

دانش و پژوهش در علوم تربیتی - برنامه‌ریزی درسی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)

شماره نوزدهم - پاییز ۱۳۸۷

صص ۹۶ - ۷۹

ابعاد طرح توسعه کار آفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان از دیدگاه اعضای هیأت علمی و دانشجویان

آذر قلی‌زاده^۱ - منصوره مقتدری^۲

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی ابعاد طرح توسعه کارآفرینی (کاراد) در دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان انجام گرفته است. این پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق ۱۰۰۲۳ دانشجو و ۱۵۰ عضو هیأت علمی بود که از این جامعه تعداد ۳۰۰ دانشجو و ۵۰ عضو هیأت علمی به عنوان نمونه آماری براساس فرمول حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته با ۴۴ سؤال بسته پاسخ برای اعضای هیأت علمی با ضریب پایایی ۸۶ درصد و ۳۲ سؤال بسته پاسخ برای پرسشنامه دانشجویان با ضریب پایایی ۹۳ درصد بود که بر اساس طیف پنج

*- این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که اعتبار آن از معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان تأمین شده است.

۱- عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (نویسنده مسؤل)

Email: Azargholizadeh@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد برنامه‌ریزی آموزشی

درجه‌ای لیکرت تنظیم گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش از نرم‌افزار SPSS در دو سطح آمار استنباطی و توصیفی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی از توزیع فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در سطح آمار استنباطی از آزمونهای T تک‌متغیره، T مستقل، T هتلینگ و تحلیل واریانس و آزمون کالموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج به دست آمده از یافته‌های پژوهش نشان داد که شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی ارائه شده از نظر اعضای هیأت علمی با میانگین ۴/۰۲ و از نظر دانشجویان با میانگین ۳/۷۴، مواد آموزش کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی با میانگین ۳/۷۲ و از نظر دانشجویان با میانگین ۳/۸۸، روشهای آموزشی ارائه شده آموزش کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی با میانگین ۳/۷۰ و از نظر دانشجویان با میانگین ۳/۸۰ و نقش اولویت‌های پژوهشی ارائه شده کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی با میانگین ۳/۹۶ بالاتر از سطح متوسط بوده است. در بخش جمعیت‌شناختی از نظر اعضای هیأت علمی و دانشجویان تفاوت معناداری وجود نداشت.

کلید واژه‌ها: کاراد، دانشگاه آزاد، ترویج فرهنگ کارآفرینی، مواد آموزش کارآفرینی، شیوه‌های آموزش کارآفرینی، اولویت پژوهش‌های کارآفرینی.

مقدمه

یکی از اهداف مهم نظام آموزش عالی کشور پرورش نیروی انسانی متخصص و مورد نیاز جامعه است. گرچه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور دست به تلاشهایی در این زمینه زده‌اند، ولی متأسفانه ناهمخوانی درسهای دانشگاهی با نیازهای جامعه باعث شده است که دانش‌آموختگان از تخصص و کارایی لازم برخوردار نباشند. از این‌رو در سالهای گذشته با توجه به روند افزایش جمعیت و تقاضا برای ورود به دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی از یکسو و مشکلات اقتصادی دولت از سوی دیگر مسأله کارآفرینی اهمیت ویژه‌ای یافته است (حیدری، ۱۳۸۳، ص ۷۰).

تحول در ارتباط جهانی موج تازه‌ای از تغییرات بنیادی در کلیه زمینه‌ها به ارمغان آورده است، بر اثر این تحولات، زندگی در ابعاد بسیار عمیق‌تر و گسترده‌تر از پیش به دانش و فناوری اطلاعات متکی شده است (علوی، ۱۳۸۲، ص ۱۱). یکی از این تحولات عمیق مربوط به پدیده کارآفرینی است. کارآفرینی یکی از جریان‌های اجتماعی و اقتصادی بزرگ عصر کنونی است که نیازمند ترکیبی از استعداد، عقیده، ظرفیت و دانش بالاست.

کارآفرینی فعالیت هدفمندی است که فرد یا گروهی از افراد انجام می‌دهند و در طی آن افراد متعهد می‌شوند تا تجارت سودمندی را که منجر به تولید یا توزیع خدمات اقتصادی می‌گردد آغاز کنند، ادامه دهند و یا توسعه بخشند (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۲۵). آموزش فرایندی است که منابع محسوس را به منابع نامحسوس تبدیل می‌کند (ذوالفقاری، ص ۸۴). محصول آموزش اغلب نامحسوس و سنجش آن مشکل است، زیرا در دگرگونی افراد، دانش‌ها، ویژگیها و رفتارشان منعکس می‌شود. مسلماً نمی‌توان انکار کرد که فارغ‌التحصیلان و نیروهای کار کیفی در حقیقت سوخت توسعه اقتصادی یک جامعه را تأمین می‌کنند. آموزش عالی باید در ایجاد خلاقیت و راههای هوشمندانه تفکر به افراد کمک نماید تا توانایی تعریف، فرموله کردن و برطرف کردن مشکلات را به صورت مستقل و یا گروهی داشته باشند. نقش آموزش عالی تنها آماده‌سازی شغلی نیست، بلکه باید پیشرفت ذهنی ایجاد نماید که تأثیر مادام‌العمر بر فرد داشته باشد (هوآرن^۱، ۲۰۰۱، ص ۲۰۶).

