

نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن

علی نقی امیری

استادیار پردیس قم، دانشگاه تهران

یزدان مرادی*

کارشناس ارشد دانشگاه جامع علمی - کاربردی

چکیده

پژوهش حاضر به منظور بررسی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان و نیز شناسایی برخی موانع درون دانشگاهی این نگرشها انجام شده است. نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان در پنج بعد توفیق طلبی، استقلال طلبی، اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری و نیز ریسک پذیری قابل ارزیابی است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که ضریب همبستگی بین متغیر وابسته؛ یعنی «نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان» و متغیرهای مستقل؛ یعنی «عوامل درون دانشگاهی» شامل سبک مدیریت، ویژگیهای مدرسان، ویژگی نظام اداری- مالی، عملکرد کارکنان، ویژگیهای دانشجویان، دسترسی به تجهیزات و امکانات آموزشی و ویژگی فضای آموزشی و محتوای دروس به ترتیب عبارت اند از: ۰/۱۹۲، ۰/۲۹۵، ۰/۱۵۸، ۰/۱۹۴، ۰/۳۸۵، ۰/۰۸۲، ۰/۰۸۲ و ۰/۲۳۰. بنابراین، بجز دو عامل «دسترسی به تجهیزات و امکانات آموزشی» و «ویژگی فضای آموزشی» که با نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان همبستگی ندارند، شش عامل دیگر دارای همبستگی با متغیر وابسته اند. از طرفی، نتیجه آزمون علامت و فریدمن نشان می دهد که چهار عامل سبک مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری- مالی و عملکرد کارکنان دانشگاه به ترتیب به عنوان مهم ترین موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان به حساب می آیند.

کلید واژگان: موانع کارآفرینی، نگرشهای کارآفرینانه و دانشجو.

* مسئول مکاتبات: Yazdan142@yahoo.com

دریافت مقاله: ۱۳۸۶/۱۲/۱ پذیرش مقاله: ۱۳۸۷/۵/۳۰

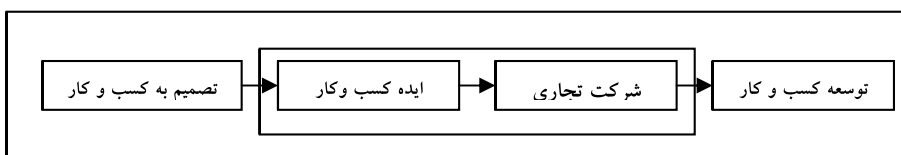
مقدمه

یکی از چالشهای پیش روی جوامع مختلف، دانش آموختگانی هستند که بدون تواناییهای فردی و مهارتهای لازم را برای راهاندازی کسب و کار مناسب ندارند. این امر آمادهسازی فارغالتحصیلان دانشگاهی را از طریق توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان ضروری میسازد. آنچه مسلم است، آمادهسازی در خصوص کارآفرینی نباید بعد از فارغالتحصیلی باشد، بلکه برای تحقق این امر لازم است طی فرایندی و در حین تحصیل مقدمات لازم فراهم و موانع و محدودیتها برطرف شود. یکی از مهمترین این مقدمات تحت تأثیر قرار دادن «نگرشهای کارآفرینانه»^۱ دانشجویان است. ایجاد نگرش کارآفرینانه در دانشجویان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه از سوی آنان است. این نگرشها متأثر از دو دسته عوامل درون دانشگاهی و عوامل برون دانشگاهیاند؛ عوامل برون دانشگاهی مشتمل برحیطه بسیار گستردهای از عوامل مختلف فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و غیره است و معمولاً نگرش دانشجویان را به طور غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می دهد. عوامل درون دانشگاهی شامل عواملی در درون نظام دانشگاهی است که می تواند نگرش دانشجویان را به طور مستقیم تحت تأثیر قرار دهد و شناسایی و برنامه ریزی برای تقویت آنها بروز رفتار کارآفرینانه از سوی دانشجویان را محتمل تر می سازد.

هدف از این تحقیق بررسی ابعاد مختلف نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان و نیز شناسایی موانع موجود بر ایجاد نگرش کارآفرینانه آنها در درون نظام دانشگاه [با تأکید بر دانشگاه جامع علمی-کاربردی] است که در این زمینه فرضیه اصلی تحقیق عبارت است از: «عوامل درون دانشگاهی یکی از موانع نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان است».

جایگاه و اهمیت نگرشهای کارآفرینانه: فرایند کارآفرینی مستقل از چهار مرحله مطابق شکل ۱ تشکیل می شود. در مرحله اول فرد تصمیم می گیرد یک کارآفرین شود، مرحله دوم تدوین موفقیت آمیز یک ایده تجاری است، در مرحله سوم تبدیل ایده به عمل و تأسیس یک شرکت

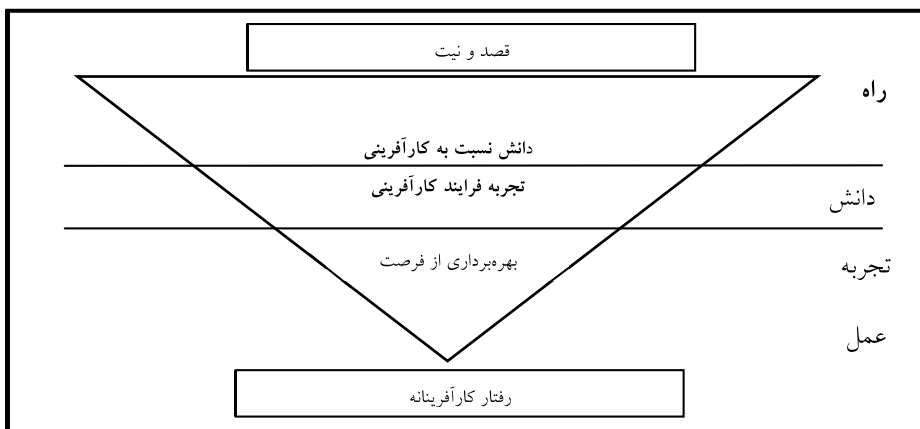
صورت می‌گیرد و در مرحله چهارم مدیریت کردن و توسعه دادن شرکت مذکور است (Erling et al., 2005).



شکل ۱- فرایند کارآفرینی

شکل ۱ نشان می‌دهد که قصد و تصمیم به کارآفرینی اولین قدم در فرایند کارآفرینی و بروز رفتارهای کارآفرینانه است. های نونن و دیگران نیز در خصوص بروز رفتار کارآفرینانه مدلی ارائه داده‌اند. براساس این مدل که در شکل ۲ نشان داده شده است، رفتار کارآفرینانه طی مراحل زیر رخ می‌دهد (Heinonen et al., 2005: 5):

۱. قصد و نیت راه‌اندازی کسب و کار یا بروز رفتار کارآفرینانه؛
۲. کسب دانش در زمینه کارآفرینی و کسب و کار مورد نظر؛
۳. کسب تجربه در خصوص فرایند کارآفرینی و کسب و کار مورد نظر؛
۴. جستجو برای شناخت فرصت و بهره‌برداری از آنها.



