

رابطه باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی با رفتار کارآفرینانه دانشجویان

دکتر کاترین فکری

استادیار گروه مشاوره، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی ، مرودشت ، ایران

دکتر عبدالله شفیع آبادی

استاد دانشگاه علامه طباطبائی

پریسا زابلی

کارشناسی ارشد مشاوره، مشاور تحصیلی آموزش و پرورش استان تهران شهرستان شهریار

یاسمین زارع

دانش اموزخته کارشناسی ارشد گروه مشاوره، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی ، مرودشت ، ایران

مرجان رضوی قهفرخی

دانش اموزخته کارشناسی ارشد گروه مشاوره، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی ، مرودشت ، ایران

چکیده پژوهش

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت بود. جامعه آماری کلیه دانشجویانی بودند که در محدوده زمانی اجرای پژوهش در دانشکده های علوم انسانی و علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کلاس داشتند. نمونه گیری به شیوه خوشه ای تک مرحله ای انجام شد. بدین شکل که ابتدا از بین کلاس های دانشکده علوم انسانی تعدادی کلاس و از بین کلاس های دانشکده علوم تربیتی تعدادی کلاس انتخاب شد و دانشجویان آن کلاس ها به پرسشنامه های باورهای کاریابی، نگرش به کسب و کار خانگی ، خودکارآمدی عمومی ، و رفتار کارآفرینانه پاسخ دادند. سپس داده ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون تجزیه و تحلیل شدند و نتایج نشان داد که بین باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه رابطه معنادار وجود دارد و بین سه متغیر ذکر شده نگرش به کسب و کار خانگی بیشترین قدرت پیش بینی و خودکارآمدی عمومی کمترین قدرت پیش بینی رفتار کارآفرینانه را دارا بوده است.

کلیدواژه ها : باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی ، خودکارآمدی عمومی ، رفتار کارآفرینانه

مساله بیکاری به دلیل افزایش جمعیت جوانان، رشد و پیشرفت تکنولوژی و به تبع آن جایگزین شدن ماشین آلات صنعتی به جای نیروی انسانی، ناهماهنگی بین نیازهای بازار کار با آن چه در نظام آموزشی تدریس می شود، پایین بودن نرخ سرمایه گذاری یا عدم استفاده مطلوب از سرمایه گذاری های انجام شده در کشور، کمبود تخصص و مهارت نیروی کار، ضعف برنامه ریزی صحیح در جهت توسعه اقتصادی، ضعف فرهنگ کار در کشور، در نظر نگرفتن سرمایه گذاری لازم برای ایجاد مراکز فنی- حرفه ای و کارآفرینی^۱ و... یکی از مسائل اساسی جامعه امروز است و هرگز نباید مورد غفلت قرار گیرد (کشاورزی، ۱۳۸۶؛ انصار الحسینی، ۱۳۸۸؛ شفیع آبادی، ۱۳۹۲).

هر دانشجو پس از فارغ التحصیلی چهار گزینه پیش رو دارد: (۱) ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر که بازهم در آینده ای نه چندان دور نیاز به برنامه ریزی برای اشتغال دارد و فقط مدت کوتاهی این تصمیم گیری و برنامه ریزی را به تعویق می اندازد، (۲) استخدام که در حال حاضر به سختی صورت می گیرد و غالباً بصورت استخدام دائم نیست لذا با کوچکترین تغییر و تحولی ممکن است فرد شغل خودش را از دست بدهد، (۳) خویش فرمایی یعنی در استخدام هیچ سازمان و شرکتی نبودن و کار کردن برای خود بدون ایجاد موقعیت شغلی برای دیگران، و (۴) کارآفرینی به معنی ایجاد شغل برای خود و دیگران. در این بین کارآفرینی فواید بیشتری دارد از جمله این که کارآفرینان برای خودشان کار می کنند و پول و رفاه بیشتری بدست می آورند، کارآفرینان برای ایجاد شغل جدید باید کارهای مختلفی را انجام بدهند و همین تنوع باعث رضایت درونی آنان می شود، و مهم تر از همه این که کارآفرینان برای ایجاد شغل جدید از تمام دانش و مهارتی که در دوران تحصیل کسب کردند استفاده می کنند در حالی که استفاده از تمام دانش و مهارت آموخته شده حین تحصیل در یک سازمان یا شرکت امکان پذیر نیست. به علاوه کارآفرینی منبع عمده اشتغال، رشد اقتصادی، نوآوری، ارتقاء کیفیت محصول و خدمات، رقابت اقتصادی، و تحرک اجتماعی در سطح جامعه است (چیوایی، ۱۳۸۷؛ هیسریچ^۲ و همکاران، ۲۰۰۷). بر همین اساس دانشگاه های کشورهای توسعه یافته در سراسر دنیا به مقوله کارآفرینی توجه نموده اند و لازم است که ما نیز به پرورش دانشجویان کارآفرین بیش از پیش بپاایندیشیم. در این راه شناخت متغیرهای مرتبط و پیش بینی کننده رفتار کارآفرینانه دانشجویان یکی از راهکارهای مناسب برای برنامه ریزی جهت پرورش کارآفرینی در دانشگاه است که مطالعات کمتری درباره اش صورت گرفته است. لذا در این پژوهش برآن شدیم تا سه رابطه سه متغیری که به نظر می رسد می تواند با کارآفرینی ارتباط داشته باشد را با روز رفتار کارآفرینانه بررسی کنیم.