نقش دانشگاهها در بسیاری از جنبه‌ها، برای قرن‌ها بدون تغییر بوده است، ولی امروزه آموزش به‌عنوان یک مرحله اساسی در زندگی افراد نگریسته می‌شود. نیاز به یک نظام آموزش بسیار گسترده، انتظارات متغیر مبتنی بر دستاوردهای آموزشی، انقلاب در روشهای یادگیری و مواردی از این قبیل، برای دانشگاهها و مؤسسات آموزشی تواناییهای بالقوه و چالشهای جدیدی را فراهم کرده است و نقش‌های سنتی دانشگاهها به‌عنوان ارائه‌دهندگان دانش به چالش کشیده شده است (دیویس^۲، ۱۹۹۸، ص ۱۰۱).

توجه به کارآفرینی در دانشگاههای کشور عمر کوتاهی دارد و صرف‌نظر از برخی مقالات و مباحث پراکنده، مهمترین اقدام رسمی در اواخر سال ۱۳۷۹ با ابلاغ طرح کاراد «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاهها» از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به دانشگاهها آغاز گردید. به دنبال ابلاغ این طرح در سال ۱۳۸۰-۱۳۷۹ تاکنون ۲۹ دانشگاه به این طرح پیوسته و مراکز کارآفرینی در آنها راه‌اندازی و فعال شده است (باقری‌نژاد، ۱۳۸۴، ص ۴).

از آنجا که آمار هر چند اندک مربوط به دانشگاههای دولتی است و در دانشگاههای آزاد اسلامی با وجود ظرفیت‌های موجود اقدام مؤثری در زمینه توسعه

1 – Hwarng

2 – Davies

کارآفرینی صورت پذیرفته است، بنابراین خلأ موجود در این زمینه پژوهشگر را بر آن داشت، با بررسی میزان آشنایی دانشجویان این دانشگاه با طرح توسعه کارآفرینی و همچنین ضرورت برنامه‌ریزی در جهت اجرای آن از دیدگاه هیأت علمی و دانشجویان دانشگاه به بررسی ابعاد ترویجی، آموزشی و پژوهشی این طرح دانشگاه پرداخته شود تا به شکل کاربردی در جهت به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص اقدامات اجرایی لازم صورت پذیرد.

رشد برنامه‌های آموزشی متمرکز بر کارآفرینی در دهه اخیر قابل توجه بوده است. جست‌وجوی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان برای یافتن دانشگاهی با فرصتهایی برای مطالعه کارآفرینی باعث شده که مؤسسات بسیاری برای این کار به وجود آید که بیشتر آنها در آمریکاست. در ایالات متحده افزایش علاقه دانشجویان به این رشته و تقاضا برای آگاهی از چگونگی راه‌اندازی کسب و کارهای جدید به رشد بسیار زیادی در تعداد کلاسها و برنامه‌ها منجر شده است. به‌عنوان مثال دانشکده بازرگانی «نورث وسترن»^۱ گزارش کرد که ۴۵ درصد از دانشجویان ورودی ۱۹۹۶ علاقه‌مندی خود را به کارآفرینی به‌عنوان یک رشته ابراز کرده‌اند. این درصد در سال ۱۹۹۵، ۳۰ درصد، در سال ۱۹۹۴، ۱۲ درصد و در سال ۱۹۹۳، ۷ درصد بوده است (فیت^۲، ۲۰۰۰، ص ۱۱۱). آراسته (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع» بر این نکته تأکید کرد که از مهمترین نیازهای جامعه امروز از نظام آموزش عالی، واکنش مناسب در برابر تغییرات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی با هدف توسعه انسانی بود. از اهداف آموزش کارآفرینی در آموزش عالی، بهبود تواناییهای فردی و تخصصی دانشجویان بود. این اهداف به‌منظور آماده‌سازی دانشجویان برای تولید محصولات و تأسیس شرکتهای جدید و بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم تدوین و طراحی شده بودند و بالاخره سرمایه‌گذاری در آموزش عالی و تحقیق و توسعه به همراه نوآوری‌های ساختاری و درسی، به‌عنوان اصول بنیانی برای نهادینه‌سازی کارآفرینی در دانشگاهها و توسعه اقتصادی شناخته شده‌اند.

1 – Northwestern

2 – Fiet

یافته‌های احمد پورداریانی (۱۳۸۲) با عنوان «آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاهها را تغییر می‌دهد» نشان می‌دهد که با روند تغییرات بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به سمت جامعه اطلاعاتی، اتخاذ راهکار جدیدی در راستای استفاده از ارزش‌ها و فرصت‌های جدید در دانشگاهها ضروری می‌نماید. به‌ویژه اینکه با توجه به اهمیت امر توسعه همه‌جانبه اقتصادی و سیاسی که توسعه آموزش و پژوهش نقش بسیار اساسی در آن دارد و اهمیت روزافزون سه انقلاب در دنیا یعنی انقلاب کارآفرینی، انقلاب دیجیتال و انقلاب اینترنت (که به سه انقلاب E-D-I معروف هستند) دانشگاه به‌منظور تغییر الگوهای آموزش و پژوهش و تغییر مهارت‌ها و تواناییهای دانشجویان باید به تغییرات راهبردی در حوزه‌های پژوهشی و آموزش اقدام کنند.

