

بررسی پرورش روحیه کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران (مطالعه موردی: دانشگاه مازندران)

مجید عموزاد خلیلی^۱، وحید محمودجانلو^۲

چکیده:

آموزش کارآفرینی مهم‌ترین تلاشی است که بستر لازم برای فراگیری دانش و مهارت‌های ضروری را برای افراد علاقمند مخصوصاً دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی که جویای مشاغل ارضا کننده و چالش انگیز هستند فراهم می‌کند. آموزش عالی باید بتواند با ارائه برنامه‌های آموزشی مناسب در بروز ویژگی‌هایی مانند استقلال طلبی، ریسک پذیری، خلاقیت، خودباوری و آینده نگری در دانشجویان مؤثر باشند و توانایی‌های بالقوه دانشجویان را شناسایی کند و این توانایی را بین آن‌ها ایجاد کند که دانش‌آموختگان به جای جستجوی کار، خودشان به عنوان نیروی مولد علاوه بر ایجاد کسب و کار برای خود برای دیگران نیز ایجاد کنند. بدین منظور در مقاله حاضر ابتدائاً مروری بر تعاریف، مفاهیم، و پیشینه کارآفرینی داشته و سپس به نقش آموزش و دانشگاه در توسعه کارآفرینی اشاره شده و موانع و مشکلاتی که آموزش عالی در این راستا با آن مواجه هستند بررسی شده و راهکارهایی برای بهبود آموزش کارآفرینی ارائه شده است. بنابراین هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی پرورش روحیه کارآفرینی نظام آموزش عالی کشوری باشد. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه مازندران و روش نمونه‌گیری، تصادفی ساده است. نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که برنامه‌های آموزشی دانشگاه زمینه پرورش کارآفرینی را برای دانشجویان فراهم نکرده است. نتایج آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه عملکرد برنامه‌های آموزشی در دانشکده‌های مختلف نشان داد که هیچکدام از دانشکده‌ها عملکرد بهتر یا بدتری نسبت به سایر دانشکده‌ها در پرورش روحیه کارآفرینی نداشته است و میزان برخورداری دانشجویان از روحیه کارآفرینی در ۱۴ دانشکده مورد مطالعه تفاوت معناداری با هم نداشته است. همچنین نتایج آزمونی برای مقایسه میانگین روحیه کارآفرینی زنان دانشجو و مردان دانشجو نشان داد که بین جنسیت و روحیه کارآفرینی رابطه معنا داری وجود نداشته است.

واژه‌های کلیدی: آموزش عالی، کارآفرینی، دانشجو، آموزش

^۱.ayandehsaz59@gmail.com

^۲.vahid_janloo@yahoo.com



مقدمه و مبانی نظری

علاقه مندی به حوزه کارآفرینی^۱ آکادمیک طی سال‌های اخیر به ویژه از سال ۲۰۰۰ به بعد افزایش یافته است. به طوری که افزایش آگاهی از اهمیت کسب و کار و توجیه فعالیت‌های اقتصادی، به عنوان جنبه‌هایی مهم از دروس آکادمیک را تشکیل می‌دهند. آموزش عالی بیانگر نوع مهمی از سرمایه گذاری در منابع انسانی است که با فراهم سازی زمینه بالندگی دانش، مهارت و نگرش نیروی انسانی در حوزه‌های فنی، حرفه ای و مدیریتی بخش‌های مختلف نه تنها موجب ترویج دانش می‌گردد، بلکه با پیشرفت‌های پژوهشی، فناورانه و علمی که به ارمغان می‌آورد، زمینه را برای رشد و توسعه اقتصادی فراهم می‌سازد (شریف زاده و دیگران، ۱۳۸۶).

معضلی که در این باره پیش روی مدیران دانشگاه قرار دارد، نحوه ارتقاء و تسهیل کارآفرینی آکادمیک و آموزش کارآفرینی، به بهترین شکل ممکن در یک محیط علمی و در عین حال، عدم ایجاد مانع بر سر راه دانشجویان و دانشگاه‌ها است. در اقتصاد جدید جهانی، دانش کالایی بس ارزشمند است، کشورها مجبورند بر سرمایه گذاری‌های آموزشی خود بیافزایند. در واقع خود دولت‌ها هستند که نظام‌های آموزشی را سازماندهی می‌کنند (کارنوی^۲، ترجمه میرزا محمدی، ۱۳۸۴).

