

دانش و پژوهش در روان‌شناسی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)
شماره سی‌ام - زمستان ۱۳۸۵
صص ۱۲۲ - ۱۱۱

اثر بخشی آموزش کارآفرینی بر افزایش فعالیت کاریابی زنان جویای کار شهر کرد

رضوان صالحی نجف‌آبادی^۱ - محمدرضا عابدی^۲ - محمد ربیعی^۳

چکیده

هدف این مقاله بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر افزایش فعالیت کاریابی زنان بیکار شهر کرد بوده است. به این منظور از بین زنان جویای کار مراجعه‌کننده به هلال احمر شهر کرد ۲۶ نفر به شیوه تصادفی انتخاب و در دو گروه ۱۳ نفری آزمایش و گواه جایگزین شدند. به گروه آزمایش آموزش کارآفرینی داده شد و گروه گواه هیچ مداخله‌ای دریافت نکردند. نتایج تحلیل واریانس حاکی از آن بود که آموزش کارآفرینی فعالیت کاریابی زنان جویای کار شهر کرد را افزایش داده است.
کلید واژه‌ها: کارآفرینی، کاریابی، زنان.

۱- کارشناس ارشد مشاوره شغلی

۲- استادیار گروه مشاوره دانشگاه اصفهان

۳- کارشناس ارشد مشاوره

مقدمه

یکی از هدفهای اولیهٔ تعلیم و تربیت ایجاد آمادگی به منظور ایفای کاری مفید و رضایت‌بخش است (هیلی، ۱۹۷۵، ترجمهٔ زندی‌پور، ۱۳۶۶). موضوع کار به نوعی با همهٔ افراد و اجزای جامعه در ارتباط است و از عوامل اساسی رشد و توسعهٔ علمی، صنعتی، اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود (گلستان‌هاشمی، ۱۳۸۲). در واقع بیکاری روی عملکرد روانی و جسمانی افراد بیکار و خانواده‌های آنها تأثیر می‌گذارد. این مسأله هم از نظر فردی و هم از نظر اجتماعی بسیار مهم است (ادوین، هوفت، بورن، تاريس، فلیر و بلنک، ۲۰۰۴). به هر حال دولت‌ها با مشکل چگونگی طراحی خط‌مشی‌هایی برای کاهش میزان بیکاری روبه‌رو هستند. این موضوع ثابت می‌کند که بسیاری از راهکارهای مورد استفاده مثل آموزش و یا مشاغلی با کمک مالی دولت روی کل بیکاری تأثیر زیادی ندارند (مارتین و گروپ، ۲۰۰۱؛ به نقل از بون، سادریچ و وانورس، ۲۰۰۴).

در این راستا کاریابی یا جست‌وجوی یک شغل جدید، مکمل زندگی آمریکایی‌هاست. هر ساله میلیون‌ها نفر مشغول پیدا کردن کار، ورود دوباره به دنیای کار، تکمیل آموزشهای شغلی یا مایل به جست‌وجوی فرصت‌های شغلی جدید هستند. مطابق با این روند، در دو دههٔ گذشته مطالعات در مورد کاریابی و نتایج استخدام در زمینه‌های گوناگون افزایش اساسی داشته است. حرکت افراد بیکار به سمت کار کردن از نظر اجتماعی و فردی مهم است به این دلیل که فعالیت کاریابی پیش‌بینی‌کنندهٔ مهمی برای سر کار رفتن افراد بیکار است (کانفر، ونبرگ و کانترویتز، ۲۰۰۱). فعالیت کاریابی مجموعه اعمال منظم و هدفمندی است که برای کسب اطلاعات در مورد خود و دنیای کار به‌منظور شناخت فرصتها و اشتغال انجام می‌شود (ایدن و آویرام، ۱۹۹۳).

یکی از مشکلات این است که با متحول شدن فرایند استخدام پدیده‌ای به نام رقابت به وجود می‌آید که فشار زیادی را به جویندگان کار تحمیل می‌کند. بنابراین یکی از خط‌مشی‌هایی که برای جویندگان شغل ضروری به نظر می‌رسد، آگاهی از روشهای نوین جست‌وجوی کار است. بر این اساس تحقیق دربارهٔ کاریابی از چندین سال گذشته توجه بسیاری را به خود جلب کرده است (ساکس و آشفورس، ۱۹۹۹). این در حالی است که کشور ما با رشد قابل توجه عرضهٔ نیروی کار جوان از سویی و رشد ناچیز تقاضای نیروی کار از سوی دیگر مواجه است. عمق مشکلات اشتغال جوانان تا

آنجا افزایش یافته که در حال حاضر ۹۸۰۰۰۰۰ جوان واجد شرایط، جویای کار هستند، همچنین میزان بیکاری زنان جوان طی سالهای اخیر افزایش زیادی داشته است. یعنی ۳۷/۹ درصد در مقابل مردان که ۲۲/۹ درصد بوده است.