پورکریمی (۱۳۸۳) طی مطالعه‌ای با عنوان «توسعه پایدار، توسعه انسانی و اشتغال دانش‌آموختگان» ضمن اشاره به مفاهیم توسعه انسانی و توسعه پایدار، به بررسی اشتغال و بیکاری دانش‌آموختگان پرداخته و سپس اشتغال دانش‌آموختگان در بخش خوداشتغالی (غیرمزدبگیری) به عنوان پیشنهادی برای کاهش معضل بیکاری و در نتیجه افزایش شاخص توسعه انسانی و دستیابی به توسعه پایدار مطرح شده، همچنین تقویت عوامل مؤثر بر خوداشتغالی دانش‌آموختگان و آموزش کارآفرینی به دانشجویان به عوامل تسهیل‌کننده در افزایش خوداشتغالی پیشنهاد و معرفی شده است.

تاج‌آبادی (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان «رسالت دانشگاه آزاد اسلامی در ترویج فرهنگ کارآفرینی» بر این نکته تأکید کرد که بی‌توجهی به مقوله فرهنگ کارآفرینی، ضعف اقتصادی و پایین بودن فرصت شغلی برای جوانان ریشه اصلی بیشتر مشکلات اقتصادی و اجتماعی بود. تأمل در وضعیت اقتصادی کشورهای پیشرفته نشان داد که این کشورها با توجه به مقوله کارآفرینی توانسته‌اند به پیشرفتهای چشمگیری در رفع بحران‌های اقتصادی، ایجاد اشتغال و برطرف کردن بیکاری خود دست یابند. در این میان ارتباط آموزش و فناوری با تولید و بازار یکی از مسائل موجود دانشگاههای کشور بود.

وی در مطالعه‌ای «در زمینه نقش و توانمندی آموزشهای علمی- کاربردی در کارآفرینی» اعلام داشت که یکی از ابزارهای عمده، توسعه کارآفرینی و به تبع آن ایجاد اشتغال و آموزش، به‌ویژه در سطح تحصیلات عالی بود، چرا که دستاوردهای دانشگاهها از

دو جنبه، فعالیت‌های جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ ابتدا با ارائه خدمات آموزش موجب رشد سرمایه انسانی می‌شود، سپس به عنوان یک مرکز تحقیقاتی در قالب مراکز تحقیق و توسعه، امکان به‌کارگیری سایر دستاوردهای جدید علمی در عرصه‌های گوناگون اقتصادی اعم از صنعت، کشاورزی و خدمات را فراهم می‌آورد.

در مطالعه هاشمی (۱۳۸۴) با عنوان «کارآفرینی، فرهنگ و آموزش» راهکارهایی برای فرهنگ‌سازی کارآفرینی ارائه شد:

۱- معرفی مفهوم کارآفرینی از نظر اقتصادی و اجتماعی از طریق وزارت آموزش و پرورش و نظام آموزشی و مؤسسات وابسته به آن.

۲- آموزش مبحث توسعه کارآفرینی به عنوان یکی از دروس به دانش‌آموزانی که تمایل به درک کارآفرینی دارند تا بتوانند قابلیت‌های خود را ارزیابی کنند.

۳- توزیع کتابها، جزوات، راهنماها و مأخذهای چگونگی شروع مدیریت مؤسسات در مدارس و کتابخانه‌ها. بدین ترتیب دانش‌آموزان آگاه‌تر شده و در زمان شروع کار خود آمادگی بیشتری خواهند داشت.

مصحف و همکاران (۱۳۸۳) به بررسی «نگرش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه اصفهان و عوامل مؤثر بر آن» پرداختند. در این تحقیق منظور از عوامل مؤثر بر نگرش کارآفرینی خصوصیات جمعیت‌شناختی بوده است. نتایج تحقیق هیچ‌گونه ارتباطی بین خصوصیات جمعیت‌شناختی و نگرش کارآفرینی نشان نداد.

جکسون و رودکی^۱ (۱۹۹۴) در پژوهش خود بر روی نگرش‌هایی که منجر به رفتارهای کارآفرینانه می‌گردد، به این نتیجه رسیدند که وجود برخی از نگرش‌های کارآفرینانه در ملیت‌ها و جمعیت‌های خاص بیشتر است و این خود بر سطح فعالیت‌های کارآفرینانه افراد اثر می‌گذارد.

میفیلد و ویور^۲ (۲۰۰۰) طی پژوهشی به بررسی نقش و جایگاه نظریه اجتماعی در آموزش کارآفرینی دانشجویان اقدام کردند. تحقیق با پیشنهاد این مطلب به پایان

1- Jacson & Rodkey

2- Mefeld & Vever

رسید که می‌توان با استفاده از نظریه یادگیری اجتماعی آن‌گونه که در فلسفه عملگرایی ریشه دارد، به آموزش کارآفرینی اقدام نمود.

جانز و انگلیش^۱ (۲۰۰۴ م) طی مطالعه‌ای که در دانشگاه تاسمانیا اجرا شد، دریافتند که با فرایند آموزش کارآفرینی می‌توان افراد را با توانمندی خود برای بازشناسی فرصتهای تجاری، به‌صورت داشتن اعتماد به‌نفس، عزت‌نفس و نیز دانش و مهارت برای اقدام آشنا کرد. همچنین این برنامه‌های آموزشی می‌توانند شامل بازشناسی فرصت، مفهوم تجارت سودآور و منابع مقابله در برابر خطرپذیری و آغاز یک کسب و کار جدید باشد.

