهارت‌ها به توضیح این موضوع کمک می‌کند که چرا برخی افراد کارآفرین موفق‌تر از دیگران هستند (همان منبع).

به‌طور عمومی، داشتن مهارت راه‌اندازی کسب‌وکار افراد جامعه را به‌سوی کارآفرینی سوق می‌دهد. آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک عامل برون‌زا با آموزش‌های عمومی، که بخشی از شرایط عمومی محیط کسب‌وکار است، متفاوت است. تحقیقات نشان داده‌اند که کارآفرینی به‌همراه آموزش‌های تخصصی تأثیر عمیق بر فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. آموزش کارآفرینی در سه حوزه عمده شامل مهارت، دانش و نگرش کارآفرینانه قابل طرح‌ریزی است (یدالهی و همکاران، ۱۳۸۸).

تحقیق راپوسو^۲ و پاکو^۳ (۲۰۱۱) رابطه قوی را بین آموزش‌های کارآفرینی و فعالیت‌های متعاقب کارآفرینی ارائه کرد. بر این اساس افرادی، که آموزش‌های کارآفرینی را طی می‌کنند، بیشتر از فرصت‌های این زمینه بهره می‌برند. آموزش کارآفرینی می‌تواند از دو طریق آموزش‌های رسمی (دانشگاهی) و آموزش‌های غیررسمی (سمینارها، کنفرانس‌ها، کارگاه‌ها،...) صورت پذیرد. دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران اولین دانشکده کارآفرینی کشور است و با توجه به فراگیرشدن آموزش مجازی کارآفرینی در مباحث مختلف کارآفرینی در این دانشکده و در مراکز آموزشی دیگر، ضرورت بررسی آموزش کارآفرینی دو گروه حضوری و مجازی احساس گردید.

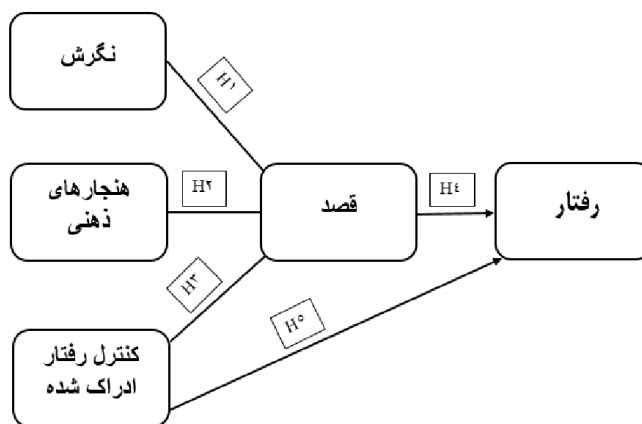
باتوجه به آنچه از تحقیقات و بررسی‌ها در حوزه کارآفرینی نمایان است، آموزش‌های کارآفرینی می‌تواند بر قصد افراد به راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر بگذارد. بنابراین، ما در این پژوهش بر آن هستیم

1. Florin
2. Raposo
3. Paço

۱۰۶ تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده ...

تا دریا بیم آموزش‌های کارآفرینانه چه تأثیری بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی، که به دو صورت حضوری و مجازی مشغول به تحصیل هستند، می‌گذارد و اینکه آیا اشتغال دانشجویان در نگرش کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی کارشناسی ارشد دانشگاه تهران تأثیر می‌گذارد یا خیر. اهداف اختصاصی تحقیق عبارت‌اند از:

- تعیین توزیع فراوانی دانشجویان حضوری دانشکده کارآفرینی نسبت به متغیرها (نگرش، هنجارهای ذهنی، رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه).
- تعیین توزیع فراوانی دانشجویان مجازی دانشکده کارآفرینی نسبت به متغیرها (نگرش، هنجارهای ذهنی، رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه).
- مقایسه تأثیرات مؤلفه‌های نظری برنامه‌ریزی‌شده (نگرش، هنجارهای ذهنی، رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه) بر دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی.
- مقایسه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی بر اساس گروه شاغل و غیرشاغل در سطوح متغیرها (نگرش، هنجارهای ذهنی، رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه).



شکل ۱: مدل مفهومی برای مهم‌ترین اجزا پژوهش

۲. ادبیات و پیشینه تحقیق

الف. آموزش کارآفرینی

توسعه بی‌سابقه جامعه مدرن موجب شده است تا افراد به سرعت با نیازمندی‌ها و دانش جدید برای باقی‌ماندن در محیط رقابتی کسب‌وکار خود تطبیق داده شوند. در اینجا گروهی از دانشجویان با خصوصیات فردی متفاوت، با سبک‌های یادگیری مختلف و با ترکیب منحصربه‌فردی از قوت‌ها و ضعف‌ها با طیف متفاوتی از احساسات وجود دارند که آموزگار باید محیط آموزشی خلاق را ایجاد کند که متناسب با نیازهای آموزشی افراد باشد و چشم‌انداز نیازهای اجتماعی را نیز پاسخ گوید (Tudor, 2013). دانشگاه‌ها، به‌عنوان زیست‌بومی کارآفرینانه، برای منافع جامعه به وجود آمده‌اند. کارآفرینی در دانشگاه‌ها عموماً مکانی برای انتقال دانش تحقیقاتی به جامعه از طریق فعالیت‌های تجاری‌سازی و استفاده علمی مطرح می‌شوند. این فعالیت‌ها می‌تواند شامل انتقال فناوری، حق مالکیت و ثبت اختراع، ایجاد کسب‌وکارهای جدید، پارک‌های علم و فناوری و غیره باشد (Middleton, 2010). به اعتقاد یونگ^۱ (۱۹۹۷) آموزش کارآفرینانه به دانش کارآفرینی با ساختار رسمی گفته می‌شود. گیب^۲ (۱۹۹۹)، ۲۰۰۰ نشان می‌دهد که سه هدف اصلی برای آموزش مؤثر کارآفرینی وجود دارد: (۱) توسعه درک وسیعی از کارآفرینی، (۲) کسب یک طرز فکر کارآفرینی و (۳) اینکه بدانیم چگونه می‌تواند کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرد. در ادبیات موجود آموزش کارآفرینی پرسش بر این است که ترکیب موفق برنامه‌های درسی کارآفرینی چیست و تا چه حد برای دانشجو مفید است و به اثربخشی آموزش‌های رسمی و غیررسمی در زمینه کارآفرینی می‌پردازد (Packham et al., 2010). آموزش کارآفرینی نه آموزش‌های شغلی و کسبه‌ای است و نه آموزش کسب‌وکار، بلکه آموزش کارآفرینی هم‌معنی خود آموزش است. آموزش ابزار قدرت‌بخشی است که دانش موردنیاز، مهارت‌ها، نگرش و تجربه کافی برای مقابله با چالش‌های زندگی را فراهم می‌کند (Mamman, 2014). گزارش کمیسیون اروپا^۳ برای بهبود کیفیت، آموزش‌های مرتبط کارآفرینی و تجربیات دانشجویان گام‌هایی را مطرح کرد که شامل شفافیت بیشتر نسبت به اهداف آموزش کارآفرینی، استفاده از محتوای بومی در طراحی، توسعه و انتقال برنامه‌های سرمایه‌گذاری، توسعه توده بزرگی از آموزش‌دیدگان کارآفرینی، که از زمینه‌های مختلف گرفته شده‌اند، و تبادل تجربیات بیشتر، به‌خصوص در توسعه مدل‌های یادگیری کارآفرینی مناسب و به اشتراک‌گذاری دانش و تمرین‌های خوب در سراسر بخش‌های ملی است (Packham et al., 2010).

1. Young

2. Gibb

3. European Commission (EC)

آموزش کارآفرینی به تمام فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که هدف آن شکوفایی ذهنیت، نگرش و مهارت‌های کارآفرینی در طیفی از موارد متعددی مانند تولید ایده، استارت‌آپ، رشد و نوآوری است (Nyello et al., 2015). دانش‌آموختگان از طریق آموزش قادر خواهند بود ویژگی‌های کارآفرینی خاصی را کسب کنند و بر رفتار کارآفرینانه آنان تأثیر بگذارند (Ediagbonya, 2013).

امروزه، آموزش کارآفرینی به گونه‌ای رشد کرده است که مثلاً در آمریکا بیش از ۲۲۰۰ واحد درسی در این زمینه در بیش از ۱۶۰۰ واحد آموزشی ارائه می‌شوند. این دانشمندان به‌ویژه دریافته‌اند که یادگیری در این زمینه از طریق انتقال تجربیات در مقایسه با مطالعه کتب درسی هم فراگیرتر است و هم کاربردهای متنوع‌تری دارد. ابزارهای آموزشی، که در آموزش کارآفرینی استفاده می‌شوند، شامل طرح‌های کسب‌وکار، شروع به کار دانشجویان در فعالیت‌های اقتصادی، مشاوره با کارآفرینان شاغل، الگوسازی و همانندسازی رایانه‌ای، مصاحبه با کارآفرینان و بررسی‌های محیطی، قرارگرفتن در محیط‌های واقعی، استفاده از فیلم‌های آموزشی و سفرهای مربوط است (علی‌میری، ۱۳۸۷).