شکل ۲- آموزش کار آفرینی، رویکرد کارآفرینانه

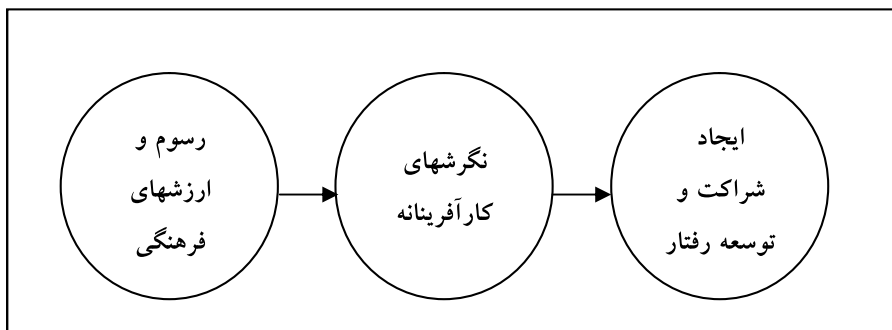
در صورت طی شدن مراحل یاد شده از سوی دانشجویان رفتارهای زیر در آنها قابل مشاهده است:

۱. شناسایی و به کارگیری فرصت‌ها و ایجاد یک شرکت جدید؛
 ۲. توانایی خلاقیت و پذیرفتن ریسک‌های معتدل؛
 ۳. صحبت راجع به خودشان و کارآفرینان؛
 ۴. عبور از موانع و قوانین به منظور دستیابی به اهداف؛
 ۵. تحرک زیاد^۲ (به معنی سعی و تلاش زیاد) برای رسیدن به یک چیز جدید یا شناسایی راهی جدید برای انجام دادن کاری؛
 ۶. داشتن شور و شغف زیاد در مسیر هدف؛
 ۷. استقلال طلبی زیاد [به طوری که افراد مناسبی برای اجرای کارهای تیمی نیستند]؛
 ۸. دائماً به دنبال انجام دادن کاری (NCGE, 2006).
- البته، بروز رفتارها و مهارت‌های کارآفرینانه به پیش زمینه‌هایی نیاز دارد که استوکی این پیش‌زمینه‌های اجتماعی - روان‌شناسانه^۳ را به شرح زیر معرفی کرده است:
۱. خود باوری، «من خود را به عنوان یک فرد کارآفرین به حساب می‌آورم»؛
 ۲. اعتقاد^۴، کارآفرینی چیز خوبی است؛
 ۳. هنجارهای درک شده اجتماعی^۵، اطرافیان من با رفتارهای کارآفرینانه موافق هستند؛
 ۴. سودمندی درک شده، بروز رفتارهای کارآفرینانه به من در رسیدن به هدفهای زندگی کمک می‌کند؛
 ۵. اعتماد به نفس، معتقدم که می‌توانم رفتارها و نگرشهای موفقیت آمیز کارآفرینانه را از خود بروز دهم؛
 ۶. انگیزش ذاتی^۶، علاقه مندی به کارآفرینی و لذت بردن از کارآفرینی [به عنوان یک عامل کششی^۷] یا نیازمندی به کارآفرینی [به عنوان یک عامل فشاری^۸] (Stockly, 2006).

-
2. Very Driven
 3. Social-Psychological Antecedents
 4. Belife System
 5. Percived Societal Norms

عوامل یاد شده را می‌توان به عوامل درونی و بیرونی تقسیم کرد که عوامل درونی شامل ویژگیهای فردی و انگیزش ذاتی و عوامل بیرونی متأثر از متغیرهای مختلفی است که مسائل اجتماعی و فرهنگی از مهم‌ترین آنها به شمار می‌رود.

ورنون و ورتزل بر این باورند که فرهنگ در توسعه کارآفرینی نقش مهمی دارد، چرا که فرهنگ تعیین‌کننده نگرشهای افراد در آغاز فعالیت کارآفرینانه است و علاوه بر این، هر زمانه‌ای مدل‌های خاص کارآفرینی مطابق با نیازهای خاص جامعه را ایجاد می‌کند (Mogimi, 2007). در شکل ۳ مدل فرهنگی شناسایی نگرشهای کارآفرینانه نشان داده شده است. این شکل نشان می‌دهد که در آن فرهنگ به عنوان یک متغیر زمینه‌ای بر نگرشهای کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد.



شکل ۳- مدل فرهنگی شناسایی نگرشهای کارآفرینانه. (Noel, 2005)

با توضیحات بیان شده معلوم می‌شود که شرط لازم برای بروز رفتارهای کارآفرینانه از سوی افراد از جمله دانشجویان داشتن نگرشهای کارآفرینانه و قصد کارآفرینی است.

کریستین لوج^۹ و نیکولاس فرانک^{۱۰} مدلی را برای آزمودن نیت و قصد کارآفرینی در میان دانشجویان رشته مهندسی دانشگاه MIT ارائه داده‌اند که حاصل تحقیق در بین ۵۱۲ نفر از

6. Intrinsic Motivation

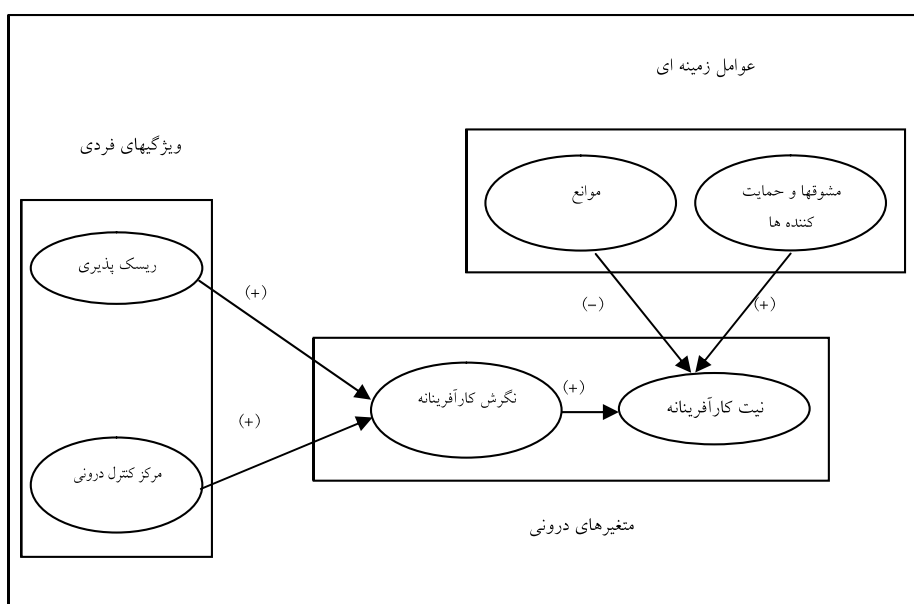
7. Pull

8. Push

9. Christian Luthje

10. Nikolaus Franke

دانشجویان رشته مهندسی دانشگاه MIT است. بر اساس این مدل که در شکل ۴ نشان داده شده است، ویژگیهای فردی (ریسک پذیری^{۱۱} و مرکز کنترل درونی^{۱۲}) به طور غیر مستقیم بر «نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی»^{۱۳} تأثیر مثبت می گذارد و «نگرش» نیز دارای تأثیر مستقیم و مثبت بر «قصد کارآفرینی» افراد است.