ژائو^۲ (۲۰۰۵) پژوهشی درباره رابطه بین کارآفرینی و خلاقیت و با هدف فراهم آوردن درک بهتر در خصوص ماهیت کارآفرینی و خلاقیت و تعامل این دو مفهوم در سازمانهای گوناگون انجام داد. نتایج تحقیق او مشخص کرد که بین خلاقیت و کارآفرینی رابطه مثبتی وجود دارد و از تعامل موجود بین این دو گزینه سازمانها رونق خاصی خواهند گرفت. او از نتایج تحقیق این‌گونه استنباط کرد که دولت‌ها باید نگرش افراد را به سمت این موضوع معطوف داشته و کارآفرینی را به عنوان فرایندهای مستمر و روزمره در سازمانها در نظر گیرند.

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی هم دارای بعد نظری (تئوریک) و هم دارای بعد عملی (کاربردی) است که می‌توان با روشهای مختلف آموزشی، به آموزش و پرورش کارآفرینان همت گماشت (مقیم، ۱۳۸۰، ص ۲۲). طرح توسعه کارآفرینی از راهکارهایی است که سالهاست در کشورهای پیشرفته و حتی کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گرفته و از پیامدهای آن که رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی کشورها و ملت‌هاست، بهره‌مند شده‌اند. در این قبیل کشورها اشاعه فرهنگ کارآفرینی نه تنها باعث ترویج روحیه کارآفرینی در میان قشر تحصیلکرده و دانشگاهی، بلکه در میان عامه مردم هم شده است و به عنوان جزئی از فرهنگ این‌گونه ملت‌ها شده است. همچنین برگزاری دوره‌های آموزش مهارت‌ها و ویژگیهای کارآفرینی در اغلب دانشکده‌ها و ایجاد و تأسیس مراکز رشد و پارک‌های علمی- تحقیقاتی و همین‌طور

1 – Jons & English

2 – Zhao

حمایت صندوق‌ها و مؤسسات مختلف از دانشجویان دارای طرح کسب و کار نه تنها منجر به افزایش توان و کارایی دانشجویان در ابعاد علمی رشته تخصصی خود شده، بلکه باعث جذب دانشجویان و نخبگان از دیگر کشورهای جهان نیز شده است. این امر مسئولان و مدیران ارشد آموزش عالی و دانشگاهها را بر آن می‌دارد تا بر اساس تجارب به دست آمده در این‌گونه دانشگاهها و با توجه به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های موجود در این زمینه در دانشگاهها اقدام نموده و هر چه بیشتر در جهت افزایش کیفیت و ارتقای همه‌جانبه توسعه کارآفرینی در دانشگاهها گام بردارند.

هدف اصلی این پژوهش بررسی ابعاد طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان از دیدگاه اعضای هیأت علمی و دانشجویان است.

اهداف پژوهش

- ۱- تعیین اولویت شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی
- ۲- تعیین اولویت مواد آموزش کارآفرینی
- ۳- تعیین اولویت روشهای آموزشی کارآفرینی
- ۴- تعیین اولویت پژوهش‌های کارآفرینی
- ۵- تعیین تفاوت بین نظرات اعضای هیأت علمی با توجه به ویژگیهای جمعیت‌شناختی
- ۶- تعیین تفاوت بین نظرات دانشجویان با توجه به ویژگیهای جمعیت‌شناختی

روش

این تحقیق از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش ۱۰۰۲۳ دانشجو و ۱۵۰ عضو هیأت علمی بود که از این جامعه تعداد ۳۰۰ دانشجو و ۵۰ عضو هیأت علمی به‌عنوان نمونه آماری بر اساس فرمول حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته با ۴۴ سؤال بسته‌پاسخ برای اعضای هیأت علمی با ضریب پایایی ۸۶ درصد و ۳۲ سؤال بسته‌پاسخ برای دانشجویان با ضریب پایایی ۹۳ درصد بود که براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت تنظیم گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش از نرم‌افزار SPSS در دو سطح آمار استنباطی و توصیفی استفاده شد.

یافته‌ها

سؤال ۱- تا چه اندازه شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی لازم است؟

جدول ۱- مقایسه میانگین نمره شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی با میانگین فرضی ۳ از نظر اعضای هیأت علمی

متغیر	\bar{X}	s	se	t	df
شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی	۴/۰۲	۰/۳۹۰	۰/۰۵۸	۱۷/۶	۴۴

براساس یافته‌های جدول ۱ با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر است، بنابراین اعضای هیأت علمی شیوه‌های ترویج ارائه شده را بالاتر از سطح متوسط لازم می‌دانند.
سؤال ۲- تا چه اندازه مواد آموزش کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی ضروری است؟

جدول ۲- مقایسه میانگین مواد آموزش کارآفرینی با میانگین فرضی ۳ از نظر اعضای هیأت علمی

متغیر	\bar{X}	s	se	t	df
مواد آموزش کارآفرینی	۳/۷۲	۰/۳۸۹	۰/۰۵۸	۱۲/۵	۴۴

براساس یافته‌های جدول ۲ و با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر است، بنابراین اعضای هیأت علمی مواد آموزش کارآفرینی ارائه شده را بیش از سطح متوسط ضروری می‌دانند.
سؤال ۳- تا چه اندازه روشهای آموزش کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی ضروری است؟