گاروان^۱ و اوسینید^۲ اهداف برنامه‌های آموزش کارآفرینی را شامل شناسایی و آماده‌سازی کارآفرینان بالقوه برای شروع کسب‌وکار، توانمندسازی مخاطبان برای تنظیم برنامه‌های کسب‌وکار، تمرکز بر موضوعاتی، که برای اجرای پروژه کارآفرینانه، بهبود و توسعه رفتارهای مستقل، ریسک‌پذیر و توانمندسازی مخاطبان به‌گونه‌ای که در پایان دوره آموزشی بتوانند اقدام به تأسیس کسب‌وکار مخاطره‌آمیز دانش‌بنیان با فناوری سطح بالا کنند، می‌دانند (مقیم‌ی و احمدپورداریانی، ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینانه رابطه بسیار قوی با قصد کارآفرینانه دارد؛ آموزش کارآفرینی قصد بیشتری را برای شروع کسب‌وکار ایجاد می‌کند (Basu & Virick, 2008). تحقیقات اخیر بیان می‌دارد، که یکی از عوامل مهمی که به افزایش نگرش کارآفرینانه هم در کارآفرینان بالقوه و هم در کارآفرینان نوظهور منجر می‌شود، آموزش‌های کارآفرینی است (Hattab, 2014).

براساس برنامه‌های آموزشی، آموزش کارآفرینان هم بر رفتار فعلی آنها و هم بر قصد آینده تأثیر می‌گذارد. سایر تحقیقات بر رابطه بین برنامه‌های آموزش کارآفرینی و متغیرهایی مانند نیاز به توفیق‌طلبی و مرکز کنترل یا خودکارآمدی را بررسی کرده‌اند. آنها دریافتند که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت داشته، به افزایش ویژگی‌های ذکرشده منجر می‌شود و احتمال برخی فعالیت‌هایی در حوزه راه‌اندازی کسب‌وکار را در آینده افزایش می‌دهد (Yamat, 2010).

1. Garavan
2. O' Cinneide

آموزش مجازی گونه‌ای آموزش رسمی است که توسط موسسات آموزشی و دانشگاه‌ها ارائه شده و رشد دانشجویان، با ابزارهای آموزشی و زیرساختاری از مکان‌های مختلف و با کمک فناوری امکان‌پذیر می‌شود. در آموزش مجازی یادگیری، دانش و فناوری ارتباطات به‌اندازه قدرت اعضای دانشگاه اهمیت پیدا می‌کند. در زمان گسترش و توسعه یادگیری مجازی، برخی تحقیقات از اثربخشی یادگیری آموزش‌های مجازی توسط دانشجویان یاد کرده است، که بیان می‌دارد ارتباط خطی بین افزایش هوشیاری در یادگیری مجازی و اثربخشی استفاده از سیستم‌های یادگیری مجازی وجود دارد. همچنین مشاهده شده است افرادی، که درباره آموزش‌های مجازی اطلاعات کافی ندارند، نظراتی مبنی بر اثربخش‌نبودن این آموزش‌ها و اینکه به اندازه آموزش حضوری اثربخش نیستند، وجود دارد (Karaduman & Sami Mencet, 2013).

دریافتن این نکته، که عواملی بر قصد راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد، ضروری است. اشلی - کاتلر^۱ و همکاران (۲۰۰۹) عواملی فردی را، که در تصمیم‌گیری افراد در انتخاب حرفه کارآفرینی انگیزاننده است، بیان کرده است. این عامل را می‌توان به دو دسته ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (۱) یا نگرش‌ها (۲)، ارزش‌ها یا عوامل روان‌شناختی تقسیم‌بندی کرد (Fatoki, 2014). خصوصیات فردی نیز از عوامل دیگری است که در پیش‌بینی انتخاب مسیر راه‌اندازی کسب‌وکار توسط افراد مؤثر است. عوامل جمعیت‌شناختی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، تجربه کاری و الگوی نقش نیز در این راه بی‌تأثیر نیست (Ismail et al., 2009). بر اساس مکاستی^۲ (۲۰۰۸) تحقیقات نشان می‌دهد که تجربه کسب‌وکار قبلی بر تصمیم‌گیری و عملکرد کسب‌وکار تأثیر می‌گذارند. پیترمن^۳ و کندی^۴ (۲۰۰۳) معتقدند ارتباط مثبتی میان تجربه کاری قبلی در شرکت‌های کوچک و نگرش نسبت به کارآفرینی وجود دارد (Fatoki, 2014). کولورید^۵ (۱۹۹۶) بیان داشته است که تجربیات قبلی در فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر بالاتری بر قصد کارآفرینانه افراد دارد؛ در مقایسه با افرادی که این تجربیات را ندارند. دانشجویان پیشینه کارآفرینی، حتی به صورت خوداشتغالی، کسب‌وکار خانوادگی و تجربه شغلی، بیشتر به کارآفرینی گرایش پیدا می‌کنند.

-
1. Cutler
 2. McStay
 3. Peterman,
 4. Kennedy
 5. Kolvereid

ب. رفتار کارآفرینانه

همواره تلاش بوده است تا رفتار انسانی از جنبه‌های مختلف روان‌شناسی، جامعه‌شناختی، و اقتصادی و غیره مورد بررسی قرار گیرد (Küttim et al., 2014). رفتار کارآفرینانه به‌عنوان انگیزه و اقدام‌هایی تعریف می‌شود که کارآفرین را قادر می‌سازد تا به تصمیمات خود در خصوص ایجاد سود از فرصت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها جامعه عمل بپوشاند (Nyello et al., 2015). تعاریف مختلفی از قصد کارآفرینانه شده است و در تعریفی، که آجزن^۱ و فیش‌بین^۲ (۱۹۹۹) ارائه داده‌اند، قصد عبارت است از نشانه‌ی افراد سخت‌کوش برای میل به تلاش و دلیل اکثر کوشش‌های برنامه‌ریزی‌شده در جهت انجام رفتار. به‌طور کلی، قصد کارآفرینانه حالت هوشیار ذهن تعریف می‌شود که توجه و رفتار فرد را در سمت رفتار کارآفرینانه برنامه‌ریزی‌شده و آغاز یک کسب‌وکار به‌منزله هدف هدایت می‌کند. قصد کارآفرینی فردی به معنی راه‌اندازی کسب‌وکار در آینده نزدیک توسط یک شخص به‌تنهایی یا با کمک دیگران است (خاقانی و همکاران، ۱۳۹۱).

محققان مدل‌های مختلفی از قصد ارائه داده‌اند؛ مانند مدل ترکیبی عوامل زمینه‌ای و شخصیتی و عزت‌نفس، مدل وقایع کارآفرینانه، و مدل نظری رفتار برنامه‌ریزی‌شده (Küttim et al., 2014). قصد کارآفرینانه اولین قدم در درگیر شدن با یک فرایند بلندمدت خلق کسب‌وکار جدید است. به‌علاوه، یکی از بهترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار است. درمقابل، قصدی که باعث ایجاد یک رفتار می‌شود، تحت‌تأثیر عوامل مختلفی مانند نیازها، ارزش‌ها، خواسته‌ها، عادات و باورها قرار دارد. مدل قصد کارآفرینی این بحث را مطرح می‌کند که تصمیم‌گیری افراد برای راه‌اندازی شرکت‌ها بر مبنای سه اصل انجام می‌گیرد: ترجیحات شخصی خود یا جاذبه‌های کارآفرینی، هنجارهای اجتماعی درک‌شده با توجه به گزینه‌های شغلی و درک وی از خودکارآمدی کارآفرین (Liñán & Chen, 2006). تحقیقات نشان داده است که برنامه‌های کارآفرینی با افزایش هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی آنها در انتخاب کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه روحیه می‌دهد (Basu & Virick, 2008).

در مطالعه حاضر از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۳ آجزن (۱۹۹۱) بهره گرفته شده است. این نظریه عوامل فردی و اجتماعی را به‌منظور توضیح و تفسیر رفتارهای مبتنی بر نیت دربرمی‌گیرد. نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده یک نظریه اجتماعی - شناختی است که در زمینه‌های بسیار گوناگونی به کار گرفته شده است (بارانی و همکاران، ۱۳۸۹).

-
1. Ajzen
 2. Fishbein
 3. Theory of Planned Behavior (TPB)

همچنین داگلاس^۱ و شفرد^۲ (۲۰۰۲) بیان می‌کنند نگرش مثبت‌تر به ریسک و استقلال به قصد کارآفرینانه قوی‌تری منجر می‌شود و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده نیز بیان می‌کند که نگرش مقدم بر قصد کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه مقدم بر رفتار است.