بیشتر زنان به عنوان بخشی از نیروی کار در جست و جوی کار هستند، اما نسبت به مردان کمتر قادر به پیدا کردن کار هستند. از آنجا که پژوهش های اندکی روی کارایی زنان بیکار تمرکز یافته، بررسی رفتار کاریابی آنان ضروری به نظر می رسد (سندل و استیون، ۱۹۸۰). از این رو در سالهای اخیر در کشورهای مختلف برنامه های مختلفی برای غلبه بر بیکاری به اجرا در آمده است. به عنوان مثال در بلژیک باشگاههای شغلی، در آلمان نشست های شغلی، در اسپانیا کارگاههای تحصیلی شغلی و در انگلستان دوره های شاگردی اجرا شده است (فتوریست، ۱۹۹۵).

وسولوسکی (۱۹۸۱) چند شیوه خود رهبری برای کاریابی را مطرح کرده که عبارت اند از: مهارتهای مصاحبه شغلی، باشگاه شغلی، برنامه مهارتهای کاریابی (JSS)^۱ اهداف جست و جوی شغل و بسته های خود راهنمایی که نتایج، اثربخشی باشگاههای شغلی در کاریابی را به خوبی نشان داده است. موضوع آموزش و تعلیم کارآفرینی نیز به عنوان یکی از راههای غلبه بر بیکاری در سالهای اخیر مورد توجه فراوانی قرار گرفته است و پژوهش های زیادی در این زمینه انجام می گیرد. می توان گفت معضل مدیریت اقتصادی کشورها و نگرانی سیاستمداران در رابطه با اشتغال و مشکل بیکاری نیز به طور فزاینده ای تفکر خوداشتغالی و کارآفرینی را به عنوان یک راه حل مورد توجه قرار داده است (شکرکن و همکاران، ۱۳۸۱).

کارآفرینی فرایند خلق چیز جدید و باارزش با اختصاص زمان و تلاش لازم، در نظر گرفتن خطرهای مالی، روانی و اجتماعی و در نهایت رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال است (هیسریچ و پترز؛ ترجمه فیض بخش و تقی یاری، ۱۳۸۳) و کارآفرینان افرادی هستند که در جست و جوی فرصتهایی برای کسب سود و منفعت از طریق معرفی محصولات یا فرایندهای تولیدی جدید و یا از طریق بررسی بازارهای جدید هستند. به همین نحو آنها نقشی اساسی در ایجاد کار و رشد اقتصادی دارند (بادوی، مارسسی، مارچند و ویگنالت، ۱۹۹۸). در واقع فعالیتهای کارآفرینی باعث

شناخت نیازها، خلق ایده‌ها و تولید فناوریها می‌شود. با کارآفرینی نیازها شناخته می‌شوند و با رفع نیازها پیشرفت حاصل می‌شود.

آموزش کارآفرینی، فرایند آشناسازی افراد با توانمندی خود برای شناسایی فرصتهای تجاری، بینش، عزت نفس، دانش و مهارتهایی برای اقدام بر روی این تواناییهاست (جونز و انگلیش، ۲۰۰۴). بنابراین به‌منظور پرورش افراد بیشتر در مسیر کارآفرینی، برنامه‌ریزی برای قابلیت کارآفرینی اهمیت زیادی پیدا می‌کند. در این رابطه باید روحیه کارآفرینی را از طریق ارائه خدمات مستمر مشاوره و آموزش احیا کرد. منبع‌شناسی متون کارآفرینی نشان می‌دهد که بیش از ۳۰ هزار مقاله و کتاب در زمینه شروع کارآفرینی منتشر شده است. بسیاری از برنامه‌های آموزشی و نهادهای مشاوره‌ای کارآفرینی در کشورهای مختلف خدمات خود را به کلیه کارآفرینان از زن و مرد ارائه می‌کنند که بخشی از دریافت‌کنندگان خدمات را کارآفرینان زن تشکیل می‌دهند (صابر، ۱۳۸۲).