جدول ۳- مقایسه میانگین نمره روشهای آموزش کارآفرینی با میانگین فرضی ۳ از نظر اعضای هیأت علمی

متغیر	\bar{X}	s	se	t	df
روشهای آموزش کارآفرینی	۳/۷۰	۰/۴۰۵	۰/۶۰۴	۱۱/۶	۴۴

براساس یافته‌های جدول ۳ و با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر است، بنابراین اعضای هیأت علمی روشهای تدریس ارائه شده را بیش از سطح متوسط ضروری می‌دانند.
سؤال ۴- تا چه اندازه اولویت پژوهش‌های کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی لازم است؟

جدول ۴- مقایسه میانگین نمره اولویتهای پژوهش کارآفرینی با میانگین فرضی ۳ از نظر اعضای هیأت علمی

متغیر	\bar{X}	s	se	t	df
اولویت پژوهش‌های کارآفرینی	۳/۹۶	۰/۳۷۹	۰/۵۶۵	۱۷/۰	۴۴

براساس یافته‌های جدول ۴ با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح $P \leq 0/05$ بزرگتر است، بنابراین اعضای هیأت علمی اولویتهای پژوهشی ارائه شده را بیش از سطح متوسط لازم می‌دانند.
سؤال ۵- تا چه اندازه شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی از نظر دانشجویان ضروری است؟

جدول ۵- مقایسه میانگین نمره شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی با میانگین فرضی ۳ از نظر دانشجویان

متغیر	\bar{X}	s	se	t	df
شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی	۳/۷۴	۰/۸۳۰	۰/۰۵۰	۱۴/۶	۲۶۵

براساس یافته‌های جدول ۵ با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر است، بنابراین دانشجویان شیوه‌های ترویج ارائه شده را بالاتر از سطح متوسط ضروری می‌دانند.

سؤال ۶- تا چه اندازه مواد آموزش کارآفرینی از نظر دانشجویان ضروری است؟

جدول ۶- مقایسه میانگین نمره مواد آموزش کارآفرینی
با میانگین فرضی ۳ از نظر دانشجویان

متغیر	\bar{X}	s	se	t	df
مواد آموزش کارآفرینی	۳/۸۸	۰/۷۹۶	۰/۴۹۳	۱۸/۰	۲۶۰

براساس یافته‌های جدول ۶ و با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر است، بنابراین دانشجویان مواد آموزشی ارائه شده را بالاتر از سطح متوسط ضروری می‌دانند.

سؤال ۷- تا چه اندازه روشهای آموزش کارآفرینی از نظر دانشجویان لازم است؟

جدول ۷- مقایسه میانگین نمره روشهای آموزش کارآفرینی
با میانگین فرضی ۳ از نظر دانشجویان

متغیر	\bar{X}	S	se	t	df
روشهای آموزش کارآفرینی	۳/۸۰	۰/۷۲۰	۰/۰۴۴	۱۸/۰	۲۶۲

براساس یافته‌های جدول ۷ و با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر است، بنابراین دانشجویان روشهای تدریس ارائه شده را برای آموزش کارآفرینی بالاتر از سطح لازم می‌دانند.

جدول ۸ - مقایسه میانگین نمره مؤلفه‌های کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی بر حسب جنسیت

p	t	مرد		زن		مؤلفه‌های کارآفرینی
		s	\bar{X}	s	\bar{X}	
۰/۷۴۵	۰/۳۲۷	۰/۴۰۱	۴/۰	۰/۳۸۵	۴/۰	شیوه ترویج کارآفرینی
۰/۳۷۳	۰/۸۹۹	۰/۳۹۳	۳/۶۸	۰/۳۸۷	۳/۷۸	مواد آموزش کارآفرینی
۰/۳۹۲	۰/۸۶۵	۰/۴۰۱	۳/۶۵	۰/۴۱۲	۳/۷۶	شیوه‌های تدریس کارآفرینی
۰/۸۵۶	۰/۱۸۲	۳/۹۲	۳/۹۷	۰/۳۹۷	۳/۹۵	اولویت پژوهش کارآفرینی

مطابق یافته‌های جدول ۸ با توجه به اینکه t مشاهده شده در سطح $P \leq ۰/۰۵$ معنادار نیست بین نظرات اعضای هیأت علمی مرد و زن تفاوت وجود ندارد.

جدول ۹ - مقایسه میانگین نمره مؤلفه‌های کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی بر حسب گروه‌های سنی

p	t	+۴۵		۲۸ - ۴۵		مؤلفه‌های کارآفرینی
		s	\bar{X}	s	\bar{X}	
۰/۷۴۵	۰/۳۲۷	۰/۴۰۱	۴/۰	۰/۳۸۵	۴/۰	شیوه ترویج کارآفرینی
۰/۳۷۳	۰/۸۹۹	۰/۳۹۳	۳/۶۸	۰/۳۸۷	۳/۷۸	مواد آموزش کارآفرینی
۰/۳۹۲	۰/۸۶۵	۰/۴۰۱	۳/۶۵	۰/۴۱۲	۳/۷۶	شیوه‌های تدریس کارآفرینی
۰/۸۵۶	۰/۱۸۲	۳/۹۲	۳/۹۷	۰/۳۹۷	۳/۹۵	اولویت پژوهش کارآفرینی

براساس یافته‌های جدول ۹ با توجه به اینکه t مشاهده شده در سطح $P \leq ۰/۰۵$ معنادار نبوده بین نظرات اعضای هیأت علمی ۴۵- ۲۸ سال و ۴۵ سال به بالا تفاوت وجود ندارد.