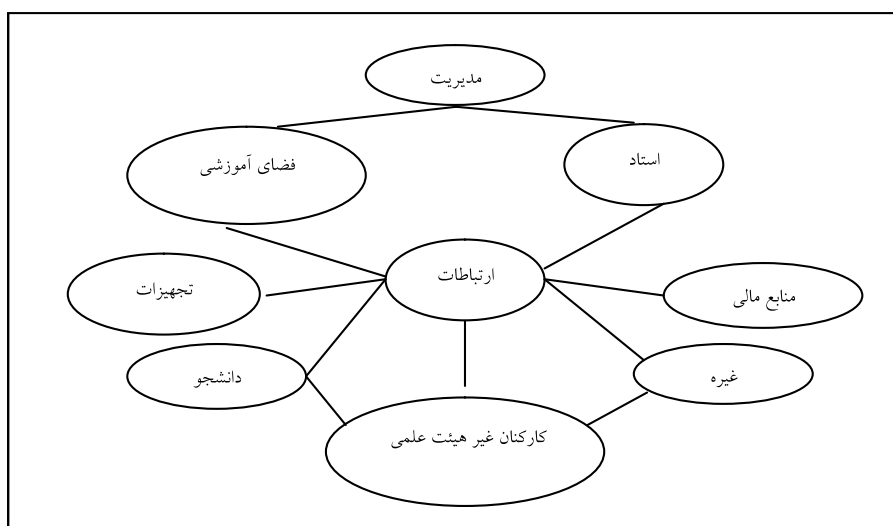


شکل ۴ - مدل ساختاری قصد کارآفرینانه

همچنین، قصد کارآفرینی از دو عامل زمینه ای^{۱۴} دیگر تأثیر می پذیرد: ۱. «موانع و محدودیتهای درک شده»^{۱۵} که تأثیر منفی و بازدارنده بر نیت کارآفرینانه دارند؛ ۲. مشوقها و حمایت کننده ها^{۱۶} که باعث تقویت نیت کارآفرینانه می شوند.

11. Risk Taking Propensity
12. Internal Locus Of Control
13. Attitude towards Entrepreneurship
14. Contextual Factors
15. Perceived Barriers
16. Perceived Support

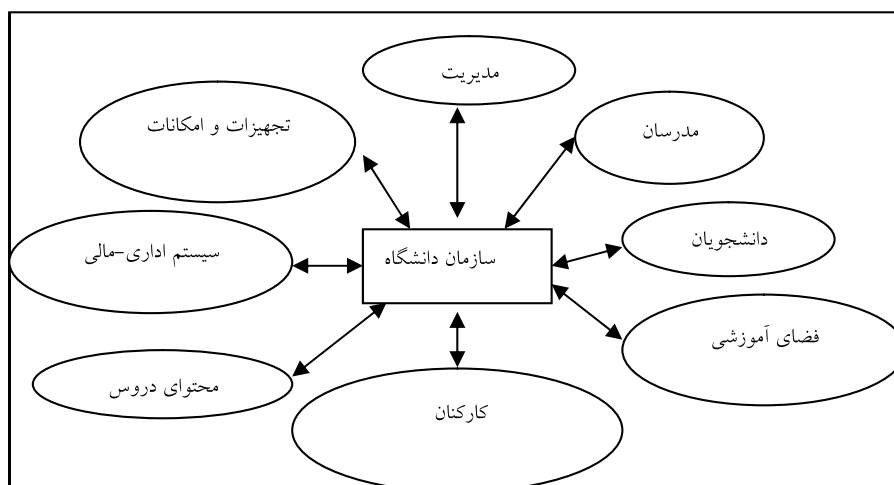
دلایل یاد شده نشان می‌دهد که موانع زمینه‌ای بر متغیرهای درونی اثر می‌گذارند و نگرش کارآفرینانه دانشجویان را تحت تأثیر منفی قرار می‌دهند. این موانع، به موانع درون دانشگاهی و برون دانشگاهی تقسیم می‌شوند. منظور از موانع درون دانشگاهی موانعی هستند که درون نظام دانشگاه، و نه محیط خارج از آن، نگرش دانشجویان را متأثر می‌سازند و باعث کاهش انگیزه آنان نسبت به طی کردن فرایند کارآفرینی می‌شوند. برای بررسی این موانع از مدل سیستمی دانشگاه استفاده می‌شود. این مدل که به‌عنوان یک مدل بومی مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران آموزش عالی کشور قرار گرفته و براساس آن الگویی با عنوان «راهنمای برنامه‌ریزی توسعه دانشگاهی» از سوی مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی و به منظور کمک به برنامه‌ریزی توسعه‌ای در دانشگاهها در اختیار مراکز آموزش عالی کشور قرار گرفته است، در شکل ۵ نشان داده شده است. در این مدل هفت جزء سیستم دانشگاه شامل مدیریت، استاد، فضای آموزشی، منابع مالی، غیره، کارکنان غیر هیئت علمی، تجهیزات و دانشجو از طریق ارتباطات سیستمی با یکدیگر در تعامل اند و اهداف دانشگاه را محقق می‌سازند.



شکل ۵- نظام آموزشی دانشگاه وعناصر تشکیل دهنده آن (Yamani and Arasteh, 2006)

اما به نظر می‌رسد که یکی از اجزای مهم تأثیرگذار در نظام آموزشی دانشگاه با عنوان محتوای دروس به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته است، بنابراین، این عنصر (محتوای دروس) نیز به دیگر عناصر و اجزای نظام دانشگاهی اضافه می‌شود تا براساس آن اجزای نظام دانشگاهی در تقسیم‌بندی زیر قابل بررسی باشد:

سبک مدیریت، ویژگیهای مدرسان، نظام اداری- مالی، عملکرد کارکنان، ویژگیهای دانشجویان، دسترسی به تجهیزات و امکانات آموزشی، فضای آموزشی و محتوای دروس. بنابراین، برای بررسی عوامل درون دانشگاهی [به عنوان متغیر مستقل این تحقیق] از مدل ارائه شده در شکل ۶ استفاده می‌شود.