عصر جدید، عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست، کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه‌اند بهره وری از منابع و سرمایه‌ها را در سرلوحه کار خود قرار داده‌اند و در پرتو وجود افراد تحصیلکرده و متخصص، چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت در آورده‌اند و به ابداعات و نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. دسترسی به این نوآوری‌ها که اقتصاد کشورهای توسعه یافته را از نو زنده کرده است منوط به کارآفرینی است. شان (۲۰۰۳) کارآفرینی را به این دلیل که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده و باعث رشد اقتصادی می‌شود و همچنین چون کارآفرینی دانش جدید را به خدمات و محصولات جدید تبدیل می‌کند حائز اهمیت می‌داند. کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره وری از منابع ملی می‌شود. کارآفرینی پدیده فنی-اقتصادی جدیدی است که در دو دهه اخیر جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگفت خود متحول ساخته است.

«دیوید مک کله لند» از استادان دانشگاه هاروارد که نخستین بار «نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی» را مطرح کرد، معتقد است که علت اصلی عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال

^۱. Entrepreneurship

^۲.carnoy

توسعه، ناشناخته ماندن آفرینندگی فردی است. او بر این باور است که با یک برنامه درست در زمینه آموزش و پرورش می‌توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت کرد، به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی کردن جوامع فراهم گردد (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵).

آموزش کارآفرینی بستر لازم برای کارآفرینی، دانش و مهارت‌های ضروری به افراد علاقمند بالاخص دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی که جویای مشاغل ارضا کننده هستند را فراهم می‌کند. آموزش کارآفرینی لازمه توسعه کارآفرینی است. صاحب نظران در زمینه آموزش کارآفرینی بر این عقیده‌اند که کارآفرینان، کارآفرین متولد نمی‌شوند، بلکه کارآفرینی را باید از طریق فعالیت‌های مدون و مناسب آموزش داد (مقیمی، ۱۳۸۰). رابرت هیسریچ (۲۰۰۲) یکی از بهترین تعریف‌ها را در زمینه کارآفرینی ارائه کرده است:

کارآفرینی فرایند خلق چیزی متفاوت و با ارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن است؛ با فرض همراه بودن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های مالی و رضایت فردی. بنابراین، شناسایی عوامل مرتبط با این مشکل در تمام حوزه‌ها و رشته‌های دانشگاهی، می‌تواند در زمینه‌ای اشتغال دانش‌آموختگان مؤثر باشد. اکنون به طور فزاینده‌ای این انتظار هست که دانشگاه‌ها در کنار پژوهش و تعلیم باید وظیفه دیگری را نیز به عنوان محرک‌های ابتکار و رشد اقتصادی هر منطقه بر عهده گیرند، علاوه بر این دولت‌ها به منظور رشد اقتصادی و در پاسخگویی به بزرگ‌ترین چالش‌های اقتصادی، یعنی بهبود استانداردهای زندگی، اشتغال و افزایش درآمدهای مالیاتی، فعالیت می‌کنند.

در این میان کارآفرینی را می‌تواند از عوامل اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزار کارآمدی برای کشور محسوب کرد، در حقیقت امروزه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است (احمد پور، ۱۳۸۳).

ضرورت و اهمیت کارآفرینی سازمان

جهان امروز بی تردید از ویژگی‌های خاصی برخوردار است که عمده‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: تغییرات و تحولات سریع، پیچیدگی فزاینده و رقابت روز افزون. سازمان‌های امروزی در محیطی پویا، پرابهام و متحول فعالیت می‌کنند. یکی از بارزترین ویژگی‌های عصر حاضر تغییرات و تحولات شگرف و مداومی است که در طرز تفکر، ایدئولوژی، ارزش‌های اجتماعی، روش‌های انجام کار و بسیاری از پدیده‌های دیگر زندگی به چشم می‌خورد.

سرعت این تغییرات به گونه ای است که نمی‌توان منحنی تغییر را در بعد زمان ترسیم کرد؛ زیرا پیشرفت و تحول با شتابی بیشتر از سرعت ترسیم منحنی به وقوع می‌پیوندد. به عبارت دیگر، تنها چیزی که در این جهان ثابت است، تغییر و تحول می‌باشد.

از سوی دیگر سرعت نوآوری و ارائه محصولات جدید به قدری افزایش یافته که تغییرات و ابتکارات به امری عادی در بازار تبدیل شده است و آنچه که شرکت‌ها به عنوان مزیت رقابتی در مقابل سایر رقبا برای خود در نظر می‌گیرند به سرعت توسط دیگران تقلید شده و از اهمیت آن کاسته می‌شود.