در تحقیقات دیگری از مایکل لورز (۲۰۱۱) ثابت شده است که برنامه‌های آموزشی کارآفرینی اثرات قابل توجهی بر نگرش نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی دارد. در تحقیق لینان^۳ (۲۰۰۴) آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث مطرح می‌شود. آموزش کارآفرینی نه تنها قصد کارآفرینانه را ارتقا می‌بخشد، بلکه رفتارهای کارآفرینانه پس از مرحله استارت‌آپ را تقویت می‌کند. نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای توضیح بروز رفتار کارآفرینانه استفاده می‌شود (Fayolle et al., 2006 - A). این نظریه بر اساس این ایده شکل می‌گیرد که انسان‌ها در رفتارهای خود به صورت عقلایی عمل می‌کنند و نیت‌های آنان ممکن است به رفتار مشخصی بینجامد (Küttim et al., 2014). از دیدگاه این نظریه مقاصد حرفه‌ای به نگرش مرتبط با رفتار در نظر گرفته شده، هنجارهای اجتماعی و کنترل درک‌شده بستگی دارد. قصد نیز به عنوان یک پیش‌بینی‌کننده مستقیم رفتار نسبت به نگرش، از باورها یا متغیرهای اجتماعی روان‌شناسی بهتر دیگر ظاهر شده است. کنترل رفتار درک‌شده نقش مهمی را در این نظریه ایفا می‌کند. مفهوم کنترل رفتار درک‌شده به مفهوم خودکارآمدی درک‌شده «باندورا» شبیه است. خودکارآمدی درک‌شده به «اعتقادات افراد درباره توانایی‌هایشان در تجربه کنترل منوط بر فعالیت‌های خویش و اتفاقاتی، که بر زندگی آنها اثر می‌گذارد، است». از نقطه نظر آجزن تمایز کنترل رفتار درک‌شده این است که توانایی متمرکز بر انجام رفتار خاصی است (Fayolle et al., Ibid).

طبق این نظریه سه متغیری، که قصد افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند به قرار زیر است:

- نگرش فردی نسبت به پیامدهای رفتار: اشاره به حدی که فردی اعتقاد به مناسب بودن یا نامناسب بودن رفتار دارد و نشان‌دهنده ارزش‌یابی مثبت و منفی افراد درباره کارآفرینی است. متغیر نگرش نسبت به رفتار متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود. کاربرد این متغیر در تحقیقات کارآفرینی بدین صورت مطرح می‌شود که برای خود کارآفرین تا چه اندازه راه‌اندازی کسب‌وکار جذاب به نظر می‌رسد (خاقانی و همکاران، ۱۳۹۱). نگرش‌ها اکتسابی هستند. تجربه مستقیم و یادگیری اجتماعی دو راه اصلی این یادگیری‌اند و تجربه مستقیم اثر قابل‌ملاحظه‌ای بر نگرش دارد. تحقیقات نشان می‌دهد

این نوع یادگیری اثری شدیدتر و پایدارتر در مقابل تغییر در مقایسه با تجربه غیرمستقیم دارند؛ زیرا این تجربیات در مراحل شناختی ما فعال بوده و در نتیجه قابل دستیابی هستند و در نتیجه انتقال آنها به صورت خودآگاه‌تر صورت می‌پذیرد. بنابر تحقیقات موجود، نگرش افراد تحت شرایطی با رفتارشان رابطه مستقیم دارد؛ یعنی بر اساس نگرش افراد می‌توان رفتارشان را پیش‌بینی کرد (Bolton & Lane, 2011).

کار رابینسون^۱ و همکارانش (۱۹۹۱) از اولین فعالیت‌ها در جهت پیش‌بینی فعالیت‌های کارآفرینی مطابق با مقیاس نگرشی بود. نگرش‌ها تمایل به تغییر در اثر گذشت زمان و در برخورد با موقعیت‌های محیطی متفاوت دارند و هنگامی که نگرش یک فرد اندازه‌گیری شود، پیش‌بینی فعالیت‌های آینده وی را ممکن می‌سازد (Harris & Gibson, 2008). شاپیرو^۲ (۱۹۷۵، ۱۹۸۲) بیان می‌کند که نگرش کارآفرینی بسته به عوامل بیرونی مانند ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، رفتارها، مهارت‌ها، فرهنگ و دیگر عوامل مالی و اجتماعی دارد (Basu & Virick, 2008).

• هنجارهای ذهنی: نشان‌دهنده فشارهای اجتماعی درک‌شده درباره انجام یا عدم انجام رفتارهای کارآفرینانه است. درواقع، فرد، گروهی را به‌عنوان مرجع در نظر می‌گیرد و سعی می‌کند رفتارهای خود را با آن تنظیم کند. هنجارهای ذهنی در قالب فرهنگ جامعه جای می‌گیرد و فرهنگ حاکم بر جامعه نیز بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. از این‌رو، هنجارهای جامعه همسو با فعالیت‌های کارآفرینانه خواهد بود و کارآفرین خود را در فضای کارآفرینی مطلوب احساس می‌کند؛ بنابراین قصد قوی‌تری برای آغاز یک فعالیت کارآفرینانه خواهد داشت (خاقانی و همکاران، ۱۳۹۱).

• کنترل رفتاری درک‌شده: نشان‌دهنده امکان‌پذیری انجام کار است که از ادراکات نسبت به توانایی‌های شخصی سرچشمه می‌گیرد. این مفهوم با خودکارآمدی تفاوت چندانی ندارد. منظور از این دو مفهوم توانایی فرد برای انجام‌دادن یک فعالیت است و اینکه تا چه اندازه فرد این توانایی را در خود احساس می‌کند. باور به خودکارآمدی بر مواردی نظیر انتخاب شغل، توسعه فعالیت‌های شغلی، قابلیت‌های حرفه‌ای و عملکرد شغلی افراد تأثیر دارد (همان منبع). مدل قصد کارآفرینی کروگر^۳ و برازیل^۴ (۱۹۹۴) بیان می‌کند که خصوصیات کارآفرینی می‌تواند آموخته شود و در بسیاری مواقع بر مبنای ویژگی‌های فردی و موقعیتی است (Harris & Gibson, 2008).

1. Robinson
2. Shapero
3. Krueger
4. Brazeal

درک قصد کارآفرینانه به محققان و نظریه‌پردازان در فهم ارتباط بین پدیده‌ها کمک می‌کند. اینها شامل این موارد است: چه چیزی به اسکن کردن فرصت‌ها، منابع ایده‌ها برای خلق فرصت منجر می‌شود و اینکه درنهایت یک کسب‌وکار چگونه به واقعیت بدل می‌شود. مدل قصد کارآفرینانه چارچوب منسجم، مقتصد، بسیار عمومی و قوی برای فهم و پیش‌بینی رفتارهای کارآفرینان ارائه می‌دهد. در مجموع، بیشتر مردم به کارآفرینی نگاه مثبتی دارند؛ اما تنها تعداد اندکی به راه‌اندازی کسب‌وکار اقدام می‌کنند. به عبارتی، دانش‌آموختگان دانشگاهی به فعالیت‌های کارآفرینی علاقه چندانی ندارند. درحقیقت همبستگی منفی‌ای بین کارآفرینی و آموزش وجود دارد. هرچقدر فرد تحصیل‌کرده‌تر باشد، احتمال اینکه کارآفرین شود کمتر خواهد بود. در این زمینه تأثیر مثبت از آموزش بر قصد وجود دارد که آن هم به دلیل موقعیت هزینه فرصت است. این رابطه زمانی پیچیده‌تر می‌شود که افراد با تحصیلات بالاتر پیشنهاد‌های بهتر یا شانس بیشتری به‌عنوان مدیر یا حتی کارمندان دارند تا اینکه بخواهند به سمت خوداشتغالی بروند. بدین ترتیب، برنامه‌های دانشگاه‌ها باید به ارتقا و تبلیغ آموزش کارآفرینی در درس‌ها بپردازد و چارچوب ذهنی نسبت به کارآفرینی را درباره قصد و علاقه به کارآفرین شدن بهبود بخشد (Keong, 2008).

زمانی که گرایش کارآفرینی افراد مطرح می‌شود، این پرسش به وجود می‌آید که چه خصوصیات شخصیتی و چه نگرش‌هایی فرد باید کسب کند تا احتمال موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینی را، که آغاز کرده، به دست آورد؟ پاسخ به این پرسش سه جریان از تحقیقات را دربرمی‌گیرد. اول: محیط فرد؛ دوم: ویژگی‌های شخصیتی؛ سوم: نگرش فرد نسبت به کارآفرین بودن که تحت‌تأثیر نفوذپذیری اجتماعی قرار دارد. امتیاز بالای گرایش کارآفرینی افراد می‌تواند به این مفهوم باشد که افراد می‌خواهند کارآفرین شوند یا در افرادی که بخواهند کارآفرین شوند، نمره گرایش کارآفرینی آنها بالاتر خواهد بود (Bolton & Lane, 2011).