نتایج مطالعات در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که در بیشتر کشورها کارآفرینی یکی از متداولترین راه‌حل‌ها برای غلبه بر بیکاری است (هیتی، ۲۰۰۳) و آموزش کارآفرینی برای غلبه بر بیکاری و افزایش مهارتهای زنان برای کارآفرین شدن از برنامه‌های مهم دولت‌هاست (کتز، ۲۰۰۳). در سال ۱۹۹۳ نیز مصاحبه با زنان اتحادیه اروپا در ۱۲ کشور عضو این اتحادیه نشان داد که در بسیاری از موارد، آنچه باعث تحریک افراد برای کارآفرین شدن می‌شود یک رویداد بیرونی به نام بیکاری است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که زنان برای اینکه بتوانند وقت بیشتری را برای خانه و خانواده‌هایشان بگذرانند، شغل‌های پاره‌وقت انتخاب می‌کنند بنابراین به دنبال کار تمام‌وقت یا شغل‌های سنگین نیستند. از طرفی امکان یافتن چنین شغل یا فعالیتی با حقوق کافی برای زنان مشکل‌تر از مردان است. مطالعات نشان می‌دهد که در کشورهای اروپای شرقی و مرکزی زنان با احتمال بیشتری نسبت به مردان بیکار می‌شوند و مشکلات بیشتری برای یافتن شغل دارند. علاوه بر این مرخصی زایمان و روزهای مراقبت، جمعیت زنان کارگر را غیرقابل اعتمادتر از مردان نشان می‌دهد، در نتیجه تبلیغات به نفع مردان گسترش پیدا می‌کند. تجربه بیکاری یا تهدید به آن، رابطه پویاتری را در کار زنان ایجاد می‌کند (OECD، ۲۰۰۴).

استرالیا در سال ۱۹۹۵ برنامه «گامی فراتر از مشورت شغلی» را معرفی کرد و تعداد زیادی از زنان و مردان موفق را به عنوان الگو برگزید. این برنامه رشد و وضوح مشاغل زن صاحب کسب و کار را بالا برد. تقریباً ۲۰۰۰ زنی که در این برنامه شرکت کردند، توانستند مهارت‌های فردی و شغلی و اعتماد به نفس خود را بالا ببرند (صابر ۱۳۸۲).

بحران‌های اقتصادی و افزایش شدید بیکاری، رشد کارآفرینی را به عنوان یک راهکار برای بیکاری تبیین می‌کند. دولت کره زنان کارآفرین را امیدی برای نیروی جدید در اقتصاد می‌بیند. از طرفی رشد کارآفرینی زنان وابسته به تغییر الگوهای رشد اقتصادی و سبک زندگی افراد است. در واقع استخدام زنان به اقتصاد خانواده‌ها، جوامع و اقتصاد ملی و بین‌المللی کمک می‌کند (OECD, ۱۹۹۹). مروری بر تاریخچه کارآفرینی نشان می‌دهد که پژوهشگران زیادی بر این باورند که فرایند کارآفرینی قابل آموزش است و از این طریق می‌توان افراد را به سمت کارآفرینی و ایجاد شغل برای خود سوق داد (کتز، ۲۰۰۳؛ اکدان و رزاسا، ۲۰۰۴؛ گیلسون و جومس، ۱۹۸۹؛ کابی، ۲۰۰۴؛ هنری، هیل و لیچ، ۲۰۰۵). بیشتر برنامه‌های آموزش کارآفرینی اهداف مختلفی دارند. تعدادی از مفسران مانند هینز، گاراوان و اکنید (۱۹۹۶)، به نقل از فئوئیت، هنری، جوستون و سیجدی، ۲۰۰۳) آموزش و تعلیم کارآفرینی را در توسعه اقتصادی به‌ویژه در بهبود کیفیت و کمیت آینده کارآفرینان بسیار مهم دانسته‌اند. این آموزشها مزایای زیر را دارند:

۱- جمع‌آوری موضوعات شغلی گوناگون از طریق کارآفرینی

۲- ارتقای موضوعات شغلی گوناگون از طریق کارآفرینی

۳- افزایش انتقال فناوری از دانشگاه به بازار

۴- ایجاد فرصتی برای تجربه دوره‌های آموزشی

همچنین افزایش علاقه نسبت به آموزش و تعلیم کارآفرینی به تغییر در ساختار اقتصاد، تغییر در الگوهای شغلی و رشد بازار اقتصادی می‌انجامد. کریلسکی و والسند در سال ۱۹۹۸ در تحقیقی گسترده اهمیت آموزش کارآفرینی را در مدارس به‌ویژه در رابطه با زنان نشان دادند. یافته‌های این تحقیق مدارک و شواهد قابل توجهی در حمایت از نیاز به آشنایی یا بهبود آموزش کارآفرینی فراهم می‌کند. آموزش کارآفرینی با افزایش معلومات مربوط به بازار کار، افزایش اسنادهای روان‌شناختی مثل خودباوری، عزت نفس و خودکارآمدی موجب پرورش کارآفرینان می‌شود. فیلیس (۱۹۹۳)، به نقل

از وین، ۱۹۹۸) نیز دریافت که تحصیلات و آموزش تأثیر مهمی بر افزایش ایجاد شغل دارد و نداشتن مهارتها به‌عنوان یک عامل در بیکاری زنان و در حال بیکار شدن آنها به خوبی شناخته شده است.

با توجه به مطالب یاد شده و تحقیقات به عمل آمده در زمینه کاریابی و کارآفرینی به نظر می‌رسد کارآفرینی فرایندی قابل آموزش است، اما از آنجا که تحقیقات اندکی در مورد مسائل خاص زنان و آموزش آنها برای غلبه بر بیکاری صورت گرفته و از طرفی کمتر مطالعه‌ای در ایران در مورد آموزش مهارت‌های کارآفرینی انجام شده، هدف این تحقیق بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر افزایش فعالیت کاریابی زنان جویای کار شهرکرد است. به این منظور فرضیه پژوهش این‌گونه مطرح شد: آموزش کارآفرینی، فعالیت کاریابی زنان جویای کار را افزایش می‌دهد.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع شبه تجربی با طرح پیش‌آزمون، پس‌آزمون و گروه گواه بود که ۲۶ نفر به شیوه تصادفی انتخاب شدند و در دو گروه آزمایش (۱۳ نفر) و گواه (۱۳ نفر) جایگزین شدند، در مورد گروه آزمایش، متغیر مستقل (آموزش کارآفرینی) اعمال شده و در مورد گروه گواه هیچ متغیر مستقلی اعمال نشد. گروه آزمایش در شش جلسه آموزشی فرایند کارآفرینی را آموزش دیدند. دستورالعمل جلسات آموزشی نیز براساس جزوه آموزشی هفت ساعت تا کارآفرینی (عابدی، ۱۳۸۴) تهیه شد.

موضوع جلسه‌های آموزشی به این شرح است: جلسه اول، معارفه و مفهوم‌سازی کارآفرینی، جلسه دوم دید کارآفرینانه، جلسه سوم نیازسنجی، جلسه چهارم ایده‌سازی، جلسه پنجم تهیه طرح تجاری (۱) و جلسه ششم تهیه طرح تجاری (۲). در این جلسه‌ها، ابتدا تعریفی از کار و شغل ارائه شد و سپس با فرق گذاشتن بین کار و شغل و ایجاد تفکر کاریابی به جای شغل‌یابی، انگیزه کارآفرینی در افراد ایجاد گردید. برای ایجاد انگیزه، برترین‌های افراد کارآفرین معرفی شدند و با مثال‌های متعدد از کارآفرینی به‌عنوان راه‌حلی برای بیکاری و درآمدزایی زیاد یاد شد. در ادامه جلسات بر اولین قدم برای کارآفرینی یعنی وقت گذاشتن تأکید گردید. در دومین گام تعهد و گام بعدی دید کارآفرینانه مورد بحث قرار گرفت. سپس نیازسنجی به‌عنوان راهی برای ایده‌سازی

معرفی شد و از افراد خواسته شد که با مشاهده، مطالعه، تفکر و مصاحبه با دیگران، ۱۰۰ نوع نیاز را یادداشت کنند. بعد از خواندن نیازها از افراد خواسته شد که چند ایده از بین نیازهای یادداشت شده خود انتخاب کنند و دربارهٔ یک یا دو مورد از آنها یک طرح اولیه بنویسند. در جلسه‌های بعدی روی یکی از طرحها و طرز نوشتن طرح تجاری مفصل بحث شد و در نهایت گروه یک ایده از بین ایده‌ها را انتخاب کرد و روی مراحل تبدیل ایده به عمل، بحث و تبادل نظر گردید. در جلسه‌های پیگیری، افراد مراحل اولیهٔ شروع کار خود را پشت سر گذاشته بودند و برای ادامهٔ کار تلاش می‌کردند که مربی با استقبال زیاد آنها را به ادامهٔ کار تشویق و با آنها همکاری کرد.