مفهوم خود کارآمدی از سوی بندورا در سال ۱۹۷۷ مطرح شد. در الگوی یادگیری بندورا، خودکارآمدی یک ساختار شناختی معرفی می شود که در آن تجارب یادگیری بر روی هم انباشته می شود و موجب این باور یا انتظار می گردد که فرد قادر به انجام موفقیت آمیز یک وظیفه یا اقدام است. انتظارات خود کارآمدی واسطه های مهمی برای رفتار محسوب می گردد. از نظر بندورا خود کارآمدی است که تعیین کننده آغاز یا عدم آغاز از سوی فرد، میزان تلاشی که در آن مصرف می دارد، و میزان پشتکار و استقامت او در آن فعالیت در مواجهه با موانع و مشکلات می باشد. باورهای کاریابی همانطور که آرولمانی در سال ۲۰۰۴ گفته یکی دیگر از متغیرهای مهم در تصمیم گیری شغلی است. باورها را می توان تحت عنوان احتمال ذهنی وجود یک ارتباط بین

^۱ - entrepreneurship

^۲ - Hisrich,R

موضوع مورد باور، برخی موضوعات، ارزش ها، مفاهیم یا اسنادها تعریف نمود. باورهای کاریابی به داوری های ذهنی فرد نسبت به خود در ارتباط با انتخاب شغل اشاره دارد و جریان تصمیم گیری شغلی را تحت تاثیر قرار می دهد. یکی دیگر از روش های کاریابی که شیوع فراوانی در کل دنیا پیدا کرده است کسب و کار خانگی است. کسب و کار خانگی به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی می شود گفته می شود. کسب و کار خانگی از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضه محصول یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشوری می شوند و برای جوانان نقطه شروع مناسبی برای راه اندازی کسب و کار شخصی است (آگزين و فیشبین^۳، ۱۹۷۵؛ هلمز، و اسمیت و کن^۴، ۱۹۹۷؛ استانجر^۵، ۲۰۰۰؛ دیگلمان و سابیح^۶، ۲۰۰۱، به نقل از حق شناس، عابدی، حسینیان، باغبان، سمیعی، و صالحی، ۱۳۸۹).

بررسی پیشینه تحقیقات انجام شده نشان می دهد که رابطه خودکارآمدی با کارآفرینی در برخی از پژوهش ها بررسی و تایید شده است. لیکن ارتباط دو متغیر دیگر یعنی باورهای کاریابی و نگرش کسب و کار خانگی علیرغم جستجوهای فراوان محقق مورد بررسی قرار نگرفته بود. همچنین پژوهشی که بطور همزمان قدرت پیش بینی کنندگی این سه متغیر را روی رفتار کارآفرینانه مورد مقایسه قرار داده باشد یافت نشد. بنابراین پژوهش حاضر با هدف رفع خلاهای موجود تحقیقاتی در این زمینه بدنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا بین خودکارآمدی عمومی، باورهای کاریابی و نگرش به کسب و کار خانگی با رفتار کارآفرینانه دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد؟

پیشینه تحقیقات انجام شده

- بوید و همکاران (۱۹۹۴) طی پژوهش هایی نشان داده اند که خودکارآمدی، متغیر شناختی اصلی در عملکرد کارآفرین است. دیرمول (۲۰۰۲) که در زمینه رفتار کارآفرینانه و ارتباط آن با ادراک افراد انجام داده براین نقطه نظر تاکید دارند که ادراک افراد بر رفتار کارآفرینانه موثر است (به نقل از دهقانی و همکاران، ۱۳۹۲).
- فان، ونگ، و وانگ^۷ (۲۰۰۲) در پژوهشی روی دانشجویان دانشگاه سنگاپور به مطالعه ویژگی های دانشجویان به عنوان عوامل راه اندازی کارآفرینی پرداختند. این ویژگی ها شامل تجارب، باورها درباره سازماندهی، و نگرش نسبت به کارآفرینی بودند. نتایج نشان داد که باورها نقش واسطه ای بین نگرش ها و گرایش به کارآفرینی دارند و در نتیجه باورها و نگرش ها پیش بینی کننده قوی برای گرایش به کارآفرینی هستند.

^۳- Agzen & Fishbin

^۴- Holmes, Smith, & Cane

^۵- Stanjer

^۶- Digelman & Subich

^۷ Phan, Wong & Wang

- پون، آینادین و جونت^۸ (۲۰۰۶) در مطالعه ای به بررسی روابط بین سه متغیر مفهوم خود، جهت گیری کارآفرینی، و عملکرد موسسه با استفاده از داده های نظر سنجی از ۹۶ کارآفرینان پرداختند. گرایش به کارآفرینی، توجه به ابعاد نوآوری، تمایل به ریسک پذیری، و پرکاری به عنوان عوامل میانجی در رابطه مفهوم خود با عملکرد موسسه در نظر گرفته شدند. نتایج نشان داد که منبع کنترل درونی ارتباط مثبت با عملکرد موسسه دارد، و جهت گیری کارآفرینی نقش واسطه ای در این رابطه ندارد. در مقابل، خودکارآمدی عمومی هیچ اثر مستقیم بر عملکرد موسسه ندارد اما از طریق اثر بر جهت گیری کارآفرینی عملکرد موسسه را تحت تاثیر قرار داده. در نهایت، انگیزه پیشرفت به طور قابل توجهی به جهت گیری کارآفرینی و یا عملکرد موسسه ارتباط ندارد.
- ویلسون، کیکول و مارلینو^۹ (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی رابطه جنسیت، خودکارآمدی کارآفرینی، و نیات کارآفرینی برای دو گروه نمونه نوجوانان و بزرگسالان کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی پرداختند. نتایج نشان داد بین خودکارآمدی و حرفه ارتباط وجود دارد، خودکارآمدی کارآفرینی بین هر دو جنس یکسان است و تاثیر آموزش کارآفرینی در برنامه های مدیریت بازرگانی بر خودکارآمدی زنان بیش از مردان است.
- باربوسا، گرهارد^{۱۰} و کیکول (۲۰۰۷) در مطالعه ای به بررسی سبک شناختی و ریسک پذیری در خودکارآمدی کارآفرینی و نیات کارآفرینی پرداختند. بدین منظور یک نمونه ۵۲۸ نفری از دانشجویان کارآفرینی در سه دانشگاه را بررسی کردند. نتایج نشان داد که افراد با ریسک پذیری بالا سطوح بالاتری از نیات کارآفرینی و کارآمدی را در شناسایی فرصت ها نشان دادند. در حالی که افراد با سطح پایین ریسک پذیری سطوح پایین تری از نیات کارآفرینی و خودکارآمدی را در روابط و تحمل نشان دادند. همچنین مشخص شد که افراد با سبک شناختی شهودی نیز خودکارآمدی پایین تری در ارتباط با سرمایه گذاران، مدیریت اقتصادی برای سرمایه گذاری جدید، و ظرفیت برای تحمل ابهام. دارند. در عین حال افراد شهودی که ریسک پذیری بالایی داشتند سطوح بالاتری از خودکارآمدی شناسایی فرصت ها را به نمایش گذاشتند.
- کیکول، مارلینو، باربوسا، و گریفتس^{۱۱} (۲۰۰۹) در پژوهشی به بررسی روابط بین جنس، تحصیلات کارآفرینی، و خودکارآمدی کارآفرینی با نیت و رفتار پرداختند. بدین منظور داده های حاصل از گروه های نمونه مختلف در سه سطح مختلف آموزش رشد شغلی یعنی دانش آموزان راهنمایی و دبیرستان، دانشجویان مدیریت بازرگانی، و بزرگسالان شاغل جمع آوری شد. نتایج تجزیه و تحلیل بر اهمیت خودکارآمدی کارآفرینی به عنوان یک جزء کلیدی در فهم علاقه کارآفرینی و انتخاب انتخاب شغل واقعی تاکید داشت و تاثیر مثبت تحصیلات کارآفرینی بر خودکارآمدی در زنان نسبت به مردان قوی تر بود.