پ. مطالعات تجربی

کوتیم^۱ و همکارانش (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاهی و بر روی قصد کارآفرینانه دانشگاهیان پرداخته‌اند. در این پژوهش سهم زمینه‌های آموزش کارآفرینی به‌صورت مثبت با قصد کارآفرینانه در ارتباط بوده و سایر متغیرهایی در مدل را دربرمی‌گیرد.

نوئل^۲ (۲۰۰۱) به‌صورت خاص به تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه قصد کارآفرینانه و ادراک خودکارآمدی پرداخته است. این تحقیق بین گروه‌های متفاوتی از دانشجویان صورت گرفت که همه

1. Kuttim
2. Noel

در برنامه‌های آموزش کارآفرینی شرکت کرده بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که گرایش به رفتارکردن به‌عنوان یک کارآفرین، قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه همه در بین افرادی، که از کارآفرینی دانش‌آموخته شده‌اند، بیشترین امتیاز را آورده است (Fayolle et al., 2006 - B). هریس^۱ و گیبسون^۲ (۲۰۰۸) به بررسی نگرش کارآفرینی دانش‌آموختگان برنامه‌های مؤسسه کسب‌وکار کوچک، که در دانشگاه‌های متعدد ثبت‌نام کرده‌اند، انجام می‌شود. نتایج حاکی از آن بوده که بیشتر دانشجویان نگرش کارآفرینی کسب کرده‌اند؛ به علاوه، ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان و تجربیات کارآفرینی هر دو با نگرش‌های کارآفرینی خاصی همراه است. در تحقیق دیگری به بررسی کارآفرینی و آموزش و سطح هوشیاری خلق کسب‌وکار در میان دانشجویان اندونزی پرداخته‌اند. در این تحقیق آنها فعالیت‌هایی که هوشیاری دانشجویان را، که به خلق کسب‌وکار جدید منجر می‌شود، بررسی کردند. پژوهش‌های این تحقیق نشان داده است که برنامه‌های آموزشی نیاز مشارکت دانشجویان در کسب‌وکار و تجارت را افزایش می‌دهد. این برنامه همچنین می‌تواند فرصت‌هایی را برای بالابردن علاقه‌مندی دانشجویان فراهم سازد (Hadi et al., 2015). دین^۳ و همکارانش (۲۰۱۶) در تحقیق خود به بررسی اثربخشی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در ارتقای مهارت‌های کارآفرینانه بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی پرداخته‌اند. این برنامه‌های آموزشی همواره اطمینان حاصل کرده‌اند تا با چالش‌های دنیای بیرون ساختاری هماهنگ داشته باشند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ارتباطی قوی بین برنامه‌ریزی کسب‌وکار، ریسک‌پذیری و عزت‌نفس و اثربخشی برنامه‌های آموزشی وجود دارد. تااتیل^۴ و داون^۵ (۲۰۱۲) در تحقیقی به اندازه‌گیری گرایش کارآفرینان در بین دانشجویان مراکز علمی مختلف برای افزایش روبه‌های مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرداخته است. موقعیتی که در ابتدای مباحث درسی کارآفرینی آغاز می‌شود این است که وظیفه استاد است تا به دانشجویان این امکان را بدهد تا مهارت‌های لازم برای موفقیت در شروع کسب‌وکار و ایجاد اعتمادبه‌نفس برای شروع فعالیت‌های خود داشته باشند. بر اساس نتایج این تحقیق تفاوت معناداری بین افرادی، که آموزش کارآفرینانه دیده‌اند، و افرادی، که ندیده‌اند، در نگرش کارآفرینی آنها وجود دارد. پاک‌هام^۶ و همکاران (۲۰۱۰) به بررسی آموزش سرمایه‌گذاری بر نگرش کارآفرینانه در مؤسسات آموزش عالی فرانسه، آلمان و لهستان پرداختند.

-
1. Harris
 2. Gibson
 3. Din
 4. Taatila
 5. Down
 6. Packham

تحقیقات متعددی به این موضوع پرداخته‌اند که آیا تفاوت در فرهنگ و بخش صنعتی می‌تواند بر نگرش کارآفرینانه و تأثیرات آموزش سرمایه‌گذار تأثیر بگذارد یا خیر. آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت بر نگرش کارآفرینی دانشجویان فرانسه و لهستان داشته است. درحالی‌که، این موضوع در دانشجویان مرد آلمانی معکوس بوده و دانشجویان زن نیز سود بیشتری از تجربیات یادگیری دریافت می‌کنند.

عبدالقدیر^۱ و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی ارتباط حمایت‌های آموزشی و قصد کارآفرینانه در مؤسسات سطح بالای آموزشی در مالزی پرداخته‌اند. این تحقیق بر اساس مدل نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن صورت گرفته است که به شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه رفتار این دانشجویان پرداخته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که رابطه معناداری بین عوامل نگرشی، عوامل رفتاری و حمایت‌های کارآفرینی در قصد کارآفرینانه دانشجویان وجود دارد. چه‌مت^۲ و همکاران (۲۰۱۵) به شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه میان دانشجویان فناوری مهندسی پرداخته‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که عواملی، که بیشتر ترکیب قصد کارآفرینانه را تشکیل می‌دهند، مرکز کنترل درونی، نیاز به دستیابی و هنجارهای ذهنی است.

مامن^۳ (۲۰۱۴) در تحقیقی آموزش‌های کارآفرینی و ظرفیت‌های کارآفرینانه دانشجویان پلی‌تکنیک نیجریه را مورد بررسی قرار داده‌است. این مطالعات دریافته‌اند که این آموزش‌ها سطح ظرفیت کارآفرینانه دانشجویان را بالا می‌برند.

الوانی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی درخصوص وضعیت موجود و مطلوب نهادهای خط‌مشی‌گذار در حوزه آموزش رسمی و غیررسمی کارآفرینی انجام داده‌اند. در این پژوهش فاصله نهادهای خط‌مشی‌گذار، عناصر خط‌مشی‌گذار در وضعیت موجود و وضعیت مطلوب و فاصله بین این دو وضعیت مشخص شده است.

در تحقیق از نیلو و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی اثر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانش‌آموخته پرداخته‌اند. نتایج تحقیق حاکی از اثر مثبت تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه است. این تحقیق به تأثیر آموزش کارآفرینی بر متغیرهای نیاز به دستیابی، خودمختاری، محاسبه ریسک و میل به خلاقیت در افرادی، که آموزش کارآفرینی را گذارنده‌اند، بیشتر بوده است. در تحقیقات مختلفی از محققان از جمله ریتیپانت^۴ و همکارانش (۲۰۱۱)، حسین و نوراشیده (۲۰۱۵)، مارچ^۵ و همکاران (۲۰۱۵)، به بررسی آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی، پرداخته‌اند.

-
1. Abdul Kadir
 2. Che Mat
 3. Mamman
 4. Rittippant
 5. Maresch

۱۱۶ تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده ...

استمبولیس^۱ و بارلس^۲ (۲۰۱۴) به بررسی آموزش کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه پرداخته‌اند در تحقیقات چه‌مت و همکاران (۲۰۱۵) و اسماعیل^۳ و همکاران (۲۰۱۵) گرایش و قصد کارآفرینانه را مورد بررسی قرار داده‌اند.

بارانی و همکاران (۱۳۸۹) به تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام‌نور با نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده پرداختند. براساس نتیجه تحقیق آموزش‌های کارآفرینی ارتباط مثبت و معنادار با نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی دارد. تحقیق دیگری به بررسی نقش آموزش‌های رسمی و برنامه‌های کمک‌درسی رشته تربیت‌بدنی در مقطع کارشناسی ارشد در تأمین مهارت کارآفرینی دانشجویان از نظر دانش‌آموختگان پرداخته است. طبق نتایج پژوهشی این تحقیق بین دیدگاه‌های دانشجویان دانشگاه‌های حضوری و دانشجویان دانشگاه‌های نیمه‌حضوری پیرامون نقش کارگاه‌های آموزشی، پروژه‌های کارورزی، مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی، دوره‌های مربی‌گری و داوری و نقش دولت در ارتقای روحیه کارآفرینی دانشجویان تفاوت معنادار آماری وجود ندارد (فراهانی و همکاران، ۱۳۸۹). آراستی و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های غیرمدیریت در دانشکده‌های هنر و ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران پرداخته‌اند که نشان می‌دهد آموزش درس مبانی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان و عوامل تعیین‌کننده آن شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری تأثیرگذار است. شریف و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران» به بررسی آموزش کارآفرینی کشور پرداخته‌اند. یافته‌ها نمایانگر آن است که هدف‌ها، محتوا، راهبردهای یاددهی و یادگیری، شیوه‌های مدیریت و نظارت و ارزشیابی آموزش کارآفرینی باید بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی مدنظر قرار گیرد. در تحقیقی از رضایی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی در زمینه‌های کارآفرینی پرداخته است. این مطالعه در دانشگاه زنجان صورت گرفته است و براساس نتایج تحقیق، عوامل دانش کارآفرینی، مهارت‌های عمومی، قوانین و مقررات، شایستگی‌های شغلی، تدوین طرح کسب‌وکار و مهارت‌های مدیریتی اولویت‌های اول تا ششم را در شناسایی و تعیین نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در زمینه کارآفرینی به دست آورده‌اند. باقرصاد و همکاران (۱۳۹۱) به شناسایی عوامل کلیدی موفقیت آموزش الکترونیکی