شکل ۶- عناصر تشکیل دهنده نظام دانشگاهی

ابعاد نگرشهای کارآفرینانه: در تعاریف نگرش چنین آمده است: «نگرش عبارت از تمایل به عکس‌العمل یا پاسخ به یک رفتار مناسب یا نامناسب است» (Noel, 2005)؛ نگرش عبارت از حالت روانی و روان‌شناسانه عصبی مبتنی بر تجربه است که تأثیری پویا را بر فرد اعمال و او را آماده واکنش نشان دادن به شیوه‌ای ویژه در برابر برخی از اشیا و وضعیتهای می‌کند (Khaki, 2001).

همچنین، فرایند کارآفرینانه دارای عناصر، نگرشها و رفتارهایی است که از نظر نگرشی به تمایل یک فرد یا یک سازمان برای استفاده از فرصتهای جدید و حس مسئولیت برای تغییر خلاقانه اشاره دارد و این تمایلات را گرایشهای کارآفرینانه می‌گویند (Mogimi, 2007).

با توجه به تعاریف یاد شده، منظور از نگرشهای کارآفرینانه حالتی است که بر اساس آن فرد تمایل به بروز رفتار کارآفرینانه در یک کسب و کار مستقل یا سازمانی را نشان می‌دهد. این نگرشها دارای ابعاد مختلفی است که در ادامه توضیح داده شده است.

محققان کارآفرینی از ابزارهای اندازه‌گیری معتبری مبتنی بر تئوریهای نگرشی به منظور سنجش گرایشهای کارآفرینانه¹⁷ (EAO) و فرصتهای کارآفرینی¹⁸ (EAR) استفاده کرده‌اند. کارآفرینان در مقایسه با غیر کارآفرینان دارای سطح بالاتری از ویژگیهای مندرج در ابزارهای یاد شده‌اند.

نگرشهای کارآفرینانه به وسیله توفیق طلبی، نوآوری، استقلال طلبی، اعتماد به نفس (عزت نفس) و شناسایی فرصت اندازه‌گیری می‌شود (Noel, 2005).

در تأیید این ابعاد رابینسون و دیگران (۱۹۹۱) معتقدند که چهار نگرش کارآفرینانه مهم عبارت‌اند از: توفیق طلبی، اعتماد به نفس، استقلال طلبی و خلاقیت که برای اندازه‌گیری این نگرشها از ابزار EAOS¹⁹ استفاده می‌شود (Vanwyk and Boshoff, 2004).

هر یک از این نگرشها از سه بعد تشکیل شده است: شناخت²⁰ (اعتقادات و تفکرات)، عواطف²¹ (مثبت و منفی) و رفتار²² (قصد، نیت و عمل) که در شکل ۷ نشان داده شده است.

17. Entrepreneurial Attitude Orientation

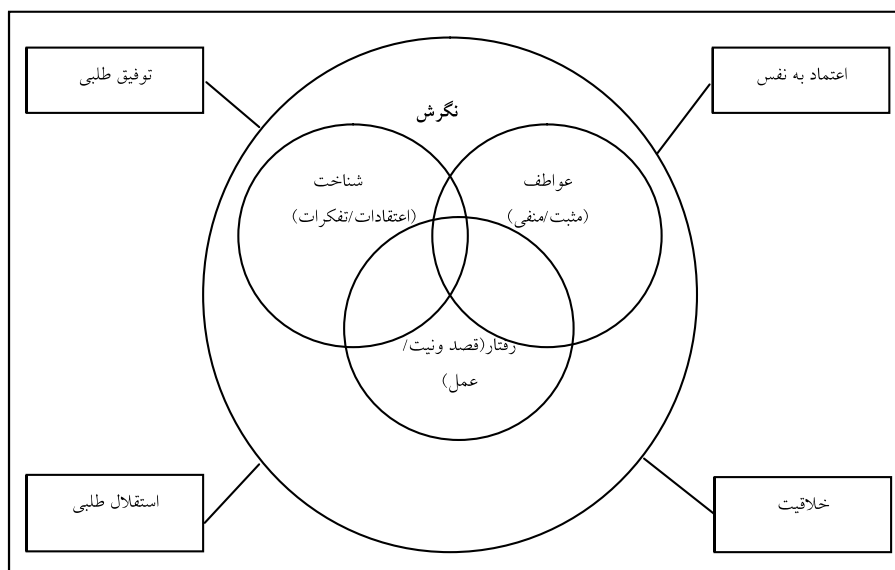
18. Entrepreneurial Opprtunity Recognition

19. Entrepreneuriai Attitude Orientation Scale

20. Cognition(beliefs/thoughts)

21. Affection(positive/negative)

22. Conative Behaviour(intentions/actions)



شکل ۷- نگرشهای مشتمل بر توفیق طلبی، استقلال طلبی، اعتماد به نفس و اخلاقیت در ترکیب با ابعاد شناخت، عواطف و رفتار

علاوه بر ابعاد یادشده سایر رفتارها، نگرشها و مهارتهای کارآفرینانه عبارتاند از:

۱. شناسایی و بهره گیری از فرصت؛
۲. پیشرو بودن؛
۳. سهیم بودن در پیشرفت و توسعه؛
۴. تعهد داشتن به امور پیرامونی و فریب نخوردن²³؛
۵. استقلال طلبی؛
۶. تصمیم گیری مقدماتی براساس اطلاعات کم؛
۷. داشتن ظرفیت شبکه سازی؛
۸. داشتن تفکر استراتژیک؛