جامعه آماری پژوهش کلیهٔ زنان جویای کار مراجعه‌کننده به هلال احمر شهرستان شهرکرد بود. تعداد نمونه نیز ۲۶ نفر بودند که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده و در دو گروه قرار گرفتند.

ابزار پژوهش

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات و ارزیابی تغییرات احتمالی از پرسشنامهٔ فعالیت کاریابی که عابدی و صالحی (۱۳۸۴) آن را ساخته بودند استفاده شد. مقیاس فعالیت کاریابی ۱۹ سؤال دارد که فعالیتهای مختلف برای جست‌وجوی کار را در بر می‌گیرد. برای مثال مراجعه به مراکز و سازمانها، مراجعه به اینترنت، تهیه رزومه، مصاحبه، مطالعه و فعالیتهایی از این قبیل. همسانی درونی این مقیاس از طریق آلفای کرونباخ ۰/۷۸ بود. پایایی مقیاس از طریق بازآزمایی نیز ۰/۷۲ محاسبه شد. روایی محتوایی مقیاس را نیز سه متخصص در حوزهٔ علوم رفتاری تأیید کردند.

روش تجزیه و تحلیل آماری

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شد. روش آماری مورد استفاده در این تحقیق آمار توصیفی شامل جدولهای میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی (تحلیل مانوا) است. در ادامه، تحلیل‌های مربوط به فرضیهٔ پژوهش آورده شده است.

جدول ۱ نمرات دو گروه را مقایسه می‌کند. همان‌طور که در این جدول مشاهده

می‌شود، میانگین نمرات گروه آزمایش در پیش‌آزمون اندکی بالاتر از گروه گواه است. میانگین نمرات همین گروه در مرحله پس‌آزمون و پیگیری افزایش داشته و میانگین نمرات فعالیت کارایی گروه گواه نسبت به پیش‌آزمون افزایشی نداشته است.

جدول ۱- میانگین و انحراف معیار نمرات فعالیت کارایی در دو گروه، در سه مرحله

منبع تغییر	متغیر وابسته	تعداد	گروه آزمایش		گواه
			میانگین	انحراف معیار	
فعالیت	پیش‌آزمون	۱۳	۱۱/۳۸	۲/۵۳	۱۰/۰۷
کارایی	پس‌آزمون	۱۳	۱۳/۹	۴/۱۳	۱۰/۵
	پیگیری	۱۳	۱۴/۴	۳/۹۸	۱۰/۶

به‌منظور بررسی فرضیه پژوهش از تحلیل مانوا استفاده شد که پیش‌فرض‌های استفاده از این تحلیل (از طریق آزمون باکس و لوین) رعایت شد. خلاصه نتایج تحلیل مانوا که مربوط به عضویت گروهی و نمرات فعالیت کارایی است در جدول ۲ آمده است. با توجه به نتایج جدول ۲ متوجه می‌شویم که تفاوت نمرات گروه آزمایش و گواه در مرحله پس‌آزمون ($P = ۰/۰۹$) معنادار نبوده، اما در مرحله پیگیری ($P = ۰/۰۲$) تفاوت بین دو گروه معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر تأثیر آموزش کارآفرینی بر افزایش فعالیت کارایی در مرحله پس‌آزمون رد شده و در مرحله پیگیری تأیید می‌شود.

جدول ۲- خلاصه نتایج تحلیل مانوا مربوط به رابطه عضویت گروهی و نمرات فعالیت کارایی در پس‌آزمون و پیگیری

مرحله	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
پس‌آزمون	۲۵/۹۶	۱	۲۵/۹۶	۳	۰/۰۹
پیگیری	۴۷/۹۴	۱	۴۷/۹۴	۵	۰/۰۲

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها مشخص شد که فرضیه پژوهش در پس‌آزمون (۰/۰۹) رد شده و در پیگیری (۰/۰۲) تأیید شده است. یعنی آموزش کارآفرینی فعالیت‌های کارآفرینی زنان بیکار را در مرحله پیگیری افزایش داده و این شیوه آموزشی توانسته زنان بیکار را برای جست‌وجوی کار در مدتی طولانی‌تر به فعالیت وادارد. در تحقیقات مربوط به کارآفرینی نقش کارآفرین در کاهش بیکاری نشان داده شده است و از کارآفرینی به‌عنوان یکی از متداول‌ترین راه‌حل‌های بیکاری یاد شده است (هیتی، ۲۰۰۳؛ بادوی و همکاران، ۱۹۹۸).