-
1. Stamboulis
 2. Barlas
 3. Ismail

کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عوامل مدیریت آموزش، رهبری فنی، محتوای درس‌ها و ویژگی‌های دانشجو موفقیت در زمینه آموزش کارآفرینی را تعیین می‌کنند. یدالهی فارسی (۱۳۸۸) به مقوله آموزش کارآفرینی و برنامه‌های درسی کارآفرینی پرداخته‌اند. بر اساس نتایج این پژوهش، اولویت‌های آموزشی برای توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی برنامه‌های درسی مانند آشنایی با نحوه تدوین طرح کسب‌وکار، آشنایی با شغل‌های مربوط به رشته تحصیلی، آشنایی با قانون‌های کسب‌وکار، آشنایی با مهارت‌های مالی و بازاریابی و ... را شامل می‌شود. در تحقیقی از سعیدی مهرآباد و مهتدی (۱۳۸۷) به تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه پرداخته‌اند و با استفاده از مفاهیم تاریخچه علم کارآفرینی، آموزش‌ها و تأثیرگذاری بیشتر هر یک از آموزش‌ها را بررسی کرده‌اند.

۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر به صورت علی و با استفاده از معادلات ساختاری و کاربردی انجام شده است. تحقیق شامل دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران است. جامعه آماری شامل دانشجویان (حضور^۱ ۲۴۵ نفر و مجازی (راه دور)^۲ ۹۰۰ نفر) و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با مراجعه به ۲۳۹ نفر از دانشجویان در سال ۱۳۹۴ پیمایش صورت گرفته است. واحدهای درسی، استادان، ابزارهای آموزشی، مراجع درسی در بین دانشجویان حضوری و مجازی یکسان بوده است. تنها تفاوت این دو گروه در عدم حضور پیوسته دانشجویان مجازی در دانشکده و گذراندن واحدهای درسی بوده و آموزش این گروه از طریق ابزارهای فناوری اطلاعات و به صورت مجازی و از راه دور صورت گرفته است. ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای بود که بخش اول آن مربوط به ویژگی‌ها و مشخصات عمومی دانشجویان (جنس، سن، تحصیلات، دوره آموزشی، نوع مشاغل، نوع دوره آموزشی و انتظار از برنامه‌های کارآفرینی) بوده است. بخش دوم پرسشنامه مربوط به سنجش مؤلفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده شامل مؤلفه‌های نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده، قصد و رفتار بود. تعداد پرسش‌ها در این پرسشنامه ۴ پرسش برای سنجش قصد کارآفرینانه، ۱۵ پرسش درخصوص بررسی نگرش کارآفرینانه، ۱۶ پرسش برای کنترل رفتار ادراک شده، ۷ پرسش برای سنجش هنجارهای ذهنی و ۱۸ پرسش برای بررسی سنجش رفتار کارآفرینانه بوده است. برای سنجش پرسش‌ها از طیف لیکرت هفت‌تایی (۱ کمترین و ۷ بیشترین) استفاده شد. پرسش‌های تحقیق بر

-
1. Traditional Education
 2. Distance Education

اساس مطالعات هانس لروی (۲۰۰۹)؛ لینان و چن، ۲۰۰۹؛ بارانی و همکاران، (۱۳۸۹)، طراحی شده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات استادان استفاده شده است و برای تعیین پایایی پرسشنامه تعداد ۳۰ پرسشنامه توسط نمونه مورد مطالعه تکمیل و ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف محاسبه شده است. متغیر نگرش با ضریب ۰/۸۵۶؛ هنجارهای ذهنی با ضریب ۰/۷۷۱؛ کنترل رفتار ادراک‌شده با ضریب ۰/۸۷۵؛ رفتار کارآفرینانه با ضریب ۰/۸۸۲؛ همه بالای ۰/۷۰ بوده و از پایایی بالایی برخوردارند. متغیر قصد کارآفرینانه با ۰/۵۱۹ از پایایی با ضریب بالا برخوردار نبوده است اما با توجه به ضرورت این متغیر برای سنجش در پژوهش قرار گرفته است.

در ادامه به منظور توصیف کیفی متغیرها از روش فاصله انحراف معیار از میانگین^۱ استفاده شد. این روش از جمله روش‌های مطرح برای توصیف کیفی متغیرها محسوب می‌شود که در آن امتیازات به دست آمده افراد به چهار سطح قابل تقسیم است (صدیقی و درویش‌نیا، ۱۳۸۱؛ صدیقی و احمدپور کاخک، ۱۳۸۴). نحوه تبدیل امتیازات کسب‌شده به چهار سطح بر اساس فرمول زیر به دست آمده است:

$$A = \text{ضعیف} : A < \text{Mean} - \text{SD} \quad B = \text{متوسط} : \text{Mean} - \text{SD} < B < \text{Mean}$$
$$C = \text{خوب} : \text{Mean} < C < \text{Mean} + \text{SD} \quad D = \text{عالی} : \text{Mean} + \text{SD} < D$$

برای آزمون تفاوت میان متغیرهای اصلی در بین دو گروه دوره آموزشی (حضوری و مجازی) از نرم‌افزار SPSS و آزمون T دو گروه مستقل استفاده شده است.

۴. یافته‌ها

نمونه مورد مطالعه شامل ۲۳۹ نفر از دانشجویان دانشکده کارآفرینی بودند که ۱۰۰ نفر آنان (۴۱/۸ درصد) را زنان و ۱۳۹ نفر (۵۸/۲ درصد) آنان را مردان تشکیل داده‌اند. ۱۰۳ نفر از دانشجویان در دوره مجازی و ۱۳۶ نفر از آنها در دوره حضوری مشغول به تحصیل بوده‌اند. از این تعداد ۱۶۸ نفر شاغل و ۶۸ نفر بدون شغل هستند. از تعداد دانشجویان شاغل ۲۸/۵ درصد شاغل در بخش خصوصی، ۲۴/۳ درصد شاغل در بخش، ۷/۱ درصد در بخش غیردولتی، ۵ درصد مشاغل آزاد، ۲/۱ درصد به صورت اشتراک، ۶/۳ درصد در حال راه‌اندازی کسب‌وکار و ۲/۱ درصد دارای مشاغل خانوادگی بودند. ۷۹/۱ درصد از دانشجویان مورد مطالعه مشغول به آموزش رسمی و ۱۱/۳ درصد از آنها آموزش غیررسمی را گذرانده‌اند. از جمعیت مورد مطالعه مشغول به آموزش رسمی و ۲/۵ درصد توقع خاصی از گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی نداشته‌اند. ۱۵ درصد علاقه کلی به مباحث کارآفرینی داشته و می‌خواهند با بررسی بیشتر مقدمات راه‌اندازی کسب‌وکار را فراهم کنند. ۳۳/۱ درصد از دانشجویان تصور می‌کنند با کسب

مهارت‌ها و شایستگی‌های لازم می‌توانند کارآفرین شوند. ۴۱ درصد از آنها نیز باتوجه‌به آنکه در مرحله راه‌اندازی کسب‌وکار هستند و مایل به فراگیری مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی بوده‌اند.

• توزیع سطوح کلی دانشجویان نسبت به متغیرها

نکته‌ای قابل‌تأمل درخصوص شاخص‌های پنجگانه در بین دانشجویان مورد مطالعه وجود دارد، اینکه هنجارهای ذهنی اکثر افراد درخصوص کارآفرینی خوب و عالی است، درحالی‌که، درخصوص نگرش این موضوع برعکس است و نگرش اکثر افراد مورد مطالعه نسبت به کارآفرینی متوسط و ضعیف. این موضوع در خصوص قصد کارآفرینی نیز صدق می‌کند ولی رفتار و ادراک بیش از نیمی از ایشان در مورد کارآفرینی خوب و عالی بوده است (جدول ۱). درخصوص توزیع دانشجویان حضوری و مجازی بر حسب وضعیت اشتغال باید توضیح داد که وضعیت اشتغال معمولاً یکی از عوامل اثرگذار در کارآفرینی افراد است. ۸۶/۱ درصد دانشجویان مجازی مشارکت‌کننده در این تحقیق شاغل بودند ولی دانشجویان حضوری ۶۰/۴ درصد بوده است. بیشترین تعداد دانشجویان حضوری دارای مشاغل خصوصی و دانشجویان مجازی مشاغل دولتی هستند.