^۸ Poon, Ainuddin, & Junit^۹ Wilson, Kickul & Marlino^{۱۰} Barbosa & Gerhardt^{۱۱} Griffiths

- لی وی، هارت، و انی دایک دنس^{۱۲} (۲۰۰۹) در پژوهشی روی ۵۰۰۰ فرد ۱۸ تا ۴۴ ساله در انگلیس تاثیر آموزش یا کسب و کار را بر شناخت فرصت های کارآفرینی و تقویت مهارت های کارآفرینی در بین فارغ التحصیلان و غیر فارغ التحصیلان دانشگاهی بررسی کردند. نتایج نشان داد که ترکیب آموزش های دانشگاهی و آموزش های محل کسب و کار می تواند قابلیت کارآفرینی همه جانبه ای را برای فارغ التحصیلان و غیر فارغ التحصیلان فراهم کند.
- مارتینز کمپو^{۱۳} (۲۰۱۱) در پژوهشی به بررسی نقش واسطه ای جنسیت در رابطه بین خودکارآمدی با رشد نیت فردی برای تبدیل شدن به کارآفرین در یک گروه ۶۱ نفری از دانشجویان مقطع کارشناسی در برانکیا- کلمبیا پرداخت و متوجه شد که خودکارآمدی کارآفرینی این قابلیت را دارد که باور یک مرد یا زن را در زمینه احتمال تکمیل وظایفش برای موفقیت در شروع و ایجاد یک کسب و کار جدید تغییر بدهد.
- تاپ ، کالکوگلو ، و دیلک^{۱۴} (۲۰۱۲) در تحقیقی به بررسی رابطه بین جهت گیری کارآفرینی با خودکارآمدی در دانش آموزان شرکت کننده در برنامه های شغلی دبیرستان مثل مدیریت کسب و کار، برنامه نویسی کامپیوتر، تسهیلات و پخت و پز غذا ، مراقبت از پوست و مو... در ترکیه پرداختند و متوجه شدند که حمایت های اجتماعی و اعمال پدر و مادر و معلمان و دوستان روی خودکارآمدی دانش آموزان موثر است و دانش آموزان دارای احساس خودکارآمدی بالا اعتماد به نفس بیشتر و درک روشن تری از فرصت ها دارند. بنابراین آنان نتیجه گرفتند که خودکارآمدی یک عامل مهم در موفقیت آینده و قصد کارآفرینی دانش آموزان است.
- شینر، هسو و پاول^{۱۵} (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی رابطه خودکارآمدی ، نیت کارآفرینی و جنسیت در بین گروهی از دانش جویان پرداختند و متوجه شدند که بین خودکارآمدی با نیت کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و جنسیت نقش تعدیل کننده را در این رابطه بازی می کند.
- صالحی ، عابدی ، و فرحبخش (۱۳۸۵) در پژوهشی " رابطه باورها و خودکارآمدی کاریابی را با رفتار کاریابی زنان بیکار شهرکرد" بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین خودکارآمدی کاریابی و رفتار کاریابی رابطه معنادار وجود دارد و خودکارآمدی کاریابی رفتار کاریابی را پیش بینی می کند اما بین باورهای کاریابی و رفتار کاریابی رابطه معنادار وجود ندارد.
- صادقی ، غضنفری ، و عبداللهی (۱۳۸۶) تحقیقی با هدف بررسی رابطه خودکارآمدی با رفتار کارآفرینانه انجام دادند. به همین منظور یک نمونه ۱۰۰ نفری از کارآفرینان منطقه شهرستان شهرضا به شیوه نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند و برای جمع آوری اطلاعات از دو پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش آماری ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. نتایج نشان داد که در مرحله اول «اطمینان به عملی ساختن ایده خود» به تنهایی ۳/۴۴ درصد واریانس خود کارآمد کارآفرینی را تبیین

^{۱۲} Levie, Hart & Anyadike Danes^{۱۳} Martinez Campo^{۱۴} Top, Çolakoglu & Dilek^{۱۵} Shinner , Hsu, Powell

می کند و در مرحله دوم «توسعه محیط کار جهت ترغیب دیگران به فعالیت های» تازه به تنهایی ۶/۱۷ درصد واریانس و به طور همزمان ۹/۶۱ درصد واریانس خود کارآمدی کارآفرینی را تبیین می کنند. در مرحله سوم «به پایان رسیدن موفقیت آمیز هر کار جدید» به تنهایی ۱/۱۳ درصد و همزمان با دو متغیر اول ۷۵ درصد واریانس خود کارآمد کارآفرینی را تبیین می کنند. همچنین نتایج نشان داد که خود کارآمدی همبستگی مثبت معناداری با رفتار کارآفرینی دارد. نتایج دیگر نشان داد که جنسیت کارآفرینان پیش بینی کننده معنادار خود کارآمدی کارآفرینی است و میزان سرمایه در ابتدای کار پیش کننده معنادار رفتار کارآفرینانه می باشند.