23. Commitment to See Things Through

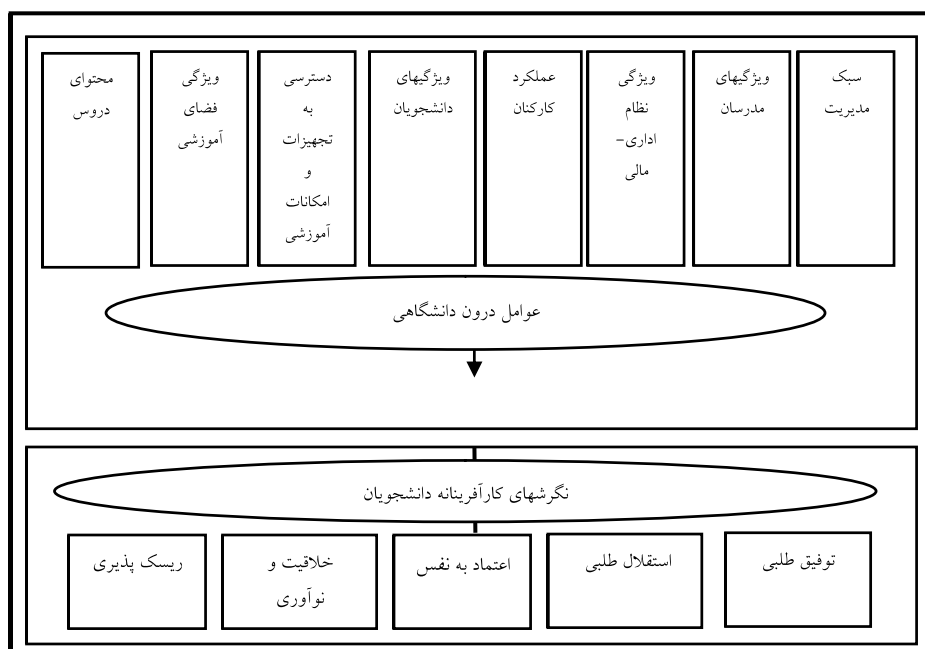
۹. داشتن ظرفیت مذاکره؛

۱۰. داشتن ظرفیت متقاعدسازی [دیگران]؛

۱۱. توفیق طلبی؛

۱۲. ریسک پذیری معتدل (NCGE, 2006).

مدل مفهومی پژوهش: همان گونه که اشاره شد و تحقیقات هزارجریبی (Hezar jaribi, 2004)، یارایی (Yaraei, 2005) و جعفرزاده (Jaafarzadeh, 2006) نیز درخصوص بررسی روحیات کارآفرینی دانشجویان به آن اشاره دارد، ریسک‌پذیری نیز به عنوان یکی از ابعاد نگرشهای کارآفرینانه قابل بررسی است. بنابراین، علاوه بر چهار بعد EAO شامل توفیق طلبی، استقلال طلبی، اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری، بعد ریسک‌پذیری نیز به این مجموعه اضافه می‌شود. براین اساس، متغیر مستقل و وابسته تحقیق حاضر در قالب مدل مفهومی زیر ارائه می‌شود:



شکل ۸- ارتباط بین عوامل درون دانشگاهی و نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان (مدل مفهومی تحقیق)

قلمرو پژوهش: این تحقیق در مراکز آموزشی دانشگاه جامع علمی- کاربردی انجام شده است. بدین دلیل که این دانشگاه به عنوان یک دانشگاه کارآفرین مطرح شده و استراتژی آن «تربیت دانشجویان و فارغ التحصیلان استخدام کننده و کارآفرین» است، لذا، اهداف و عملکرد آن در راستای اهداف تحقیق حاضر است.

ارکان آموزشی این دانشگاه شامل دانشجویان، مدرسان، محتوای دروس، فرایند و مدیریت آموزشی، محل تجهیزات و امکانات آموزشی و سایر نیازمندیهای آموزش دارای ویژگیهایی است که با اصول و مفاهیم کارآفرینی انطباق دارد. حتی محیط پیرامونی اثرگذار شامل مجموعه های سیاستگذاری، هدایت و نظارت بر این نوع آموزشها به گونه ای است که به طور خودکار در راستای کارآفرینی دانشگاه، دانشجویان و مدرسان علمی- کاربردی اقدام می شود.

این دانشگاه هم اکنون در ۴۴۸ مرکز آموزشی [تحت نظارت] در سراسر کشور بیش از ۲۵۰ هزار نفر دانشجو دارد. بخش چشمگیری از دانشجویان این دانشگاه در مشاغل مرتبط با رشته های تحصیلی خود به کار مشغول اند و انگیزه، علاقه و پتانسیل علمی و کاربردی ویژه ای دارند. تعدد رشته های تحصیلی این دانشگاه و گستردگی مراکز آموزشی تحت نظارت و اهدافی که دانشگاه به دنبال دستیابی به آن است، سبب شده است تا موضوع کارآفرینی در دانشگاه بسیار مورد توجه قرارگیرد و در این زمینه ارائه درس ۳ واحدی با عنوان «کارآفرینی» و ارائه تسهیلات اشتغالزا به فارغ التحصیلان و دانشجویان دانشگاه در سالهای اخیر در دستور کار مسئولان قرار گیرد.

فرضیات فرعی پژوهش: براساس مدل شماره ۷، فرضیه اصلی تحقیق در قالب هشت فرضیه فرعی به شرح زیر قابل طرح است:

- سبک مدیریت دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.
- ویژگیهای مدرسان دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.
- ویژگی نظام اداری- مالی دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.

- عملکرد کارکنان دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.
- ویژگیهای دانشجویان دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.
- ویژگی تجهیزات و امکانات آموزشی دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.
- ویژگی فضای آموزشی دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.
- محتوای دروس دانشگاه یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی- کاربردی شهر تهران است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به صورت توصیفی پس رویدادی است که با استفاده از روش پیمایش و با هدف سنجش نگرش دانشجویان در خصوص موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه آنان انجام شده است. فرضیات پژوهشی تحقیق از طریق آزمون همبستگی مبنی بر وجود رابطه بین عوامل درون دانشگاهی (نظیر سبک مدیریت) و نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان و نیز از طریق آزمون علامت مبنی بر وجود یا عدم وجود اختلاف معنی دار میان متوسط نمره عوامل درون دانشگاهی [نظیر سبک مدیریت] و نمره متوسط میانگین مورد بررسی و آزمون قرار گرفته‌اند. تجزیه و تحلیل اطلاعات تحقیق و اجرای آزمونهای «همبستگی»، «علامت» و «فریدمن» از طریق نرم افزار Spss انجام شده است.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری: جامعه آماری تحقیق عبارت است از: تمام دانشجویان «ترم چهارم و بعد از آن» یا «پودمان پنجم و بعد از آن» مقطع کاردانی رشته‌های نرم افزار کامپیوتر، سخت افزار کامپیوتر، تعمیرات سخت افزار کامپیوتر، فناوری اطلاعات و ارتباطات (IT)²⁴ و

ارتباطات و فناوری اطلاعات (ICT)²⁵ که در مراکز آموزشی تحت نظارت دانشگاه جامع علمی - کاربردی شهر تهران به تحصیل مشغول‌اند [۱]. تعداد این افراد ۳۶۰۰ نفر، حجم نمونه ۲۴۹ نفر و تعداد پرسشنامه‌های تکمیل و جمع‌آوری شده در ۱۲ مرکز آموزش علمی - کاربردی برابر با ۳۱۹ عدد است [۲]. تعداد پرسشنامه‌ها و تعداد مراکز انتخابی از طریق فرمول کوکران محاسبه و برای توزیع پرسشنامه‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، طبقه‌ای و چند مرحله‌ای استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

برای هریک از فرضیات فرعی، فرضیه آماری مربوط به آزمون همبستگی و آزمون علامت به صورت زیر مطرح می‌شود [که به دلیل خلاصه نویسی از ذکر همه آنها صرف نظر می‌شود]:

فرضیه آماری مربوط به آزمون همبستگی

H_0 : بین سبک مدیریت دانشگاه و نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی - کاربردی شهر تهران رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین سبک مدیریت دانشگاه و نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی - کاربردی شهر تهران رابطه وجود دارد.