جدول ۱۰- مقایسه میانگین نمره مؤلفه‌های کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی برحسب مدرک تحصیلی

p	t	دکتری		کارشناسی ارشد		مؤلفه‌های کارآفرینی
		s	\bar{X}	s	\bar{X}	
۰/۸۸۷	۰/۱۴۲	۰/۴۱۰	۴/۰۲	۰/۳۶۴	۴/۰۳	اولویت شیوه‌های ترویج
۰/۸۴۸	۰/۱۹۳	۰/۴۱۱	۳/۷۲	۰/۳۵۹	۳/۷۴	اولویت مواد آموزشی
۰/۸۹۶	۰/۱۳۲	۰/۴۱۶	۳/۶۹	۰/۳۹۶	۳/۷۱	اولویت شیوه‌های تدریس
۰/۳۰۴	۱/۰۴	۰/۳۸۸	۴/۰۱	۰/۳۶۱	۳/۸۸	اولویت پژوهشی

براساس یافته‌های جدول ۱۰ با توجه به اینکه t مشاهده شده در سطح $P \leq 0/05$ معنادار نیست، بین نظرات اعضای هیأت علمی برحسب مدرک تحصیلی تفاوت وجود ندارد.

جدول ۱۱- مقایسه میانگین نمره مؤلفه‌های کارآفرینی از نظر دانشجویان برحسب جنسیت

p	t	مرد		زن		مؤلفه‌های کارآفرینی
		s	\bar{X}	s	\bar{X}	
۰/۵۲۸	۰/۶۳۲	۰/۷۹۰	۳/۶۹	۰/۸۴۸	۳/۷۶	شیوه ترویج فرهنگ کارآفرینی
۰/۶۴۸	۰/۴۵۷	۰/۷۸۹	۳/۸۵	۰/۸۰۱	۳/۹۰۳	مواد آموزشی آموزش کارآفرینی
۰/۰۹۹	۱/۶۵۶	۰/۷۷۳	۳/۶۹	۰/۷۱۰	۳/۸۵	شیوه‌های تدریس آموزش کارآفرینی

براساس یافته‌های جدول ۱۱ با توجه به اینکه t مشاهده شده در سطح $P \leq 0/05$ معنادار نیست بین نظرات دانشجویان مرد و زن تفاوت وجود ندارد.

جدول ۱۲- مقایسه میانگین نمره مؤلفه‌های کارآفرینی از نظر دانشجویان بر حسب مقطع تحصیلی

p	t	کارشناسی ارشد		کارشناسی		مؤلفه‌های کارآفرینی
		s	\bar{X}	s	\bar{X}	
۰/۴۳۲	۱/۲۹۱	۰/۷۸۸	۳/۸۸	۰/۸۳۸	۳/۷۱	شیوه ترویج فرهنگ کارآفرینی
۰/۲۸۴	۱/۰۷۳	۰/۷۴۶	۳/۹۹	۰/۸۰۷	۳/۸۶	مواد آموزشی آموزش کارآفرینی
۰/۵۴۸	۱/۶۰۱	۰/۷۰۹	۳/۸۵	۰/۷۲۳	۳/۷۸	شیوه‌های تدریس آموزش کارآفرینی

بر اساس یافته‌های جدول ۱۲، t مشاهده شده در سطح $P \leq ۰/۰۵$ معنادار نیست، بنابراین بین نظرات دانشجویان بر حسب مقطع تحصیلی تفاوت وجود ندارد.

جدول ۱۳- مقایسه میانگین نمره مؤلفه‌های کارآفرینی از نظر دانشجویان بر حسب رشته تحصیلی

p	f	پیراپزشکی		فنی		پایه		علوم انسانی		مؤلفه‌های کارآفرینی
		s	\bar{X}	s	\bar{X}	s	\bar{X}	s	\bar{X}	
۰/۰۷۲	۲/۳۶	۱/۱۴۰	۳/۲۳	۰/۷۶۸	۳/۷۹	۰/۸۱۷	۳/۷۱	۰/۸۳۸	۳/۷۶	شیوه‌های ترویج کارآفرینی
۰/۲۹۰	۱/۲۵	۰/۷۳۹	۳/۸۵	۰/۸۵۳	۳/۸۰	۰/۸۵۵	۳/۷۹	۰/۷۲۸	۴/۰۰	مواد آموزش کارآفرینی
۰/۳۶۱	۱/۰۷	۰/۷۳۰	۳/۷۹	۰/۷۹۳	۳/۶۹	۰/۶۸۹	۳/۸۵	۰/۷۰۳	۳/۸۷	روشهای تدریس کارآفرینی

بر اساس یافته‌های جدول ۱۳، t مشاهده شده در سطح $P \leq ۰/۰۵$ معنادار نبوده، بنابراین بین نظرات دانشجویان بر حسب رشته تحصیلی تفاوت وجود ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

تجزیه و تحلیل یافته‌های مربوط به سؤال اول پژوهش (تا چه میزان شیوه‌های ترویج کارآفرینی در دانشگاه لازم است؟): یافته‌های جدول ۱ و ۵ نشان داد که میانگین نمره شیوه‌های ترویج کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی ۴/۰۲ با انحراف معیار ۰/۳۹۰ و