- صادقی و غضنفری و عبدالحی (۱۳۸۸)، به نقل از دهقانی، هنرپروران، و فکری (۱۳۹۲) در پژوهشی عوامل شکل گیری رفتارهای کارآفرینانه را بررسی و به دو دسته عوامل درون فردی و برون فردی تقسیم کرده اند. در این مطالعه خودکارآمدی یکی از مهم ترین عوامل درون فردی که بر رفتار کارآفرینانه اثرگذار بود شناخته شده است. همچنین مشخص شده است که خودکارآمدی به تشخیص فرصت های کارآفرینی کمک می کند.
- حجازی، صادقی، و خاکی (۱۳۹۰) در پژوهشی " رابطه نگرش شغلی را با احساس کارآمدی معلمان مقطع راهنمایی کهریزک " بررسی کرد. نتایج نشان داد بین نگرش شغلی معلمان و مولفه های آن با احساس کارآمدی معلمان رابطه معنادار وجود دارد. همچنین روابط این متغیرها در هر دو جنس معنادار بوده است.
- حیدری، جلالی، غلامی، و محمدی نژاد (۱۳۹۱) در تحقیقی " رابطه خودکارآمدی کارآفرینی و باورهای کاریابی و تصمیم گیری شغلی " بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین خودکارآمدی و تصمیم گیری، بین خودکارآمدی و باورهای کاریابی و بین تصمیم گیری و باورهای کاریابی رابطه مثبت وجود دارد.
- دیندارلو، محمد زاده و کشاورز (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی رابطه خودکارآمدی با کارآفرینی کارکنان دانشگاه آزاد شهرستان مرودشت پرداختند. با استفاده از نمونه گیری طبقه ای تصادفی ۱۳۶ کارمند از بین ۲۱۱ کارمند دانشگاه انتخاب شدند و به پرسشنامه های خودکارآمدی و کارآفرینی پاسخ دادند. نتایج نشان داد که بین خودکارآمدی و مولفه های آن شامل میل به تلاش برای پیشرفت و مقاومت در برابر موانع رابطه وجود دارد و میل به تلاش برای پیشرفت می تواند کارآفرینی را پیش بینی کند.
- تقی پور و نور الائی (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی رابطه بین پیشرفت تحصیلی درس کارآفرینی با نگرش شغلی روی دانشجویان دانشگاه های علمی - کاربردی شهرستان چالوس انجام دادند. به شیوه تصادفی و براساس جدول مورگان ۱۲۳ دانشجو انتخاب و به پرسشنامه پژوهش پاسخ دادند. نتایج نشان داد بین نگرش شغلی و مولفه های آن شامل تمایل به خودکارآمدی، رضایت شغلی، علاقه شغلی، و احساس شغلی با پیشرفت تحصیلی درس کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
- حسن پور، حسینی، و صغری (۱۳۹۲) در پژوهشی " رابطه خودکارآمدی و تمایل به کارآفرینی فردی را در بین دانشجویان دانشگاه شاهد بررسی کردند. نتایج نشان داد بین خودکارآمدی بر طبق جنسیت با تمایل به کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد که در پسران قوی تر از دختران است و همچنین هرچه مقطع تحصیلی دانشجویان بالاتر باشد همبستگی خود کارآمدی با تمایل به کارآفرینی بالاتر است.

- دهقانی ، هنرپوران ، و فکری (۱۳۹۲) در پژوهشی " رابطه رفتار کارآفرینانه را با خودکارآمدی و عملکرد تحصیلی " بررسی کردند . نتایج نشان داد که بین رفتار کارآفرینانه و سه بعد آن شامل شناخت فرصت ها ، تصمیم گیری ، و تعیین راهبردها با خودکارآمدی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
- حسینیان ، پردلان ، عابدی ، نیلفروشان ، و حیدری (۱۳۹۳) در تحقیقی به پیش‌بینی خودکارآمدی کاریابی و تصمیم گیری شغلی بر اساس سبک های دلبستگی پرداختند . جامعه این پژوهش عبارت بود از تمام دانشجویان دانشگاه اصفهان که در سال ۹۳-۹۲ مشغول به تحصیلی بودند و از میان جامعه آماری نمونه ای به حجم ۱۸۰ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد. داده ها با استفاده از پرسشنامه سبک های دلبستگی هازن و شیور (۱۹۸۷)، خودکارآمدی کاریابی صالحی (۱۳۸۴) و خودکارآمدی تصمیم گیری شغلی بتز (۱۹۹۶) گردآوری شدند و با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان دادن که سبک های دلبستگی دوسوگرا و ایمن ۴۹ درصد متغیر خودکارآمدی تصمیم گیری شغلی و ۳۷ درصد متغیر خود کارآمدی باور های کاریابی را پیش بینی می کنند.
- رضانی (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان رشته های کشاورزی و آزمون اثر تعدیلگری متغیر جنسیت در این رابطه پرداخت. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۶۹ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان بودند که تعداد ۲۸۵ تن از آن ها از طریق روش نمونه گیری طبقه ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. نتایج تحقیق نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه اثر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینانه داشت و در حدود ۴۰ درصد از واریانس آن را تبیین کرد. همچنین، بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد که متغیر جنسیت از اثر تعدیلگری در رابطه بین قصد کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه برخوردار بود؛ به نحوی که این رابطه برای دانشجویان دختر غیرمعنادار، ولی برای دانشجویان پسر مثبت و معنادار بود.
- حیدری ، مدنی و رستمی (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی رابطه بین انگیزه موفقیت، نوآوری، تحمل ابهام، خودکارآمدی، عزت نفس و خود شکوفایی با جهت گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی خمین پرداختند. نمونه از این مطالعه شامل ۴۰۰ نفر از دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی خمین در سال ۲۰۰۹-۲۰۱۰ بودند که با توجه به نمونه برداری خوشه ای انتخاب شدند .برای جمع آوری داده ها، آزمون جهت گیری کارآفرینی ، پرسشنامه انگیزه موفقیت، مقیاس نوآوری، مقیاس تحمل ابهام، پرسشنامه خودکارآمدی، پرسشنامه عزت نفس، و پرسشنامه خودشکوفایی مورد استفاده قرار گرفت .نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که گرایش کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری با متغیرهای انگیزه موفقیت، نوآوری، اعتماد به نفس، خودکارآمدی، خودشکوفایی ، عزت نفس و تحمل ابهام دارد .نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد که متغیر انگیزه پیشرفت قدرت پیش بینی عزت نفس و جهت گیری کارآفرینی را در دانشجویان دانشگاه دارد.