جدول ۱: توزیع فراوانی دانشجویان بر اساس مؤلفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	سطوح	
۱۳/۰	۱۳/۰	۳۱	ضعیف	نگرش
۴۷/۷	۳۴/۷	۸۳	متوسط	
۸۸/۳	۴۰/۶	۹۷	خوب	
۱۰۰	۷/۱۱	۲۸	عالی	
۱۴/۲	۱۴/۲	۳۴	ضعیف	هنجارهای ذهنی
۳۱/۴	۱۷/۲	۴۱	متوسط	
۹۴/۱	۶۲/۸	۱۵۰	خوب	
۱۰۰	۵/۹	۱۴	عالی	
۱۵/۵	۱۵/۵	۳۷	ضعیف	ادراک
۴۷/۳	۳۱/۸	۷۶	متوسط	
۹۰/۸	۴۳/۵	۱۰۴	خوب	
۱۰۰	۹/۲	۲۲	عالی	
۱۹/۷	۱۹/۷	۴۷	ضعیف	قصد
۶۲/۳	۴۲/۷	۱۰۲	متوسط	
۸۵/۸	۲۳/۴	۵۶	خوب	
۱۰۰	۱۴/۲	۳۴	عالی	
۱۹/۲	۱۹/۲	۴۶	ضعیف	رفتار
۵۰/۶	۳۴/۴	۷۵	متوسط	
۹۰/۴	۳۹/۷	۹۵	خوب	
۱۰۰	۹/۶	۲۳	عالی	

۱۲۰ تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده ...

- توزیع فراوانی دانشجویان حضوری و مجازی بر اساس مؤلفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده و توزیع فراوانی در بین دانشجویان حضوری و مجازی در خصوص متغیرهای اصلی تحقیق بر نتایج آزمون T صحه می‌گذارد؛ به طوری که، هنجارهای ذهنی دانشجویان حضوری و مجازی در بیشترین سطح در حد متوسط و خوب قرار دارند و تفاوت چندانی بین این دو دیده نمی‌شود، اما در مقابل نگرش تعداد افراد ضعیف در دانشجویان حضوری تفاوت قابل توجهی نسبت به دانشجویان مجازی دارد و در مقابل در بین دانشجویان مجازی درصد دانشجویانی، که نگرش خوبی از کارآفرینی دارند، بیش از نصف (۵۲/۹ درصد) دانشجویان این گروه است.

جدول ۲: مقایسه توزیع سطوح دانشجویان حضوری و مجازی بر اساس مؤلفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده

	مجازی		حضوری		سطوح	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
نگرش	۵/۹	۶	۲۰	۲۷	ضعیف	
	۲۵/۵	۲۶	۲۸/۹	۳۹	متوسط	
	۵۲/۹	۵۴	۴۳	۵۸	خوب	
	۱۵/۷	۱۶	۸/۱	۱۱	عالی	
هنجارهای ذهنی	۷/۸	۸	۱۴/۱	۱۹	ضعیف	
	۴۰/۲	۴۱	۴۳/۷	۵۹	متوسط	
	۳۹/۲	۴۰	۲۶/۷	۳۶	خوب	
	۱۲/۷	۱۳	۱۵/۶	۲۱	عالی	
ادراک	۷/۸	۸	۲۰/۷	۲۸	ضعیف	
	۲۹/۴	۳۰	۳۲/۶	۴۴	متوسط	
	۴۹	۵۰	۳۵/۶	۴۸	خوب	
	۱۳/۷	۱۴	۱۱/۱	۱۵	عالی	
قصد	۹/۸	۱۰	۲۳/۷	۳۲	ضعیف	
	۳۹/۲	۴۰	۴۴/۴	۶۰	متوسط	
	۳۳/۳	۳۴	۲۶/۷	۳۶	خوب	
	۱۷/۶	۱۸	۵/۲	۷	عالی	
رفتار	۱۱/۸	۱۲	۲۰/۷	۲۸	ضعیف	
	۲۵/۵	۲۶	۳۵/۶	۴۸	متوسط	
	۴۲/۲	۴۳	۳۵/۶	۴۸	خوب	
	۲۰/۶	۲۱	۸/۱	۱۱	عالی	

در خصوص قصد کارآفرینانه نیز دانشجویان مجازی قوی‌ترند؛ مثلاً، کسانی که قصد کارآفرینانه‌شان ضعیف ارزیابی شده در حضوری‌ها ۲۳/۷ درصد و در مجازی‌ها ۹/۸ درصد است و در سطح متوسط در بین حضوری‌ها ۴۴/۴ درصد و در بین مجازی‌ها ۳۹/۳ درصد و در سطح خوب ۲۶/۷ درصد در بین حضوری‌ها و در بین مجازی‌ها ۳۳/۳ درصد و در سطح عالی در بین حضوری‌ها فقط ۵/۲ درصد است؛ نتیجه اینکه در بین مجازی‌ها ۱۷/۶ درصد بوده و قوی‌تر ارزیابی شده‌اند. درباره رفتار کارآفرینانه نیز باید توضیح داد که در سطح خوب و عالی در بین دانشجویان مجازی بیشتر نمود داشته است؛ حال آنکه، تعداد دانشجویان دوره حضوری تقریباً دوبرابر (۲۰/۷ درصد) دانشجویان مجازی (۱۱/۸ درصد) در سطح ضعیف قرار دارند. برای کنترل رفتار ادراک‌شده نیز وضع به همین منوال است و دانشجویان مجازی قوی‌تر از دانشجویان حضوری هستند (جدول ۲).

- آزمون مقایسه میانگین دانشجویان مجازی و حضوری براساس مؤلفه‌های نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده
- نتایج آزمون مقایسه میانگین (T دو گروه مستقل) بین دانشجویان دوره‌های حضوری و مجازی در برنامه‌های آموزش کارآفرینانه نشان داده است که بین نگرش و کنترل رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه در بین دو گروه دانشجویان دوره‌های حضوری و مجازی با ۹۹ درصد اطمینان تفاوت معناداری وجود دارد و هنجارهای ذهنی بین این دو قشر تفاوت معناداری ندارد (جدول ۳).

جدول ۳: آزمون مقایسه میانگین دانشجویان مجازی و حضوری

متغیرها	تعداد افراد	متغیر گروه‌بندی	میانگین	تفاوت میانگین	انحراف معیار	آزمون T	سطح معناداری
نگرش	۱۳۶	حضوری	-۰/۲۱۹	۰/۰۴۹	۱/۰۴	-۳/۸۳	**۰/۰۰۰
	۱۰۳	مجازی	۰/۲۶۸		۰/۸۶		
هنجارهای ذهنی	۱۳۶	حضوری	-۰/۰۸۸	۰/۰۱۲	۱/۰۹۹	-۱/۴۴	۰/۱۴۰
	۱۰۳	مجازی	۰/۱۰۰		۰/۸۳۴		
کنترل رفتار ادراک‌شده	۱۳۶	حضوری	-۰/۱۴۹	۰/۰۲۳	۱/۰۷۳	-۲/۴۹	*۰/۰۱۳
	۱۰۳	مجازی	۰/۱۷۲		۰/۸۵۵		
قصد	۱۳۶	حضوری	-۰/۱۷۲	۰/۰۲۸	۰/۹۷۵	-۲/۹۱۰	**۰/۰۰۴
	۱۰۳	مجازی	۰/۲۰۰		۰/۹۸۵		
رفتار	۱۳۶	حضوری	-۰/۱۸۲	۰/۴۱۵	۰/۹۷۵	-۳/۲۲۸	**۰/۰۰۱
	۱۰۳	مجازی	۰/۲۳۳		۰/۹۹۴		

**سطح معناداری با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱

*سطح معناداری با سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵

۱۲۲ تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده ...

لازم به ذکر است که تفاوت میانگین نشان می‌دهد که دانشجویان مجازی نسبت به دانشجویان حضوری در نگرش، کنترل رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه قوی‌تر عمل کرده و در وضعیت بهتری هستند (جدول ۳). درواقع، دانشجویان دوره‌های مجازی برای ورود به عرصه کارآفرینی و ایجاد اشتغال مستعدترند و قوی‌تر عمل خواهند کرد.