این موارد باعث شده تا حیات شرکت‌ها هرچه بیشتر در معرض خطر قرار گیرد و یافتن راه چاره به عنوان دغدغه فکری همیشگی برای مدیران شرکت‌ها مطرح شود.

آنان باید تلاش کنند تا بیش از دیگران محصول یا خدمات موردنظر مشتری خود را با تمام ویژگی‌های موردنظر او تولید و عرضه نمایند و به طور پیوسته با ترکیب جدیدی از منابع موجود خود مزایای رقابتی جدیدی را فراهم آورند.

اینجاست که اهمیت نیروی انسانی خلاق و نوآور و به عبارتی دیگر کارآفرینان سازمانی در شرکت‌ها برجسته تر می‌شود و تنها با وجود چنین افرادی یک شرکت قادر است به نوآوری‌ها دست یابد و در عرصه رقابت دوام آورده و در نهایت به عنوان یک شرکت پیشرو و کارآفرین معرفی گردد.

سیستم آموزش عالی عبارت است از:

تولید و به کارگیری کلیه روش‌ها و ابزارهای اطلاع رسانی و ارتباطی برای ایجاد ارزش افزوده بالا در اطلاع رسانی (افزایش دانش و خرد جهانی) و ارتباطات (به همراه فشردگی زمان و مکان).

بدین ترتیب مقوله کارآفرینی و سیستم آموزش عالی از دو دیدگاه قابل بحث و بررسی است:

دیدگاه اول: سیستم آموزش عالی در کارآفرینی است که به کاربردهای روش‌ها و ابزار سیستم آموزش عالی در راه اندازی و یا توسعه کارآفرینی توجه دارد؛

دیدگاه دوم: کارآفرینی در سیستم آموزش عالی است که به کارآفرینی در روش‌ها و ابزارهای سیستم آموزش عالی برای تولید ارزش در کسب و کار می‌پردازد.

در دیدگاه اول یک کارآفرین از دستاوردهای موجود سیستم آموزش عالی در توسعه کسب و کار خود استفاده می‌کند و در دیدگاه دوم یک کارآفرین با جستجو و یا خلق فرصت به تولید دستاوردهای جدید بدیع و خلاقانه در سیستم آموزش عالی می‌پردازد و از آن ارزش تولید می‌کند.

در ادامه مقاله بر همین اساس و با طرح چهار پارا دایم مختلف به بررسی ارتباط میان سیستم آموزش عالی و کارآفرینی خواهیم پرداخت.



جدول ۱- سیر تحول مفهوم کارآفرینی سازمانی

دهه ۱۹۷۰: اولین بار مفهوم کارآفرینی سازمانی در سوئد مطرح شد.

سال ۱۹۷۰: کالینزومور اولین محققینی بودند که در مطالعات خود بین کارآفرینان مستقل و اداری تمایز قائل شدند.

سال ۱۹۷۳: ساس بوئر برای تشریح کارآفرینی در سازمان‌ها واژه کارآفرینی درون سازمانی را مطرح کرد.

سال ۱۹۷۹: سه مشاور سوئدی مدرسه کارآفرینی سازمانی را تأسیس کردند تا محیطی برای نوآوری و استفاده از ایده‌های خوب کارکنان فراهم آید.

دهه ۱۹۸۰: اهمیت تفکر کارآفرینانه و ترویج روحیه کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفت.

سال ۱۹۸۲: نرمن ماکرا بر لزوم تغییر و بازسازی افکار سازمان‌ها به منظور بهره برداری از توانایی‌های کارآفرینی کارکنانشان تأکید کرد.

سال ۱۹۸۵: پنیچوت اصطلاح کارآفرینی سازمانی را به عنوان مخفف کارآفرینی درون سازمانی عنوان کرد و از ترکیب واژه‌های Entrepreneurship، Corporate و Intra واژه interpreneurship را ابداع کرد.

سال ۱۹۸۷: دانشکده بابسون طی مطالعاتی در زمینه کارآفرینی سازمانی اشکال مختلف کارآفرینی سازمانی را مطرح نمود.

دهه ۱۹۹۰: کارآفرینی سازمانی به عنوان یک شرط بقا برای سازمان‌ها مطرح شد.

سال ۱۹۹۲: واژه کارآفرینی سازمانی برای اولین بار وارد فرهنگ لغت آمریکا شد.

سال ۱۹۹۴: مفهوم کارآفرینی سازمانی در مدیریت استراتژیک نیز مطرح شد و کارآفرینی سازمانی به عنوان منشاء نوآوری‌های سازمانی معرفی شد.

سال ۱۹۹۸: مطالعات و تحقیقات در زمینه کارآفرینی سازمانی با اهداف دیگری دنبال گشت.