روش پژوهش

مطالعه توصیفی از نوع همبستگی زیرا این پژوهش بدنبال تبیین رابطه باورهای کاریابی با رفتار کارآفرینانه است. جامعه آماری پژوهش کلیه دانشجویان دانشکده های علوم تربیتی و علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت در سال تحصیلی

۹۳-۹۴ بودند. نمونه گیری به شیوه خوشه ای تک مرحله انجام شد. بدین ترتیب که از بین کلاس های هر دانشکده تعدادی به تصادف انتخاب شدند و پرسشنامه روی دانشجویان آن کلاس ها اجرا شد. ابزار اندازه گیری چهار پرسشنامه باورهای کاریابی، نگرش به کسب و کار خانگی، خودکارآمدی عمومی و رفتار کارآفرینانه بود که مشخصات آن ها به شرح زیر است:

الف- پرسشنامه خودکارآمدی عمومی: این مقیاس برای سنجش خودکارآمدی توسط شرر^۶ ساخته شده و توسط براتی (۱۳۷۵)، به نقل از حق شناس و همکاران، (۱۳۸۹) ترجمه و اعتباریابی شده است. دارای ۱۷ سؤال است که با ۵ گزینه کاملاً مخالفم، مخالفم، خد وسط، موافقم، و کاملاً موافقم نمره گذاری می شود. سئالات ۱، ۳، ۸، ۹، ۱۳، و ۱۵ از راست به چپ نمره ۱ تا ۵ می گیرند و بقیه سئالات معکوس نمره گذاری می شوند. ضریب پایایی آزمون با استفاده از روش دو نیمه کردن آزمون گاتمن برابر ۰/۷۶ و از طریق ضریب آلفای کرانباخ ۰/۷۹ گزارش شده است. همچنین همبستگی های بدست آمده با دو مقیاس عزت نفس و خودارزیابی با مقیاس خودکارآمدی در جهت تایید اعتبار سازه آزمون بوده است.

ب - پرسشنامه باورهای کاریابی: این مقیاس توسط صالحی (۱۳۸۴)، به نقل از حق شناس و همکاران، (۱۳۸۹) ساخته شده و دارای ۱۳ سؤال است. هر سؤال با ۵ گزینه کاملاً موافق، موافق، تا حدودی مخالف، و کاملاً مخالف دارد نمره گذاری می شود که به ترتیب نمره ۵، ۴، ۳، ۲، و ۱ می گیرند. سئالات ۶، ۷، ۱۲، و ۱۳ معکوس نمره گذاری می شوند. پایایی این مقیاس با استفاده از نمونه ۶۰ نفری و محاسبه ضریب آلفای کرانباخ ۰/۸۲ گزارش شده است.

ج- پرسشنامه نگرش به کسب و کار خانگی: این مقیاس توسط زمانی (۱۳۸۵)، به نقل از حق شناس و همکاران، (۱۳۸۹) ساخته شد. دارای ۲۴ سؤال است. هر سؤال ۵ گزینه کاملاً موافق، موافق، تا حدودی مخالف، و کاملاً مخالف دارد که به ترتیب ۵، ۴، ۳، ۲، و ۱ نمره می گیرند. پایایی این مقیاس با استفاده از نمونه ۵۰ نفری و محاسبه ضریب آلفای کرانباخ ۰/۸۳ گزارش شده است.

پرسشنامه رفتار کارآفرینانه: این مقیاس توسط فکری، شفیعی آبادی، نورانی پور، و احقر (۱۳۹۱) ساخته شده است. ۲۰ سؤال دارد که با دو گزینه بلی و خیر نمره گذاری می شود. گزینه بلی نمره ۱ و گزینه خیر نمره صفر می گیرد. حداقل نمره صفر و حداکثر نمره ۲۰ و نقطه برش ۱۰ است. روایی محتوایی این آزمون توسط متخصصان تایید شده است و روایی ملاکی آن با مقایسه نمرات افراد عادی و کارآفرین مناسب ارزیابی شده است. اعتبار آن از طریق محاسبه ضریب آلفای کرانباخ ۰/۹۰ محاسبه شده است. داده ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و ضریب تعیین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته ها

فرضیه ۱ پژوهش: بین باورهای کاریابی، نگرش به کسب و کار خانگی، و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد.

^۶- Sherer

جدول ۱ نتایج ضرایب همبستگی پیرسون جهت بررسی رابطه باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه

شاخص متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	R میزان	سطح معنادارای
رفتار کارآفرینانه	۱۱/۰۹	۵/۵۹	۰/۱۳۴	۰/۰۳
باورهای کاریابی	۴۴/۸۸	۵/۹۸		
رفتار کارآفرینانه	۱۱/۰۹	۵/۵۹	۰/۱۹۲	۰/۰۰۱
نگرش به کسب و کار خانگی	۸۴/۴۲	۱۳/۸۰		
رفتار کارآفرینانه	۱۱/۰۹	۵/۵۹	۰/۲۱۹	۰/۰۰۱
خودکارآمدی عمومی	۵۲/۶۰	۱۰/۶۹		

جهت بررسی رابطه بین باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی ، خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده میزان R محاسبه شده نشان می دهد بین باورهای کاریابی ، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه رابطه معنادار آماری وجود دارد و با اطمینان ۹۵٪ فرض صفر تحقیق رد میشود.

فرضیه ۲ پژوهش : سهم خودکارآمدی عمومی ، باورهای کاریابی ، و نگرش به کسب و کار خانگی در پیش بینی رفتار کارآفرینانه متفاوت است.

جهت بررسی سهم هریک از متغیرهای پیش بین در تبیین تغییرات متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه) از آمار رگرسیون چندگانه استفاده شده است که نتایج زیر حاصل شد.

جدول ۲ خلاصه آمارهای برازش مدل رگرسیون

ضریب همبستگی چند گانه	ضریب تعیین R^2	ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۳۰	۰/۰۹	۰/۰۸

بر اساس نتایج جدول فوق مقدار ضریب تعیین تعدیل شده در مدل رگرسیون وارد شده ۰/۰۸ میباشد که ۸ درصد از تغییرات میزان رفتار کارآفرینانه را تبیین می کند .

جدول ۳ خلاصه نتایج تحلیل واریانس مدل رگرسیون

سطح معناداری	F	میزان	میانگین مجذورات	درجه آزادی	جمع مجذورات	
۰/۰۰۱	۹/۳۶		۲۶۸/۵۹	۳	۸۰۵/۷۷	منبع رگرسیون
			۲۸/۶۹	۲۶۹	۷۷۱۸/۵۵	منبع باقیمانده
				۲۷۲	۸۵۲۴/۳۳	کل

مقدار به دست آمده f در مدل وارد شده که از خطای ۰/۰۵ کوچکتر است معنی دار گزارش شده است و نشان می دهد متغیرهای پیش بین از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و قادرند به خوبی میزان تغییرات و واریانس متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه) را تبیین کنند.