• آزمون مقایسه دانشجویان حضوری شاغل و غیرشاغل بر اساس مؤلفه‌های نظریه رفتاربرنامه‌ریزی‌شده در بین دانشجویان حضوری شاغل و غیرشاغل پیرامون کنترل رفتار ادراک‌شده و رفتار کارآفرینانه با ۹۹ درصد اطمینان تفاوت معناداری وجود دارد. به‌طوری‌که دانشجویان حضوری شاغل بیشتر از دانشجویان حضوری غیرشاغل رفتار کارآفرینانه از خود بروز می‌دهند یا درک بهتری نسبت به این موضوع داشته و کنترل رفتار ادراک‌شده قوی‌تری دارند. درخصوص سایر متغیرهای کارآفرینی نظیر نگرش، هنجارهای ذهنی و قصد کارآفرینی بین دانشجویان حضوری شاغل و غیرشاغل تفاوت معناداری وجود ندارد (جدول ۴).

جدول ۴: آزمون مقایسه دانشجویان حضوری شاغل و غیرشاغل

متغیرها	تعداد افراد	متغیر گروه‌بندی	میانگین	تفاوت میانگین	انحراف معیار	آزمون T	سطح معنی‌داری
نگرش	۱۶۸	شاغل	-۰/۰۹۸	-۰/۲۹۹	۰/۹۹۱	۱/۶۳	۰/۱۰۵
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۳۹۷		۱/۱۰۷		
هنجارهای ذهنی	۱۶۸	شاغل	۰/۰۴۶	-۰/۲۴۸	۱/۱۳۳	۱/۷۵	۰/۰۸۱
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۲۹۴		۱/۰۳۳		
کنترل رفتار ادراک شده	۱۶۸	شاغل	۰/۰۵۹	-۰/۴۰۴	۱/۱۰۷	۲/۸۱	**۰/۰۰۶
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۴۶۳		۰/۹۵۵		
قصد	۱۶۸	شاغل	-۰/۱۳۸	-۰/۰۶۸	۱/۰۵۱	۰/۳۹	۰/۶۹۵
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۲۰۶		۰/۸۵۵		
رفتار	۱۶۸	شاغل	۰/۰۰۶	-۰/۴۷	۰/۸۵۶	۲/۹۱	**۰/۰۰۴
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۴۸۴		۱/۰۸۲		

**سطح معناداری با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱

*سطح معناداری با سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵

• آزمون مقایسه دانشجویان مجازی شاغل و غیرشاغل براساس مؤلفه‌های نظریه رفتاربرنامه‌ریزی‌شده در بین دانشجویان مجازی شاغل و غیرشاغل فقط به جهت کنترل رفتار ادراک‌شده با ۹۵ درصد اطمینان تفاوت معناداری وجود دارد و شاغلان در این حوزه بیشتر از غیرشاغلان کنترل رفتار

ادراک‌شده دارند. این در حالی است که درباره سایر متغیرها نظیر رفتار کارآفرینانه، قصد کارآفرینی، نگرش به کارآفرینی و هنجارهای ذهنی تفاوت معناداری در دو گروه دانشجویان مجازی شاغل و غیرشاغل نشان داده نشد (جدول ۵).

جدول ۵: مقایسه دانشجویان مجازی شاغل و غیرشاغل

متغیرها	تعداد افراد هر گروه	متغیر گروه‌بندی	میانگین	تفاوت میانگین	انحراف معیار	آزمون T	سطح معناداری
نگرش	۱۶۸	شاغل	۰/۳۰۳	۰/۲۲۵	۰/۸۵۹	۰/۸۹۶	۰/۳۷۳
	۶۸	غیرشاغل	۰/۰۷۸		۰/۹۵۳		
هنجارهای ذهنی	۱۶۸	شاغل	۰/۱۳۶	-۰/۰۴۴	۰/۸۳۷	۱/۳۲۴	۰/۱۸۹
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۱۸۰		۰/۷۹۱		
کنترل رفتار ادراک شده	۱۶۸	شاغل	۰/۲۳۸	۰/۰۰۴	۰/۸۶۱	۱/۹۴۲	۰/۰۵
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۲۳۴		۰/۷۴۹		
قصد	۱۶۸	شاغل	۰/۱۸۱	-۰/۰۳۲	۰/۹۷۶	-۰/۱۱۲	۰/۹۱۱
	۶۸	غیرشاغل	۰/۲۱۳		۱/۰۳۶		
رفتار	۱۶۸	شاغل	۰/۲۹۹	۰/۱	۰/۹۵۷	۱/۷۵۴	۰/۸۳
	۶۸	غیرشاغل	-۰/۱۰۰		۱/۱۷۳		

**سطح معناداری با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱

*سطح معناداری با سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵

۵. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف کلی بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن انجام پذیرفته است. این تحقیق با بررسی ۲۳۹ نفر از دانشجویان کارآفرینی صورت گرفته است. نظریه رفتار قصد برنامه‌ریزی‌شده آجزن (۱۹۹۱) عوامل فردی و اجتماعی را به‌منظور توضیح و تفسیر رفتارهای مبتنی بر نیت دربرمی‌گیرد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تفاوت قابل‌توجهی بین دانشجویان حضوری و مجازی در خصوص متغیرهای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده وجود دارد. نگرش کارآفرینی دانشجویان مجازی نسبت به دانشجویان حضوری قوی‌تر است. در سایر عوامل نیز به همین ترتیب است. درواقع، دانشجویان مجازی قوی‌تر از دانشجویان حضوری رفتار کارآفرینانه از خود بروز می‌دهند، قصد بیشتری به کارآفرینی دارند و کنترل رفتار ادراک شده‌شان نیز قوی‌تر است.

می‌توان این موضوع را مرتبط با نظریه دایر (۱۹۹۴) و ویلسون (۲۰۰۷) دانست که آموزش کارآفرینی، علاقه دانشجویان به کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه را افزایش می‌دهد و باتوجه‌به اینکه بیش از ۸۰ درصد دانشجویان مجازی شاغل در بخش دولتی هستند و تجربه کاری اندوخته دارند و از طرفی آموزش‌های کارآفرینی برای ایشان پنجره‌های جدیدی را باز می‌کند، باعث شده تا قصد کارآفرینانه بیشتری داشته و کنترل رفتار ادراک‌شده‌شان افزایش یابد. درواقع، شاغلان بخش دولتی که به‌صورت خودانگیخته و با علاقه و هدف قبلی به آموزش روی آورده و از سرمایه وقت اندک خود بهترین استفاده را می‌برند، کوله‌باری از تجربه‌های مختلف را با خود حمل می‌کنند و مستعدترین افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدیدند و رفتار کارآفرینانه قوی‌تری نسبت به غیرشاغلان نشان می‌دهند. وجود امنیت شغلی و درآمد ثابت نه‌تنها در این قشر باعث کاهش رفتار و نگرش به کارآفرینی نمی‌شود، بلکه فرصتی را ایجاد کرده که بتوانند ریسک‌پذیری و رفتار کارآفرینانه از خود بروز دهند. هرچند در دانشجویان مجازی شاغل فقط کنترل رفتار ادراک‌شده به طور معناداری بیشتر و قوی‌تر از غیرشاغلان است، ولی در دانشجویان حضوری شاغل، که با وقت و انرژی بیشتر و نیروی جوانی و امید به آینده در این دانشکده مشغول به تحصیل و آموزش کارآفرینی هستند، نگرش کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک‌شده و درنتیجه رفتار کارآفرینانه در ایشان قوی‌تر است که می‌توان آن را ناشی از آموزش‌های انگیزشی و تخصصی دانست. درواقع، همانگونه که شاپیرو (۱۹۷۵)، (۱۹۸۲) مطرح می‌کند که نگرش کارآفرینی به عوامل بیرونی مانند ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، رفتارها، مهارت‌ها، فرهنگ و دیگر عوامل مالی و اجتماعی بستگی دارد. فیول و همکارانش (۲۰۰۶) در تحقیقی، که با عنوان «اثر متقابل آموزش‌های کارآفرینی و عوامل زمینه‌ای بر قصد ۲۷۵ دانشجوی کارشناسی ارشد فرانسوی» صورت گرفته است، دریافتند برنامه‌های آموزش کارآفرینی تأثیرات مثبت و قوی را بر قصد کارآفرینانه دانشجویان ایفا می‌کند. همچنین، داگلاس و شفرد (۲۰۰۲) بیان می‌کنند نگرش مثبت‌تر به ریسک و استقلال به قصد کارآفرینانه قوی‌تر منجر می‌شود و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده نیز بیان می‌کند که نگرش مقدم بر قصد کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه مقدم بر رفتار است.