دهه ۲۰۰۰: به دلایل مختلفی علاقه به کارآفرینی سازمانی در سطح جهانی گسترش یافت.

کارآفرینی و آموزش عالی

در ایران قدم‌هایی توسط سازمان سنجش آموزش عالی کشور در سال ۱۳۸۰ برداشته شده است که طی آن سازمان مذکور آیین نامه پیشنهادی خود را برای طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور (طرح کاراد، ۱۳۸۱) ارائه داد.

در ایران تا آغاز برنامه سوم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به کارآفرینی توجهی نشده است، اما در این برنامه به علت وجود بیکاری گسترده بویژه در میان جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و پیش‌بینی تشدید این معضل در دهه ۱۳۸۰، کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است.

بر اساس آن در برنامه پنج‌ساله سوم توسعه، کارآفرینی و کارآمدی دانشجویان و دانش‌آموختگان از راه تحول برنامه‌ها و شیوه‌های آموزشی تأکید شده است. لذا به منظور توسعه و ارتقای سطح کارآفرینی، به ویژه ابعاد آموزشی و پرورشی دانشجویان مقاطع گوناگون تحصیلی و فراهم آوردن مشارکت دانشگاهیان در توسعه کشور، آیین نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور تهیه و برای اجرا ابلاغ شد.

هم‌اینک شماری از دانشکده‌های مدیریت و بازرگانی، واحدهای کارآفرینی و برنامه‌های گوناگون سازماندهی شده ارائه می‌دهند و نیز در چند دانشگاه، مراکز کارآفرینی در محیط دانشگاه ایجاد شده است.

امروزه آموزش کارآفرینی آرام آرام جای خود را در درس‌ها و رشته‌های گوناگون دانشگاهی باز کرده است. چراکه در این دوره‌ها ویژگی‌ها و اقدامات لازم برای رشد، بقاء و کارآفرین ساختن سازمان‌ها، شرکت‌ها و اداره‌های کوچک و بزرگ در نظر گرفته شده است. فعالیت‌های آموزشی در دانشگاه‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی آغاز شده است. دانشگاه‌های مجری این طرح در زمینه‌های پژوهشی نیز مبادرت به تهیه و اجرای طرح‌های پژوهشی گوناگون در زمینه کارآفرینی نموده‌اند.

در زمینه خدماتی و مشاوره‌ای نیز می‌توان به مواردی مانند انتشار کتاب‌ها، مقاله‌ها، نشریه‌ها، خبرنامه‌ها، برگزاری همایش‌ها و سخنرانی‌ها، کارگاه‌های آموزشی، نمایشگاه‌های کتاب و ... اشاره کرد. از نظر «گیب» مهم‌ترین عامل رویکرد به مسائل آموزشی در بحث کارآفرینی، عدم کارآیی نظام اداری دولتی در روند اشتغال زایی است و اینکه شرکت‌های کوچک سهم بیشتری را در رشد اقتصادی، اشتغال زایی و استخدام افراد دارند (گیب^۱، ۱۹۸۷).

با روشن شدن مزایای کارآفرینی و اینک افرادی با ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت شناختی خاصی به ایجاد کسب و کارهای موفق اقدام می‌نمایند، تلاش‌های زیادی در جهت شناسایی وجه تمایز کارآفرینان با غیر کارآفرینان و همچنین مدیران با کارآفرینان صورت گرفت تا با شناسایی این

^۱. Gibb

اختلافات نسبت به تقویت روحیه کارآفرینی در افراد غیر کارآفرین، فعالیت‌های آموزشی ویژه ای انجام پذیرد. به همین دلیل فعالیت‌های آموزشی از ابتدای دهه ۸۰ به سرعت در دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها گسترش یافت. گرچه برخی از دانشگاه‌ها فعالیت‌هایی را از اواسط دهه ۷۰ آغاز کرده‌اند (بلوک و استامپ^۱، ۱۹۹۲، به نقل از میر عرب، ۱۳۸۶).

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است. دوره‌های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز نموده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است. مطالعات نشان می‌دهد که برنامه‌های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست‌گذاری و پشتیبانی اجرائی دولت‌ها به سرانجام رسیده است. از تجربیاتی که کشورهای مختلف در زمینه کارآفرینی داشته‌اند، می‌توان نتیجه گرفت که بایستی پرورش کارآفرینان در کشور را به عنوان گام اولیه توسعه تلقی کرد که این مهم بدون ایفای نقش فعالانه دولت مخصوصاً دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی محقق نخواهد شد. (احمدی، ۱۳۸۳).