جدول ۴ ضرایب تاثیر رگرسیونی متغیرهای پیش بین (باورهای کاریابی، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی عمومی) بر متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه)

متغیر ملاک	متغیرهای پیش بین	ضریب متغیرهای پیش بین	خطای استاندارد	ضریب استاندارد شده	آماره t	سطح معناداری
رفتار کارآفرینانه	باورهای کاریابی	۰/۱۳	۰/۰۵	۰/۱۴۲	۲/۳۷	۰/۰۱۸
	نگرش به کسب و کار خانگی	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۲۲	۳/۷۴	۰/۰۰۱
	خودکارآمدی عمومی	۰/۰۵	۰/۰۲	۰/۱۳۹	۲/۳۳	۰/۰۲۰

بر اساس نتایج جدول فوق سهم هر یک از متغیرهای پیش بین در تبیین متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه) به ترتیب قدرت پیش بینی به شرح زیر می باشد :

- ۱- نگرش به کسب و کار خانگی ، با میزان ضریب بتای ۰/۲۲ بیشترین قدرت پیش بینی متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه) را داشته است . به عبارت دیگر به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر نگرش به کسب و کار خانگی میزان رفتار کارآفرینانه ی ۰/۲۲ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت .

۲- باورهای کاریابی، با میزان ضریب بتای ۰/۱۴ دومین متغیری است که قدرت پیش بینی متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه) را داشته است. به عبارت دیگر به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر باورهای کاریابی میزان رفتار کارآفرینانه ۰/۱۴ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

۳- خودکارآمدی عمومی، با میزان ضریب بتای ۰/۱۳ آخرین متغیری است که قدرت پیش بینی متغیر ملاک (رفتار کارآفرینانه) را داشته است. به عبارت دیگر به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر خودکارآمدی عمومی میزان رفتار کارآفرینانه ۰/۱۳ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

بحث و نتیجه گیری

فرضیه ۱ پژوهش: بین باورهای کاریابی، نگرش به کسب و کار خانگی، و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد. نتایج نشان داد که بین سه متغیر باورهای کاریابی، نگرش به کسب و کار خانگی و خودکارآمدی عمومی با رفتار کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

این نتایج با یافته های بوید و همکاران (۱۹۹۴) و دیرمول (۲۰۰۲) به نقل از دهقانی و همکاران (۱۳۹۲)، فال، ونگ، و وانگ (۲۰۰۲)، پون، آینادین و جونت (۲۰۰۶)، کیکول، مارلینو، باربوسا، و گریفیس (۲۰۰۹)، مارتینز و کمپو (۲۰۱۱)، تاپ، کالکوگلو، و دیلک (۲۰۱۲)، شیر، هسو، و پاول (۲۰۱۴)، صادقی، غضنفری و عبدالهی (۱۳۸۶)، حیدری، جلالی، غلامی، و محمدی نژاد (۱۳۹۱)، دیندارلو، محمدزاده و کشاورز (۱۳۹۱)، حسن پور، حسینی، و جعفری (۱۳۹۲)، دهقانی، هنرپروران، و فکری (۱۳۹۲) و رضایی (۱۳۹۳) همخوان است.

علت رابطه مثبت خودکارآمدی را با رفتار کارآفرینانه و تشابهش با نتایج پژوهش های ذکر شده به عنوان پژوهش های همخوان می توان به ماهیت احساس خودکارآمدی نسبت داد. زیرا در سیستم بندورا احساس کارایی به احساس کفایت، شایستگی و قابلیت کنار آمدن با زندگی اشاره دارد. برآورده ساختن و حفظ کردن معیارهای عملکرد، احساس کارایی را بالا می برد. ناکامی در برآورده ساختن و حفظ کردن آن ها آن را پایین می آورد. افرادی که احساس کارایی پایینی دارند احساس می کنند که درمانده هستند و نمی توانند رویدادهای زندگی خود را کنترل کنند. آن ها معتقدند که هرگونه تلاشی که می کنند بیهوده است. وقتی آنان با موانعی روبرو می شوند چنانچه تلاش مقدماتی آنان برای برخورد با مشکل بی ثمر باشد سریعاً قطع امید می کنند. کسانی که احساس کارایی بسیار پایینی دارند حتی سعی نمی کنند کنار بیایند زیرا متقاعد شده اند که هر کاری که انجام می دهند بی فایده است. آنان می پرسند چرا باید حتی تلاش کنند؟ احساس کارایی پایین می تواند انگیزش را تخریب کرده، سطح آرزوها را پایین آورد، در توانایی های شناختی اختلال ایجاد کند و بر سلامت جسمانی تاثیر ناگوار بگذارد. افرادی که احساس کارایی بالایی دارند معتقدند که می توانند به نحو موثری با وقایع و موقعیت ها برخورد کنند. چون آنان انتظار دارند که در غلبه کردن بر موانع موفق شوند، در کارها استقامت به خرج می دهند و اغلب در سطح بالا عمل می کنند. آنان در مقایسه با کسانی که احساس کارایی پایینی دارند به توانایی های خود اطمینان بیشتری داشته و خودناباوری ناچیزی نشان می دهند. آنان مشکلات را به جای تهدید، چالش می دانند و فعالانه در جستجوی موقعیت های تازه هستند. احساس کارایی بالا ترس از شکست را کاهش می دهد، سطح آرزوها را بالا می برد، و توانایی حل مساله و تفکر تحلیلی را بهبود می بخشد (شولتز و شولتز، ترجمه یحیی سید محمدی،

(۱۳۸۸) و تمام موارد ذکر شده برای بروز رفتار کارآفرینانه لازم است. علت رابطه مثبت باورهای کاریابی با رفتار کارآفرینانه را می توان به اهمیت باورها نسبت داد زیرا شناخت عموماً به عنوان یک عامل مهم و تاثیر گذار بر فرایند تصمیم گیری شغلی افراد تشخیص داده شده است. تحقیقات اختصاصی بر این نکته اشاره دارند که رفتارهای شغلی افراد از تعامل بین عواطف، شناخت ها، و محیط های شغلی تاثیر می پذیرند. بنابراین تغییر در عواطف و ساختار شناختی می تواند رفتارهای شغلی را متحول سازد (حق شناس، عابدی، حسینیان، باغبان، سمیعی، و صالحی، ۱۳۸۹). علت رابطه مثبت نگرش به کسب و کار خانگی را با رفتار کارآفرینانه می توان به تشابه و نزدیکی کارآفرینی با کسب و کار خانگی نسبت داد زیرا کاهی حتی کسب و کار خانگی مقدمه کارآفرینی است. زیرا راه اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار ساده و آسان است. به عنوان نمونه هر فرد می تواند با یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن یک کسب و کار اینترنتی راه بیندازد و کارها و خدمات مختلفی را به مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کند. (چپوایی، ۱۳۸۷).