میانگین نمره شیوه‌های ترویج کارآفرینی از نظر دانشجویان $3/74$ با انحراف معیار $0/83$ است. بنابراین از نظر اعضای هیأت علمی و دانشجویان شیوه‌های ترویج کارآفرینی بیش از سطح متوسط در دانشگاه ضروری است. یافته‌های این سؤال پژوهش با یافته‌های احمدپور داریانی (۱۳۸۲)، تاج‌آبادی (۱۳۸۳) و هاشمی (۱۳۸۴) همسو است، چرا که با روند تغییرات بین‌الملل و گذر از جامعه صنعتی به سمت جامعه اطلاعاتی، اتخاذ راهکارهای جدید در راستای استفاده از روشها و فرصتهای جدید در دانشگاهها ضروری است. به نظر می‌رسد کارآفرینی به‌عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر در جامعه و به‌ویژه جامعه دانشگاهی جای خود را باز کرده است و همچنان بخش اصلی بار فرهنگ‌سازی بر دوش نظام آموزشی خودنمایی می‌کند.

یافته‌ها در خصوص سؤال دوم پژوهش (تا چه میزان مواد آموزش کارآفرینی در دانشگاه ضروری است؟): نتایج جدولهای ۲ و ۶ نشان می‌دهد که میانگین نمره مواد آموزش کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی $3/72$ با انحراف معیار $0/389$ و میانگین نمره مواد آموزش کارآفرینی از نظر دانشجویان $3/88$ با انحراف معیار $0/796$ است، بنابراین از نظر اعضای هیأت علمی و دانشجویان مواد آموزشی کارآفرینی بیش از سطح متوسط لازم است. این سؤال پژوهش با یافته‌های پژوهش جانز و انگلیش (۲۰۰۴) مبنی بر اینکه برنامه‌های آموزشی شامل بازشناسی فرصت، مفهوم تجارت سودآور، منابع مقابله در برابر خطرپذیری و آغاز یک کسب و کار جدید است، همسو نیست. از آنجا که کارآفرینی در کشور ما در مرحله آغازین خود است و هنوز به جنبه‌های گسترده آن در ابعاد مختلف پرداخته نشده است، بنابراین عنوان‌ها و مواد آموزشی بسیاری در این حوزه وجود دارد که هنوز نسبت به اولویت آنها در آموزش کارآفرینی، پژوهش و ارزیابی صورت نپذیرفته است.

با توجه به یافته‌های جدولهای ۳ و ۷ در ارتباط با سؤال سوم پژوهش (تا چه میزان شیوه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه لازم است؟)، میانگین نمره شیوه‌های آموزش کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی $3/70$ با انحراف معیار $0/405$ و میانگین نمره شیوه‌های آموزش کارآفرینی از نظر دانشجویان $3/80$ با انحراف معیار $0/720$ است. از این نظر اعضای هیأت علمی و دانشجویان شیوه‌های آموزش کارآفرینی را بالاتر از سطح متوسط ضروری می‌دانند. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش میفیلد و ویور (۲۰۰۰) همسویی نشان داد. به هر حال براساس شیوه‌های جدید تدریس،

یادگیری مستلزم همکاری مشترک بین مربی و فراگیران است. فراگیر نقش خود را در یادگیری ایفا می‌کند و مربی هم به‌عنوان یک حمایت‌کننده و تسهیل‌گر فرایند عمل می‌کند. وظیفه مربی توسعه تواناییهای فراگیران است تا فراگیران بتوانند تجارب خود را در کلاس درس انعکاس دهند و همچنین برای آنها فرصتهایی فراهم شود که بخش نظری کارآفرینی و مباحث مربوط به کسب و کار در ذهن آنها ساخته شود. از طرفی فراگیران از طریق روشهای عملی و در حین عمل بهتر فرا می‌گیرند و از طرف دیگر مباحث کارآفرینی به دلیل ماهیتی که دارند باید به روشی پویا، فعال و تجربی آموزش داده شوند تا باعث انگیزش فراگیران به تفکر نظام‌مند و عمل کارآفرینانه شود.

یافته‌های جدول ۴ در خصوص سؤال چهارم پژوهش (تا چه میزان اولویت پژوهش‌های کارآفرینی در دانشگاه ضروری است؟) نشان داد که میانگین نمره اولویت پژوهش‌های کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی ۳/۹۶ با انحراف معیار ۰/۳۷۹ است و اعضای هیأت علمی اولویت پژوهش‌های کارآفرینی را بالاتر از سطح متوسط ضروری می‌دانند. چنانچه از کارآفرینی به عنوان موتور تغییرات اجتماعی یاد شود که باعث ایجاد شغل و استفاده اثربخش از منابع و تجدید حیات ملی می‌شود، تحقیق درباره کارآفرینی شامل مطالعه تمامی عواملی است که در ایجاد، شکست و رشد شرکتهای نوپا مؤثر است و کانون اصلی توجه باید مطالعه تأسیس یک شرکت و تمامی عواملی که در چنین رویدادی تأثیر می‌گذارد (خصوصیات کارآفرینی، نظام بانکداری و مراکز آموزشی) باشد. چنانچه از کارآفرینی به‌عنوان موتور تغییرات اقتصادی یاد شود و کانون اصلی توجه ابتکار و خلاقیت باشد، تمامی عواملی را که بر شناسایی توسعه و ابتکار در بازار تأثیر دارند در جریان تحقیقات قرار می‌گیرند.