تریگ و آدریچ^۱ (OECD، ۱۹۹۹) خصوصیات مهم خلاقیت و استقلال که در کارآفرینی خود را نشان می‌دهند را در بالاتر رفتن سطح فعالیت اقتصادی و کاهش بیکاری مؤثر دانسته‌اند. جونز و انگلیش (۲۰۰۴) نیز دریافتند که با فرایند آموزش کارآفرینی می‌توان اعتماد به‌نفس و همچنین توانمندی افراد را برای بازشناسی فرصت‌های تجاری افزایش داد. مروری بر تاریخچه آموزش کارآفرینی نیز نشان می‌دهد که پژوهشگران زیادی بر این باورند که فرایند کارآفرینی قابل آموزش است و از این طریق می‌توان افراد را به سمت کارآفرینی و ایجاد شغل برای خود سوق داد (کتز، ۲۰۰۳؛ اکدان و رزاسا، ۲۰۰۴؛ هنری، هیل و لیچ، ۲۰۰۵).

نتایج این فرضیه نیز با پژوهش‌های یاد شده در مرحله پس‌آزمون همسو نیست، اما در مرحله پیگیری با این یافته‌ها هماهنگ است. در پاسخ به این سؤال که چرا آموزش کارآفرینی فعالیت‌های کارآفرینی زنان بیکار را در پیگیری افزایش می‌دهد، می‌توان به این نکات اشاره کرد: در جلسه‌های آموزش کارآفرینی، ابتدا با تمایز قایل شدن بین کار و شغل و ایجاد تفکر کارآفرینی به جای شغلیابی، برای کارآفرینی در افراد انگیزه ایجاد می‌شد. برای ایجاد انگیزه، برترین‌های افراد کارآفرین معرفی شدند و با مثال‌های متعدد از کارآفرینی به‌عنوان راه‌حلی برای بیکاری و درآمدزایی زیاد یاد شده است. در ادامه جلسات، افراد با نیازسنجی در محیط اطراف خود به این نتیجه رسیدند که کارهای زیادی وجود دارد که تا به حال به آنها فکر نکرده‌اند و نمی‌دانستند تا این حد توانایی داشته‌اند. از آنجا که بیشتر افراد در گروه کارآفرینی تکالیف را به خوبی انجام می‌دادند

1- Thurik & Andretsch

و در نیازسنجی و ایده‌سازی بسیار فعال بودند و از طرفی در بازخوردها نیز اظهار می‌داشتند که احساس توانمندی می‌کنند، می‌توان گفت که خودکارآمدی آنها در کارایی افزایش یافته و باورهای غالب آنها در مورد نبودن کار تعدیل شده است اما این نتایج افراد را در کوتاه‌مدت به فعالیت برای جست‌وجوی فرصتهای شغلی وادار نکرده است، بلکه در فرصت بیشتر و با گذشت زمان، این افزایش فعالیت در آنها دیده می‌شود. این مسأله به این دلیل است که اعضا بعد از اتمام جلسه‌های آموزشی، روی ایده خود شروع به کار کرده و برای اجرای آن به فعالیتهای مختلفی دست زدند، بنابراین در مرحله پیگیری شاهد افزایش نمرات آنها در مقیاس فعالیت کارایی بودیم.

با توجه به پژوهش‌های انجام شده در این زمینه و نتایج این پژوهش می‌توان گفت مهارتهای کارآفرینی قابل آموزش هستند و مشاوران شغلی می‌توانند با آموزش این مهارتها افراد بیکار را در کارایی و غلبه بر بیکاری یاری دهند. افراد بیکار نیز می‌توانند با فراگیری این مهارتها و تولید کار برای خود فعالیت کارایی را افزایش داده و در نتیجه به نتایج کارایی خود امیدوارتر باشند.

منابع

شکرکن، حسین و همکاران. (۱۳۸۱)، «بررسی ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت‌نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز»، *مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی*، شماره ۳ و ۴.