فرضیه ۲ پژوهش: سهم خودکارآمدی عمومی، باورهای کاریابی، و نگرش به کسب و کار خانگی در پیش بینی رفتار کارآفرینانه متفاوت است. نتایج نشان داد که نگرش به کسب و کار خانگی بیشترین سهم، باورهای کاریابی دومین سهم و خودکارآمدی عمومی کمترین سهم را در پیش بینی رفتار کارآفرینانه داشته است.

علت این نتایج را می توان به تشابه متغیرها نسبت داد. به عبارت دیگر کسب و کار خانگی به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی گفته می شود که با استفاده از وسایل و امکانات منزل راه اندازی شود (چپوایی، ۱۳۸۷؛ مهاجری و اسدی، ۱۳۸۸). (لنگسب و کار خانگی نوعی طرح انکار است و کارآفرین آدمی ریسک پذیر و دارای اعتماد به نفس است که محصول خود را با سود می فروشد. به عبارت دیگر کارآفرینی کسی است که خطر مالی شروع، اجرا و مدیریت یک کسب و کار یا وظیفه خاصی را عهده دار می شود، به عبارت دیگری فردی است که مخاطرات کسب و کار به عهده گرفته، آن را نظم می بخشد و اداره می کند (مهاجری و اسدی). بنابراین وجه تمایز کسب و کار خانگی با کارآفرینی در نوآوری و بسط و گسترش تولیدات در کارآفرینی است و در واقع کسب و کار خانگی برای بسیاری از افراد شروع حرکت بسوی کارآفرینی است بنابراین طبیعی است که نگرش مثبت به کسب و کار خانگی بیشترین سهم را در پیش بینی کارآفرینی داشته باشد چون فردی که به این نوع کسب و کار نگرش مثبت دارد درواقع تمایل دارد برای خود کار کند و تولید کار را به استخدام ترجیح می دهد بنابراین انتظار می رود که در رفتار کارآفرینانه هم نمره بیشتری کسب کند. اما علت این که باورهای کاریابی دومین سهم را در پیش بینی رفتار کارآفرینانه داشتند این است که باورهای کاریابی منفی فرد را منزوی و گوشه گیر می کند چون به او می قبولاند که نمی تواند نقشی در کاریابی داشته باشد و باید تابع محدودیت های محیطی عمل کند و منتظر فرصت بماند تا شاید استخدام شود اما باورهای کاریابی مثبت فرد را به تلاش و تکاپو برای کاریابی تشویق می کند و برای او نقش فعالی در این زمینه قائل است بنابراین طبیعی است که باورهای کاریابی سهم مهمی در پیش بینی رفتار کارآفرینانه داشته باشند. چون فرد را به این فکر می کند که بجای منتظر استخدام بودن دست به کار شود و با کارآفرینی برای خود و دیگران ایجاد شغل نماید. اما علت این که خودکارآمدی کمترین سهم را در پیش بینی رفتار کارآفرینانه در این پژوهش داشته این است که در این پژوهش خودکارآمدی عمومی مورد توجه قرار گرفت. خودکارآمدی عمومی به معنای اشاره به باورهای فرد در خصوص انجام موفقیت آمیز یک وظیفه یا رفتار خاص دارد (حق شناس، عابدی، حسینیان، باغبان، سمیعی، و صالحی، ۱۳۸۹). بنابراین فردی که خودکارآمدی عمومی اش بالا باشد در مورد انجام وظایف خود احساس کاریابی دارد اما الزاماً دلیل ندارد که به سوی رفتار کارآفرینانه تمایل داشته باشد به همین

خاطر این متغیر گرچه رابط مثبتی با رفتار کارآفرینانه داشته اما در مقایسه با دو متغیر دیگر که وجوه تشابه بیشتری با اشتغال و کارآفرینی داشتند سهم کمتری در پیش بینی رفتار کارآفرینانه داشته است در حالی که اگر خودکارآمدی کارآفرینی یا خودکارآمدی کاریابی بجای خودکارآمدی عمومی در این پژوهش در نظر گرفته شده بود شاید نتایج به نحو دیگری بود.

مهمترین محدودیت این پژوهش این بود که با توجه به اجرای تحقیق روی دانشجویان دو دانشکده از دانشکده های دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت در تعمیم پذیری نتایج به دانشجویان سایر رشته ها و شهرها باید احتیاط کرد. براساس نتایج بدست آمده از پژوهش به مسئولین محترم دانشگاه ها پیشنهاد می شود با برگزاری سخنرانی ها و کارگاه های آموزشی برای دانشجویان در طول سال های تحصیل در دانشگاه نسبت به تقویت احساس خودکارآمدی عمومی، رشد باورهای مثبت کاریابی و علی الخصوص ایجاد نگرش مثبت نسبت به کسب و کار خانگی در آنان اقدام کنند تا زمینه بروز رفتار کارآفرینانه را بعد از اتمام تحصیلات در دانشجویان افزایش دهند.

تشکر و قدردانی

این مقاله حاصل یافته های طرح پژوهشی مصوب دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت است و با حمایت مالی این واحد دانشگاهی انجام شده است. لذا بدین وسیله از مسئولین محترم دانشگاه تقدیر و تشکر بعمل می آید.

منابع

انصارالحسینی، فاطمه سادات (۱۳۸۸) "بررسی عوامل موثر در بیکاری"، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی رودهن.
تقی پور، حسینعلی و نورالائی، فاطمه (۱۳۹۱) بررسی رابطه بین پیشرفت تحصیلی درس کارآفرینی با نگرش شغلی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان دانشگاه مازندران.

چیوایی، فیروز (۱۳۸۷) کارآفرینی، تهران: دانش پرور، چاپ اول.