یافته‌های جدولهای ۸ تا ۱۳ در خصوص مقایسه اختلاف میانگین نمره شیوه‌های ترویج کارآفرینی، مواد آموزشی کارآفرینی، شیوه‌های آموزش کارآفرینی و اولویت پژوهش‌های کارآفرینی از نظر اعضای هیأت علمی برحسب جنسیت، گروههای سنی و مدرک تحصیلی و از نظر دانشجویان برحسب جنسیت، رشته تحصیلی و مقطع تحصیلی تفاوت معناداری نشان نداد. از آنجا که کارآفرینی تنها یک نوع زندگی شغلی نیست و بسیاری معتقدند که کارآفرینی یک سبک زندگی، تفکر و یا یک فرهنگ است، این احتمال وجود دارد که همه جنبه‌های فردی، اجتماعی، ویژگیهای شخصیتی و اقتصادی افراد را در همه ابعاد و دوره‌های زمان تحت پوشش قرار دهد.

- با توجه به یافته‌های جدول ۱ در رابطه با اولویت شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌گردد:
- ارائه خدمات مشاوره شغلی به دانشجویان
 - برگزاری کارگاه و همایش به منظور معرفی کارآفرینی در دانشگاه
- با توجه به یافته‌های جدول ۲ در رابطه با اولویت عنوانهای آموزش کارآفرینی پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:
- آموزش مراحل راه‌اندازی تأسیس کسب و کار
 - آشنایی با روشهای تأمین منابع برای کسب و کار
- براساس نتایج جدول ۳ در رابطه با اولویت شیوه‌های آموزش کارآفرینی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:
- به کارگیری شیوه کارگاه آموزشی در آموزش مهارتهای کسب و کار
- براساس نتایج جدول ۴ در رابطه با اولویت پژوهش‌های کارآفرینی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:
- پژوهش‌هایی درباره استفاده از تجارب دیگر کشورها در رابطه با کارآفرینی انجام شود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۲)، «آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه را تغییر می‌دهد؟»، *رهیافت*، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲.
- آراسته، حمیدرضا. (۱۳۸۲)، «کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع»، *رهیافت*، فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲.
- باقری‌نژاد، جعفر. (۱۳۸۴)، «نقش دانشگاه کارآفرین در توسعه کارآفرینی»، *فصلنامه علمی - فرهنگی کارمایه*، مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان.
- پورکریمی، جواد. (۱۳۸۳)، *توسعه انسانی و اشتغال دانش‌آموختگان، آموزش عالی و توسعه پایدار*، تهران، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- تاج‌آبادی، محمد. (۱۳۸۳)، *رسالت دانشگاه آزاد اسلامی در ترویج تفکر کارآفرینی، آموزش عالی و توسعه پایدار*، تهران، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- حیدری، احمد. (۱۳۸۳)، «کارآفرینی دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی»، *اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، دوره هجدهم، شماره ۱۱ و ۱۲.

- ذوالفقاری، رشید. (۱۳۸۴)، «نظام‌های تأمین پولی و مالی برای حمایت از کارآفرینان»، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، رودهن، نشر دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- علوی، سید ابوالفضل. (۱۳۸۲)، کارآفرینی در رسالت دانشگاه، فصلنامه سیاست علمی و پژوهش رهیافت، شماره ۲۹.
- صمد آقایی، جلیل. (۱۳۷۸)، سازمانهای کارآفرین، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- مصحف، هایده و همکاران. (۱۳۸۳)، «بررسی نگرش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه اصفهان و عوامل مؤثر بر آن»، خلاصه مقالات و سخنرانی‌های هفته پژوهش، اصفهان: آذرماه ۱۳۸۳.
- مقیم، سید محمد. (۱۳۸۰)، سازمان مدیریت: رویکردی پژوهشی، تهران، انتشارات ترمه.
- هاشمی، محمد و علی حمیدی‌نسب. (۱۳۸۴)، «کارآفرینی، فرهنگ و آموزش»، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، رودهن، نشر دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

- Davies, D. (1998). *The Virtual University: A Learning University*. Journal Of Workplace Learning, Volume 10, Number 4, PP 175 – 213.
- Fiet, J.O. (2000). *The Pedagogical Side Of Entrepreneurship Theory*. Journal Of Business Venturing 16, PP 101 – 117.
- Hwang, H.B. (2001). *Translating Customer Voices In To Operations A Qfd Application In Higher Education*. International Journal Requirements Of Quality & Reliability Management, Volume 18, Number 2, PP 195 – 226.
- Jackson, J.E. & Rodkey, G.R. (1994). *The Attitudinal Climate For Entrepreneurial Activity Public Opinion Quarterly*. 58,3. Academic Research Library: 358.
- Jones, C., English, J. (2004). *A Contemporarg Approach To Entrepreneurship Education*. Journal Education Training. 46(8/9). 416 – 423.
- Meyfield, W. & Weaver, R. (2000). *The Determination Of The Teaching Methodology Of Entrepreneurship As Established By The Underlying Philosophy Of Pragmatism*, Scotland: Glasgow Caledonian University.
- Zhao, F. (2005). *Exploring The Synergy Between Entrepreneurship And Innovation* International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research. 11(1). 25 – 47.

تاریخ وصول: ۸۷/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۸۸/۳/۳۱