در تحقیقات دیگری از مایکل لورز (۲۰۱۱) ثابت شده است که برنامه‌های آموزشی کارآفرینی اثرات قابل‌توجهی بر نگرش نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی دارند در تحقیق لینان (۲۰۰۴) آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث در نظر گرفته شده است. آموزش کارآفرینی نه‌تنها قصد کارآفرینانه را ارتقا می‌بخشد بلکه رفتارهای کارآفرینانه پس از مرحله استارت‌آپ را تقویت می‌کند باتوجه به یافته‌های تحقیق موارد زیر صورت پذیرد: ایجاد سرفصل‌های آموزشی مستقل برای دانشجویان تا بتوانند در زمینه رشته تحصیلی خود، فعالیت داشته و تحت‌نظر استادان موارد آموزشی

کارآفرینی را فراگیرند؛ فراهم‌ساختن امکانات مناسب برای راه‌اندازی کسب‌وکار توسط دانشجویان و افزایش تعامل بیشتر با استادان در این مسیر برای یادگیری کاربردی کارآفرینی؛ سیاست‌گذاری برنامه‌های دانشکده کارآفرینی در برگزاری بیشتر کنفرانس‌ها، کارگاه‌های آموزشی، سمینارها، ملاقات با کارآفرینان برای دانشجویان؛ دوری از نظری بودن کامل سر فصل‌های آموزشی و کاربردی کردن هرچه بیشتر واحدهای درسی به‌منظور انگیزش بیشتر دانشجویان و علاقه‌مندی بیشتر آنها به این مسیر. تغییر جامعه آماری تحقیق و بررسی دانشجویان در دو بازه پیش از آغاز آموزش‌های کارآفرینانه و پس از اتمام آموزش‌های کارآفرینانه و بررسی تأثیر این آموزش‌ها بر قصد کارآفرینانه دانشجویان؛ استفاده از جامعه آماری متفاوت و غیردانشجو و بررسی آموزش‌های کارآفرینانه در مراکز مختلف آموزشی و مقایسه آن با آموزش‌های ارائه‌شده در دانشکده کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان.

مراجع

- آراستی، زهرا؛ سعیدبنادکی، سعیده و ایمانی‌پور، نرگس. (۱۳۹۰). نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های غیر مدیریت. *توسعه کارآفرینی*، ۴(۱۴)، ۱۰۷-۱۲۴.
- الوانی، مهدی؛ مقیمی، محمد؛ آذر، عادل و رحمتی، محمدحسین (۱۳۹۰). تحلیل نظام خط‌مشی‌گذاری در نظام آموزش کارآفرینی در ایران. *توسعه کارآفرینی*، ۳(۹)، ۷-۳۵.
- بارانی، شهرزاد؛ زرافشانی، کیومرث؛ دل‌انگیزان، سهراب و حسینی لرگانی، مریم (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام‌نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۵۷، ۸۵-۱۰۵.
- یدالهی فارسی؛ جهانگیر رضوی، مصطفی و زالی، محمدرضا (۱۳۸۸). خلاصه مدیریتی: ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران بر اساس مدل GEM. دفتر دیده‌بان کارآفرینی.
- خاقانی، طیب، ملاحسینی، علی و فرقانی، محمد علی (۱۳۹۱). بررسی مدل‌های قصد کارآفرینانه و خوداشتغالی دانشجویان. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش بنیان.
- سعیدی مهرآباد و مهتدی، محمدمهدی (۱۳۸۷). تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی). *توسعه کارآفرینی*، ۱(۲)، ۵۷-۷۴.
- شریف، مصطفی؛ جمشیدیان، عبدالرسول؛ رحیمی، حمید و نادری، ناهید (۱۳۹۰). تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران. *توسعه کارآفرینی*، ۴(۱)، ۸۷-۱۰۶.
- علی‌میری، مصطفی (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها، چالش‌ها. *توسعه کارآفرینی*، ۱(۱)، ۱۳۳-۱۶۹.
- فراهانی، ابوالفضل؛ گودرزی، محمود و نادری، ندا (۱۳۸۹). نقش آموزش‌های رسمی و برنامه‌های کمک درسی رشته تربیت بدنی در مقطع کارشناسی ارشد در تأمین مهارت کارآفرینی کارآفرینی دانشجویان از نظر دانش‌آموختگان. *مدیریت ورزشی*، ۲(۶)، ۱۰۱-۱۱۹.

۱۲۶ تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده ...

- مقیمی، محمد و احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها. توسعه کارآفرینی، ۱(۱)، ۲۰۷-۲۴۵.
- AbdulKadir, M. B.; Salim, M. and Kamarudin, H. (2012). The relationship between educational support and entrepreneurial intentions in Malaysian higher learning institution, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 69, 2164 – 2173.
- Basu, A. and Virick, M. (2008) Assessing entrepreneurial intentions amongst students: A comparative study, *12th Annual Meeting of the National Collegiate of Inventors and Innovators Alliance*, Dallas, USA.
- Bolton, D. and Lane, M. (2011). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education and Training*, 54, 219-233.
- Charney, A.; Libecap, G. and Center, K. (2000). The impact of entrepreneurship education: An evaluation of the Berger entrepreneurship program at the University of Arizona, 1985-1999.
- Che Mat, S.; Maat, S. and Mohd, N. (2015). Identifying factors that affecting the entrepreneurial intention among engineering technology students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1016 – 1022.
- Din, H.; B. Rahim Anuar, A. and Usman, M. (2016). The effectiveness of the entrepreneurship education program in upgrading entrepreneurial skills among public university students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 117 – 123.
- Fatoki, O. (2014). The entrepreneurial intention of undergraduate students in South Africa: The influences of entrepreneurship education and previous work experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7).
- Fayolle, A.; Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (2006-A). Assessing the impact of entrepreneurship education programs: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30, 701-720.
- Fayolle, A.; Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (2006-B). Effect and counter-effect of entrepreneurship education and social context on student's intentions. *Estudios de Economía Aplicada*, 24, 509-523.
- Harris, M. and Gibson, S. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education and Training*, 50, 568-581.
- Hattab, W. H. (2014). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Egypt. *Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-18.
- Hadi, Ch.; Suardi Wekke, I. and Cahaya, A. (2015). Entrepreneurship and education: creating business awareness for students in east java Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 177, 459 – 463.
- Hussain, A. (2015). Impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intentions of Pakistani students. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 2(1).
- Ismail, K.; Ahmad Anuar, M.; Wan Omar, W. Z.; Aziz, A. A., Seohod, K. and Akhtar, CH, SH. (2015). Entrepreneurial intention, entrepreneurial orientation of faculty and students towards commercialization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 349 – 355.

- Ismail, M.; Khalid, S. A.; Othman, M.; Jusoff, K.; Abdul Rahman, N.; Mohammed Kassim, k. and Shekh Zain, R. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4(10): 54-60.
- Karaduman, M.; and Sami Mencet, M. (2013). Attitude and approaches of faculty members regarding formal education and distance learning programs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 106. 523 – 532.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1):47-57.
- Küttim, M.; Kallaste, M.; Venesaar, U. and Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students entrepreneurial intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110.658 – 668.
- Liñán, F. and Chen, Y.-W. (2006). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. Departament d'Economia de l'Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Mamman, A. (2014). Entrepreneurship education and capacity building: an empirical study of final year (HND II) students of polytechnics in Nigeria. *International Journal of Advanced Research in Business*, 1(2), 2013-14.
- Middleton, W. and Karen. L. (2010). Developing entrepreneurial behavior. Department of Technology Management and Economics, Chalmers University of Technology. Thesis for the degree of doctor of philosophy. Chalmers University of Technology.
- Maresch, D.; Harms, R.; Kailer, N. and Wimmer-Wurm, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172–179.
- Nyello, R.; Kalufya, N.; Rengua, C.; Nsolezi, M. and Ngirwa, Ch. (2015). Effect of entrepreneurship education on the entrepreneurial behavior: The case of graduates in the higher learning institutions in Tanzania. *Asian Journal of Business Management*, 7(2): 37-42.
- Packham, G.; Jones, P.; Miller, C.; Pickernell, D. and Thomas, B. (2010). Attitudes towards entrepreneurship education: A comparative analysis. *Education and Training*, 52, 568-586.
- Pfeifer, S.; Peterka, S., O. and Jeger, M. (2007). Assessing entrepreneurship education programs in Croatian higher education area: ICSB International Conference-At Crossroads of East and West: New Opportunities for Entrepreneurship and Small Business, Turku, Finland, 13-15.06.2007. Available at: <https://www.bib.orb.hr/515656>.
- Raposo, M. and Paço, A. d. (2011). Entrepreneurship education: relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453-457.
- Rittippant, N.; Kokchang, W.; Vanichkitpisan, P. and Chompooodang, S. (2011). Measure of entrepreneurial intention of young adults in Thailand. EPPM, Singapore, 20-21. *Proceedings of the International Conference on Engineering, Project, and Production management (EPPM 2011)*, 20-21 September 2011, Singapore, 215-226.
- Schwab, K. (2013). The global competitiveness report, 2013–2014.
- Sluis, J. V.; Praag, M. V. and Vijverberg, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: A review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22, 795–841.

- Stamboulis, Y. and Barlas, A. (2014). Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 365-373.
- Tautila, V. and Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education and Training*, 54, 744-760.
- Tudor, S. L. (2013). Formal - non-formal – informal in education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 76, 821 – 826.
- Yamat, H. (2010). Managing linguistic diversity through informal and non formal education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 7, 707–713.