فرضیه آماری مربوط به آزمون علامت

H_0 : میانگین نمره سبک مدیریت دانشگاه با نمره متوسط میانگین اختلاف معنی داری ندارد.

H_1 : میانگین نمره سبک مدیریت دانشگاه با نمره متوسط میانگین اختلاف معنی داری دارد.

در جدول ۱ شاخصهای مرکزی و پراکندگی متغیر مستقل (هشت بعد عوامل درون دانشگاهی) و نیز نتایج آزمون همبستگی و آزمون علامت (با دقت ۰/۰۱) نشان داده شده است..

جدول ۱- شاخصهای مرکزی و پراکندگی ویژگیهای مدرسان و نتایج آزمون همبستگی و آزمون علامت

عوامل درون دانشگاهی (متغیر مستقل)	میانگین	مد	انحراف معیار	نتایج آزمون همبستگی		نتایج آزمون علامت	
				ضرب همبستگی با متغیر وابسته	سطح معنی داری آزمون	فاصله منفی با میانگین	فاصله مثبت با میانگین
سبک مدیریت	۲	۱	۱/۲۹	۰/۱۹۲	۰/۰۰۱	۱۷۱	۸۶
ویژگیهای مدرسان	۳	۳	۱/۰۳	۰/۲۹۵	۰/۰۰۰	۷۰	۱۱۷
ویژگی نظام اداری- مالی	۳	۳	۱/۱۳۵	۰/۱۵۸	۰/۰۰۵	۱۰۸	۹۵
عملکرد کارکنان	۳	۳	۱/۱۵۹	۱/۱۹۴	۰/۰۰۱	۱۰۱	۹۱
ویژگیهای دانشجویان	۳	۳	۰/۹۶۹	۰/۳۸۵	۰/۰۰۰	۶۹	۱۴۰
تجهیزات و امکانات آموزشی	۲	۱	۱/۲۹۵	۰/۰۸۲	۰/۱۶۱	۱۶۲	۸۶
فضای آموزشی	۲	۱	۱/۲۵۸	۰/۰۸۲	۰/۱۶۲	۱۷۹	۶۹
محتوای دروس	۳	۳	۱/۰۲۷	۰/۲۳	۰/۰۰۰	۱۲۵	۷۹

مطابق جدول ۱، نتایج حاصل از آزمونهای همبستگی نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین متغیر وابسته؛ یعنی «نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان» و متغیرهای مستقل؛ یعنی «عوامل درون دانشگاهی» شامل سبک مدیریت، ویژگیهای مدرسان، ویژگی نظام اداری- مالی، عملکرد کارکنان، ویژگیهای دانشجویان، دسترسی به تجهیزات و امکانات آموزشی، ویژگی فضای آموزشی و محتوای دروس به ترتیب عبارت‌اند از: ۰/۱۹۲، ۰/۲۹۵، ۰/۱۵۸، ۱/۱۹۴، ۰/۳۸۵، ۰/۰۸۲، ۰/۰۸۲ و ۰/۲۳۰. بنابراین، بجز دو عامل «دسترسی به تجهیزات و امکانات آموزشی» و «ویژگی فضای آموزشی» که با نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان همبستگی ندارند، شش عامل دیگر دارای همبستگی ضعیف با متغیر وابسته‌اند. از طرفی، نتیجه آزمون علامت نشان می‌دهد که چهار عامل سبک مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری- مالی دانشگاه و عملکرد کارکنان

۶۰ فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۹، ۱۳۸۷

دانشگاه، از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان رشته کامپیوتر دانشگاه جامع علمی-کاربردی شهر تهران به حساب می آیند.

به منظور رتبه بندی این موانع در ارتباط با نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان از آزمون تحلیل واریانس فریدمن و در این مسیر فرضیه آماری زیر استفاده شد:

H_0 : رتبه میانگین هر یک از عوامل [چهارگانه] درون دانشگاهی با هم برابر است.

H_1 : حداقل یک زوج از رتبه میانگین هر یک از عوامل [چهارگانه] درون دانشگاهی تفاوت معنی داری با هم دارند. درجدول ۲ داده های آماری مربوط به آزمون فریدمن نشان داده شده است.

جدول ۲- داده های آماری مربوط به آزمون فریدمن

کای دو محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۳۷/۱۱۷	۳	۰/۰۰۰	۰/۰۱	فرض H_0 رد می شود

نتیجه آزمون حاکی از آن است که فرض H_0 رد می شود که بر اساس آن حداقل یک زوج از رتبه میانگین هر یک از عوامل [چهارگانه] درون دانشگاهی تفاوت معنی داری با هم دارند. این تفاوت بر مبنای درجه میانگین هر یک از عوامل در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- رتبه بندی موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان

رتبه	میزان میانگین	موانع درون دانشگاهی
۱	۲/۱۹	۱. سبک مدیریت
۲	۲/۵۲	۲. محتوای دروس
۳	۲/۶۱	۳. نظام اداری - مالی
۴	۲/۶۷	۴. عملکرد کارکنان

جدول ۳ نشان می‌دهد که به ترتیب سبک مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری- مالی و عملکرد کارکنان بیشترین سهم را در ایجاد موانع نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان به خود اختصاص داده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این قسمت درخصوص موانع درون دانشگاهی و راهکارهای بهبود و تقویت آنها مطالبی ارائه شده است.

الف. سبک مدیریت: دانشگاههای کارآفرین و امروزی از جمله دانشگاه جامع به دلیل اهداف، رسالتها و مأموریتهایی که دارند، در قالب دانشگاه نوع «الف» و یا «د» یا ترکیبی از آنها در تقسیم‌بندی «مک نی» (Remsden, 2002) قرار می‌گیرند. مشخصات و ویژگیهای این گونه نظامهای دانشگاهی مبتنی بر مشارکت در تصمیم‌گیری، کارآموزی دانشجویان، رهبری تفویضی، جهتگیری به سمت دنیای خارج، آموزش مداوم و سبک آسان‌گیرانه در مدیریت است.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سبک فعلی مدیریت مدیران مراکز آموزشی برای پاسخگویی به نیازهای روزافزون این گونه نظام دانشگاهی به تقویت نیاز دارد. البته، مشکلات مدیریتی در دانشگاههای دیگر نیز وجود دارد. بخشی (Bakhshi, 2003) به عنوان موانع داخلی کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران به تصمیمات مدیریت عالی در انتصاب و به‌کارگیری مدیران زیر دست، عدم تفویض اختیار کافی، پیچیدگی و تعدد اهداف اشاره می‌کند. بنابراین، آموزش مدیران مراکز آموزشی و آشنا کردن آنها با ویژگیهای نظام دانشگاهی و سبکهای مدیریتی متناسب با آن ضروری است.