صابر، فیروزه. (۱۳۸۲)، *راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران*، تهران، روشنگران و مطالعات زنان. عابدی، محمدرضا. (۱۳۸۴)، *جزوه آموزشی هفت ساعت تا کارآفرینی*، دانشگاه اصفهان، مرکز کارآفرینی.

گلستان هاشمی، مهدی. (۱۳۸۲)، «خلاقیت‌شناسی کار در سازمانهای صنعتی»، *مجله خلاقیت‌شناسی و کارآفرینی*، شماره ۳.

هیسریچ، رابرت. دی و پیتز، پ. *کارآفرینی*، ترجمه علیرضا فیض‌بخش و حمیدرضا تقی‌یاری، (۱۳۸۳)، تهران، مؤسسه انتشارات علمی.

هیلی، چارلز. *مشاوره حرفه‌ای برای مشاوران و معلمان*، ترجمه طیبه زندی‌پور، (۱۳۶۶)، تهران، نشر نادى.

- BOADWAY, R., MARCEAU, N., MARCHAND, M. & VIGNEAULT, M. (1998). Entrepreneurship, asymmetric information, and unemployment. *Annals of Tourism Research*, 20,110–123.
- BOONE, J., SADRIEH, A. & VANOURS, J. (2004). Experiments on unemployment benefit sanctions and job search behavior. *forschunsinstitut zur zukunft der arbeit institute for the study of laborp*, pg 34.
- CRUZ, N.K. (2003). Constraints on women entrepreneurship development in karala: an analysis of familial, social, and psychological dimensions. *Kerala research programme on local*, pg 105.
- EDEN, D. & AVIRAM, A. (1993). Self-Efficacy training to speed reemployment: helping people to help themselves. *journal of applied psychology*. 78,352–360.
- EDWIN, A.J., HOOFT, V., BORN, M., TARIS, W. & FLIER, H.V. (2004). Predictor and outcomes of job search behavior: the moderating effects gender, and family situation. *Journal of vocational behavior*, 67,133–152.
- ECHTNER, C.M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries, *Annals of tourism Research*, 22,119–134.
- FAOITE, D.D., HENRY, C., JOHSTON, K. & SIJDE, P.V. (2003). Education and training for edtrepreneurs: a consideration of initiatives in Ireland and the Netherlands. *Education and training*, 45,64–87.
- FUTURIST. (1995). Putting europe's youth to work. *Academic search premier*, 29 pg 48.
- GLEASON, & JAMES, R. (1989). What price entrepreneurship? *Education & training*, 64 , pg 38.
- HENRY, C., HILL, F. LEITCH, C. (2005). Entrepreneurship education and training, *education & training*, 47 , pg 158.
- HYTTI, U. (2003). From unemployment to entrepreneurship: construction different meanings. *Journal of business venturing*, 18,29–37.

- JONES, C. & ENGLISH, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *education & training*, 46, pg 416.
- KATZ, G.A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of America entrepreneurship education. *Journal of business venturing*, 18, 293 – 300.
- KANFER, R., WANBERG, C.R. & KANTROWITZ, T.M. (2001). Job search and employment: a personality-Motivational analysis and meta-analytic review. *Journal of applied psychology*, 5, 837 – 855.
- KIRBY, D.A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and training*, 46, pg 510.
- KOURILSKY, M.L. & WALSTAD, W.B. (1998). Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of business venturing*, 13, 77 – 88.
- OKUDAN, G.E. & RZASA, S.E. (2004). A project-base approach to entrepreneurial leadership education. *Technovation, Note to users*.
- OECD. (1999). Women entrepreneurship. *Expchangign experiences between OECD and transition economy countries*. Pg 78.
- SAKS, A.M. & ASHFORTH, B.E. (1999). Effects of individual differences and job search behavior on the employment status of recent university graduates. *Journal of vocation behavior*, 54, 335 – 349.
- SANDELL. & STEVEN, H. (1980). Job search by unemployed wome: Determinats of the asking wage. *Industrial & labor relations review*, 33, p 368.
- WINN, J. (1998). Assessing the environment: conditions for female entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 14, 26 – 35.
- WESOLOWSKI, M.D. (1981). Self directed job placement in rehabilitation: A compariove review. *Rehabilitation counseling bulletin*, 25, 80 – 89.

تاریخ وصول: ۸۵/۲/۱۸

تاریخ پذیرش: ۸۵/۵/۳۱