حجازی، الهه؛ صادقی، ناهید؛ و خاکی، سکینه خاتون (۱۳۹۰) نگرش شغلی و احساس کارآمدی معلمان، فصلنامه پژوهش های کاربردی روان شناختی، (۱)، ۲، ۷۹-۸۹.

حسن پور، حسینی، و صغری (۱۳۹۲) بررسی رابطه خودکارآمدی و تمایل به کارآفرینی فردی در بین

حسینیان، سیمین، پردلان، نوشین؛ عابدی، محمد رضا؛ نیلفروشان، و حیدری (۱۳۹۳) پیش بینی خودکارآمدی کاریابی و تصمیم گیری شغلی بر اساس سبک های دلبستگی، فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی، (۵)، ۱۸، ۶۹-۸۵.

حق شناس، لیلا؛ عابدی، محمد رضا؛ حسینیان، سیمین؛ باغبان، ایران؛ سمیعی، فاطمه؛ و صالحی، رضوان (۱۳۸۹) کاربرد آزمون ها در راهنمایی و مشاوره مسیر شغلی - تحصیلی، اصفهان: نوشته، چاپ اول.

حیدری، جلالی، غلامی، و محمدی نژاد (۱۳۹۱) بررسی رابطه خودکارآمدی و باورهای کاریابی و تصمیم گیری شغلی، دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران: دانشگاه شاهد.



دانشجویان دانشگاه شاهد، همایش ملی دانشگاه کارآفرینی (صنعت دانش محور)، بابلسر: دانشگاه مازندران

دهقانی، شکوه؛ هنرپروران، نازنین؛ فکری، کاترین (۱۳۹۲) رابطه رفتار کارآفرینانه با خودکارآمدی و عملکرد تحصیلی در دانشجویان کارشناسی ارشد مشاوره دانشگاه آزاد واحد مروودشت، دومین کنگره بین المللی، مدیریت کارآفرینی، و توسعه اقتصادی، قم: موسسه نورباران اندیشه.

دیندارلو، سیاوش؛ محمد زاده ف کمال؛ و کشاورز، محمد (۱۳۹۱) رابطه بین خودکارآمدی با کارآفرینی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مروودشت، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان دانشگاه مازندران. رضائی، روح اله (۱۳۹۳) رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه با قصد کارآفرینانه: نقش تعدیلگری جنسیت، فصلنامه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۱۲، ۳(۴۶)، ۳۸۷-۴۰۴.

شفیع آبادی، عبدالله (۱۳۹۲) راهنمایی و مشاوره شغلی و نظریه های انتخاب شغل (با تجدید نظر و اضافات)، تهران: رشد، چاپ بیست و دوم.

شولتز، دوان و شولتز، سیدنی الن (ترجمه یحیی سید محمدی، ۱۳۸۸) نظریه های شخصیت، تهران: ویرایش، چاپ چهاردهم. صادقی، حمید رضا؛ غضنفری، احمد؛ و عبدالحی، عظیمه السادات (۱۳۸۶) تاثیر خودکارآمدی بر رفتار کارآفرینانه، کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده، تهران: هتل المپیک.

صالحی، رضوان؛ عابدی، محمد رضا؛ فرحبخش، کیومرث (۱۳۸۵) رابطه باورها و خودکارآمدی کاریابی با رفتار کاریابی زنان بیکار شهر کرد، مجله دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، ۲۷ و ۲۸، ۱۲۴-۱۱۳.

فکری، کاترین؛ شفیع آبادی، عبدالله؛ نورانی پور، رحمت الله؛ و احقر، قدسی (۱۳۹۱) ساخت و اعتباریابی پرسشنامه رفتار کارآفرینانه برای مشاوره شغلی، فصلنامه پژوهش های روان شناسی بالینی و مشاوره، ۲(۱)، ۱۶۴-۱۵۳.

کشاورزی، محمد علی (۱۳۸۶) مسائل نوجوانان و جوانان، تهران: روزبهان.

مهاجری، علیرضا و اسدی، مهری (۱۳۸۸) فرهنگ توصیفی کارآفرینی و اشتغال، تهران: جهاد دانشگاهی، چاپ اول.

Barbosa, Saulo Dubard., Gerhardt, Megan W., & Kickul, Jill Richard (2007) The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions, **Journal of Leadership & Organizational Studies**, 13, 86-104.

Heydari, Hasan., Madani, Davood., & Rostami, Mehdi. (2013). The Study of the Relationships Between Achievement Motive, Innovation, Ambiguity Tolerance, Self-Efficacy, Self-Esteem, and Self- Actualization, with the Orientation of Entrepreneurship in the Islamic Azad University of Khomein Students, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 84, 820-826.

Hisrich, R., & et al. (2007). Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology. **Journal of American Psychologist**, Volume. 62, Issue. 6, pp. 575-589.



- Kickul, Jill., Marlino, Deborah., Barbosa, Saulo .D., & Griffiths, Mark, D (2009) An Analysis Of The Role Of Gender And Self-Efficacy In Developing Female Entrepreneurial Interest and, **Journal Developmental Entrepreneurship**,
- Levie, Jonathan., Hart, Mark., & Anyadike-Danes, Michael (2009) The effect of business or enterprise training on opportunity recognition and entrepreneurial skills of graduates and non- graduates in the uk, **Frontiers of entrepreneurship research**, 29(23), 1-11.
- Martínez Campo, José Luis (2011) Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions, **Prospect**, 9 (2) , 14-21.
- Phan, PHILLIP H., Wong, POH KAM ., & Wang, CLEMENT K (2002) Antecedents to entrepreneurship among university students in Singapore: beliefs, attitudes and background, **Journal of Enterprising Culture**, 10(2), 151.
- Poon, June M. L., Ainuddin Raja Azimah., Junit, Sa'Odah Haji (2006) Effects of Self-concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performanc, **International Small Business**, 24 (1), 61-82.
- Shinnar, Rachel., Hsu, Dan k., Powell, Benjamin C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally, **The International Journal of Management Education**, 12(3), 561-570.
- Top, Seyfi., Colakoglu, Nurdan., & Dilek, Serkan. (2012). Evaluating Entrepreneurship Intentions of Vocational High School Pupils Based On Self- Efficacy Concept, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 58, 934-943.
- Wilson, Fiona ., Kickul, Jill ., & Marlino, Deborah (2007) Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, **Entrepreneurship Theory and Practice**, 31 (3), 387-406.