ب. نظام اداری- مالی: آموزشهای ارائه شده در دانشگاه جامع در تقسیم‌بندی «لاکن» (Luthje, 2005) در زمره «آموزش برای کارآفرینی»²⁶ طبقه‌بندی می‌شود. بنابراین، تمام اجزای دانشگاه در این جهت باید حرکت کنند. در میان شش ویژگی مورد نظر برای نظام

اداری- مالی دانشگاه، ویژگیهای حمایت‌کنندگی، مشاوره‌دهندگی و راهنمایی‌کنندگی نظام نسبت به سایر ویژگیها وضعیت ضعیف‌تری دارد.

نتایج تحقیقات مقیمی (Moghim, 2003) نیز سهم عمده‌ای را به نظامهای مختلف «بودجه‌ای، تحقیق و توسعه، ارزیابی عملکرد و پاداش» در عوامل ساختاری کارآفرینانه در NGOs اختصاص داده است. بنابراین، ارتباط بین ویژگی نظام اداری- مالی با نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان مورد تأیید مجدد قرار می‌گیرد.

ج- عملکرد کارکنان: عملکرد کارکنان دانشگاه به عنوان یکی از موانع درون دانشگاهی نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان تشخیص داده شد و وضعیت مطلوبی ندارد. برخورد محترمانه با دانشجویان نسبت به انعطاف‌پذیری و هر دو این ویژگیها نسبت به تسهیل‌گری، در کارکنان بیشتر قابل مشاهده است. مظفری (Mozafari, 2004) نیز به عامل نیروی انسانی به عنوان یکی از موانع کارآفرینی بخش خصوصی در صنعت اشاره کرده است. همچنین، مقیمی (Moghim, 2003) نیز ذیل مدل جامع کارآفرینی سازمانی در NGOs ها سهم خاصی از عوامل رفتاری کارآفرینانه را به «ویژگیهای کارکنان» اختصاص داده است. بنابراین، ضمن تأکید مجدد بر نقش عامل نیروی انسانی و ویژگیهای کارکنان دانشگاه، ارائه آموزشهای مناسب برای تقویت ویژگیهای سه‌گانه یاد شده پیشنهاد می‌شود.

د- محتوای دروس: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در زمینه محتوای دروس ضعفهایی وجود دارد. به نظر می‌رسد که برخی از این اشکال به نحوه آموزش سنتی بر می‌گردد. براگ (Bragg, 2005) تفاوت بین آموزش سنتی و آموزش کارآفرینانه را مشخص کرده است. در آموزش کارآفرینانه «آینده‌نگری» در مقابل «گذشته‌نگری» [در آموزش سنتی]، «خلاقیت» در مقابل «آنالیز مسئله» و «بصیرت» در مقابل «دانش» قرار دارد. در آموزشهای کارآفرینانه دانشجویان درصدد حل مسائل واقعی است و به همین دلیل، فعالانه به دنبال «فهمیدن» چگونگی حل مسئله است. این فهمیدن و فهماندن از سوی استاد و دانشجو همراه با شور و اشتیاق و متمرکز بر ارتباطات فردی فیما بین است. در آموزش کارآفرینانه موضوع شناسایی فرصت در تربیت کارآفرینان اهمیت خاصی دارد، لذا، در آموزشهای کارآفرینانه علاوه بر استاد، حالت یادگیری دانشجو نیز بسیار مهم است. ایزوبل و ورهول (Isobel and Verheul, 2003) حالت یادگیری

کارآفرینانه را متفاوت از یادگیری سنتی²⁷ می‌دانند. در یادگیری کارآفرینانه قبل از فراگیری، روش فراگرفتن اهمیت دارد و تأکید بر عمل‌گرایی و دوری از تئوری پردازیهای صرف است. در این نوع یادگیری فصل‌بندی دروس، قابل انعطاف و محتوای دروس با محوریت مسئله و تأکید بر دیدگاه چند بخشی صورت می‌پذیرد. لذا، توجه به این موارد می‌تواند مرتفع‌کننده برخی از مشکلات محتوای دروس باشد.

پیشنهادهای

با توجه به توضیحات یاد شده، به منظور تقویت عوامل درون دانشگاهی موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- برگزاری کلاسها و کارگاههای آموزشی سبک مدیریت (متناسب با دانشگاههای نوع «الف» و «د») برای رؤسا و معاونان مراکز آموزشی؛
- تنظیم برنامه‌های بازدید گروهی رؤسا و معاونان مراکز از سایر مراکز آموزشی داخلی و خارجی با همراهی مدیران ستادی دانشگاه به منظور مقایسه²⁸، تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف سبک مدیریت مراکز و تبادل تجربه‌هایی در این خصوص؛
- ارزیابی ۳۶۰ درجه‌ای از وضعیت مدیریت مراکز آموزشی، عملکرد کارکنان و ویژگیهای مدرسان به صورت دوره‌ای و اعطای جایزه «مدیر نمونه»، «کارمند نمونه» و «مدرس نمونه» در هر سال؛
- بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان برای پیشبرد و افزایش کیفیت فعالیتهای آموزشی و افزایش روحیه کارآفرینی؛
- مستندسازی تجربه‌های عملی و تدریس مدرسان بنام دانشگاه برای ارائه به سایر مدرسان؛
- تقویت ویژگیهای «تسهیل‌گری» و «مشاوره‌دهندگی» مدرسان از طریق ارائه آموزشهای لازم به آنان به خصوص در زمینه ماهیت و ویژگیهای آموزشهای علمی-کاربردی؛

27. Conventional

28. Bench Marking

۶۴ فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۹، ۱۳۸۷

- اصلاح ساختارها و سیستم ها با توجه به فنون علمی مهندسی مجدد²⁹، تجزیه و تحلیل سیستم ها³⁰ و روشها، مهندسی ارزش³¹ و...؛
- ملزم کردن مراکز آموزشی به اخذ گواهینامه های تضمین کیفیت [نظیر ISO9002] در مدیریت مراکز آموزشی؛
- توانمندسازی کارکنان در خصوص پاسخگویی مناسب به نیازمندیهای دانشجویان و مدرسان علمی- کاربردی؛
- تقویت ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان از طریق:
 - ♦ اعمال اصل «کریدور»^[۳] مبنی بر ایجاد و تسهیل فرصتهای کاری موقت برای دانشجویان در درون دانشگاه؛
 - ♦ تنظیم برنامه آموزشی دانشجویان به گونه ای که زمان لازم برای پیگیری فعالیتهای کارآفرینانه شان در اختیار داشته باشند؛
 - ♦ ارائه اثر بخش درس کارآفرینی به دانشجویان در ترم سوم یا پودمان چهارم؛
 - ♦ برگزاری کارگاههای آموزشی با موضوع آشنایی با تجربه های افراد کارآفرین، روشهای خلاقیت و نوآوری و BP³²؛
 - ♦ شناساندن مزایای بهره گیری از فرصتها و پذیرش ریسک از سوی کارآفرینان به دانشجویان.
- قرار دادن حداقل یک «مدل» از تجهیزات آموزشی مورد نیاز در دسترس دانشجویان؛
- انعقاد تفاهم نامه همکاری بین مراکز با واحدهای تولیدی و دستگاههای اجرایی مبنی بر امکان استفاده دانشجویان از فضای آموزشی آنان و بهره گیری از پتانسیل و تجربه مدیران و خبرگان آنان برای تدوین محتوای دروس؛
- طراحی الگوهای معماری تیپ برای فضای مراکز، متناسب با استاندارد فضای مورد نیاز آموزشهای علمی- کاربردی و ملزم ساختن مراکز به تبعیت از آن؛

29. Reengineering

30. Systems Analysis

31. Value Engineering

32. Business Plan

- تأکید بر نقش رسوم و ارزشهای فرهنگی به عنوان یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر نگرشهای کارآفرینانه دانشجویان و برنامه‌ریزی به منظور تقویت آن.

یادداشتها

[۱] دلیل انتخاب شهر تهران این است که بالغ بر ۲۸ درصد از دانشجویان علمی- کاربردی کل کشور در تهران به تحصیل مشغول‌اند. دلیل انتخاب رشته کامپیوتر این است که فراوانی دانشجویان این رشته به نسبت سایر دانشجویان بسیار بیشتر است و حدود ۱۷ درصد از کل دانشجویان دانشگاه را تشکیل می‌دهد.

[۲] با توجه به بازگشت بیش از ۹۰ درصد از پرسشنامه‌های توزیع شده، تعداد پرسشنامه‌های تکمیل شده بیشتر از تعداد نمونه انتخابی است و این باعث تقویت نتایج تحقیق می‌شود.

[۳] اصل کریدور «رونست اندت» بیان می‌کند که «عمل شروع یک مخاطره (ریسک) جدید، کارآفرین را به درون کریدور (دالان) مخاطره می‌برد و به او اجازه می‌دهد تا تقاطع‌های کریدور را مشاهده کند که به فرصتهای مخاطره جدیدی منجر می‌شود. مدل رونست اندت دید مناسبی درخصوص شناسایی فرصتها توسط کارآفرینان ایجاد می‌کند. به نظر می‌رسد که موفقیت آنها در رساندن یک مخاطره به مرحله باردهی، آنها را تحریک می‌کند که به دنبال مخاطره جدیدی بروند یا نسبت به مخاطره‌های جدید حساس باشند (Hulbert, 1997).

References

1. Bakhshi, Gholamreza (2003); *The Survy of Corporate Entrepreneurship Barriers In Mazandaran University*; Mazandaran University (in Persian).
2. Bragg, Mary (2005); *Educating for, about, and Through Entrepreneurship: A Case Study in Whole – brain Curriculum development*; School of Management, University of Surrey, P. 12.
3. Commissioned by the National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE) (2006); *Advising Entrepreneurial Students*; University of TEESIDE. P. 19.

4. Erling, A. Bortne, Westgaard Sigurd and Ofstad Dag(2005); *Simulating Entrepreneurship through E- Learning and Higher Education*; School of Management , University of Surrey .
5. Heinonen, Jarna, Sari –Anne Poikkijoki and Vierikko Irma Vento (2005); *Entrepreneurship- an Opportunity for Academics: A Case Study of a Training Programme for Bioscience Researcher*; Turku School of Economics and Business Administration, Small Business Institute, Finland.
6. Hezarjaribi, Jafar (2004); “Entrepreneurship Development among graduates”; *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, Vol. 19, No. 4, P. 15 (in Persian).
7. Hulbert Bev, Berman Brown Reva and Adams Sophie (1997); *Towards an Understanding of Opportunity*; *Marketiny Education Review*, Vol. 7, No, 3.
8. Isobel, Van Derkuip and Ingrid Verheul (2003); *Early Development of Entrepreneurial Qualities: the Role of Initial Education*; Zoetermeer, P. 18.
9. Jaafarzadeh, Morteza (2006); *Entrepreneurship in University: a Case Study*; Tehran University, Faculty of Management (in Persian).
10. Khaki, Gholamreza (2001); *Methodology in Management*; Tehran , Islamic Azad University Scientific Publication Center (in Persian).
11. Luthje, Christian and Nikolaus Franke (2005); *The “Making” of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Enginrrring Student of MIT*.
12. Moghimi, Seyed Mohammad (2003); *Designation and Explanation of Organizational Entrepreneurship Model for NGOs*; University of Tehran, Faculty of Management (in Persian).
13. Moghimi, Seyed Mohammad (2007); “Effective Factors on Organizational Entreprenouship in Governmental Cultural and Social Oraganizations”; *Quarterly of Management Culture*, Vol. 12, No. 7, P. 78 (in Persian).

14. Mozafari, Mohammadmahdi (2004); *Desination and Explanation of Labour Law Model for Extending Entrepreneurship*; University of Tehran, Faculty of Management (in Persian).
15. Noel , J. Lindsay(2005); “Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude”; *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2005, No . 05.
16. Remsden, Paul(2002); *Learning to Lead in Higher Education*; Institute for Research and Planning in Higher Education (in Persian).
17. Stockley, Simon (2006); *Becoming an Entrepreneur*; S. Stockley@ jbs . cam.ac.uk. P. 7.
18. T. Ramayah, Zainon Harun (2005); Enterpreneurial Intention among The Students of University Sains Malaysia (USM); *International Journal of Management and Enterepreneurship*, Vol. 1, No. 1, pp. 8-20.
19. Vanwyk R. and A. B Boshoff (2004); *Entrepreneurial Attitudes: Adistintion between two Professional Groups*; University of Pretoria .
20. Yamani Mohammad and Arasteh Hamidreza (2006); *The Manual of University Development Planning*; Institute for Research and Planning in Higher Education (in Persian).
21. Yaraei, Alireza (2005); “*The Survey of Entreprenurial Attitudes of Students in Comparison with the Industrial Management*”, University of Shiraz (in Persian).