از سال ۱۹۸۱ با کنفرانس‌ها و پژوهش‌های کارآفرینی و سمینارها و برنامه‌هایی بزرگ مؤسسات علمی دو ساله در دانشگاه‌ها سمینارهایی در این باره تشکیل می‌شود. اکثریت مراکز دانشگاهی کارآفرینی بر سه زمینه اصلی تأکید داشته‌اند. (۱) آموزش کارآفرینی (۲) فعالیت‌های مشاوره ای با کارآفرینان (۳) پژوهش درباره کارآفرینی، این مراکز رهبران پژوهش در زمینه کارآفرینی بوده‌اند و به احتمال زیاد باز هم خواهند بود.

آموزش عالی می‌تواند از طریق آموزش بر خصیصه‌ها و توانایی‌های افراد تأثیر مثبت بگذارد، مهارت‌های افراد از خصوصیت‌های اکتسابی هستند که می‌توان از طریق آموزش آن‌ها را توسعه داد. خصوصیات ذاتی نظیر یادگیری، ویژگی‌های شخصی و خلاقیت هم از طریق آموزش قابل توسعه هستند. آموزش عالی می‌تواند با توسعه و پرورش خصیصه‌های کارآفرینانه و نیز افزایش توانایی مدیریتی و کارآفرینانه افراد باعث افزایش عرضه کارآفرینی گردد. در همین راستا آموزش عالی می‌تواند با توجه به نیاز بازار کار به افراد متخصص که دانش مدیریتی و کارآفرینی دارند اقدام به طراحی درسی کارآفرینی برای تمام رشته‌ها نماید (شاه حسینی، ۱۳۸۱).

زهو و ازکوویتز^۲ (۲۰۰۴) چند ویژگی دانشگاه کارآفرین را بر می‌شمارد:

^۱. Bluok & stamp

^۲. Zhou & Etkowitz

با توجه به مسائل نوین مطرح شده در جامعه، از آموزش عالی انتظار می‌رود تا بر روی موارد زیر توجه کند:

توانایی حل مسأله یا مسأله گشایی:

از فارغ التحصیلان انتظار می‌رود که توانایی‌های مسأله گشایی و مهارت‌های کلیدی را کسب کرده باشند. این عامل مبتنی بر این نگرش است که دانش عمومی و مهارت‌های عمومی ضرورتاً و فی نفسه قابلیت کاربرد در جهان کاری را ندارند، فارغ التحصیلان باید شیوه‌های انتقال این مهارت‌ها را از جهان یادگیری به جهان کار بیابند.

جهت گیری به سوی عمل:

پرورش توانایی دانش از جهان یادگیری، علم و تحصیل به جهان کار حرفه ای به طور گسترده ای به عنوان یک تکلیف بسیار مهم آموزش عالی در نظر گرفته شده است که نمی‌تواند صرفاً از طریق پرورش راهبردهای مسأله گشایی یا مهارت‌های کلیدی نسبتاً کلی برآورد شود.

یادگیری بین رشته ای:

از آموزش عالی انتظار می‌رود که فرصت‌های یادگیری بین رشته ای را بیشتر از گذشته فراهم آورد که توجه خوبی است بر فراخوان رویکرد بین رشته ای در آموزش عالی و یادگیری و تأییدی بر این ادعاست که رشته‌ها تمایل دارند دانش را تجربه کنند و مسائل به کمک دانش، درک و حل شود.

مواجهه و رویارویی با مباحث مهم نوع بشر:

از آموزش عالی انتظار می‌رود که مسائل مهم نوع بشر را مطرح کند و هم ارزش‌های مدنی و هم مهارت‌های عقلانی لازم را پرورش دهد، به گونه ای که عمل موفقیت آمیز به منظور بهبود و ارتقاء رشد و توسعه مطلوب فراهم شود.

مهارت‌های بین المللی:

از آموزش عالی انتظار می‌رود که مهارت‌های بین المللی را پرورش دهد. به نظر می‌رسد نیاز فزاینده ای به فارغ التحصیلان مؤسسات آموزش عالی ای وجود دارد که در عمل و شکل بخشی به محیط‌های و شرایط جهانی مهارت داشته باشند. در سالهای اخیر تحرک و مبادله دانشجو بین کشورهای توسعه یافته و سایر انواع دوره‌های مطالعاتی که هدف آن افزایش ماهیت بین المللی آموزش است، عمومیت و شهرت کسب کرده است چه به لحاظ مهارت‌ها و چه در حیطه دانش.

برنامه ریزی آموزشی و بالاخص برنامه ریزی آموزش عالی از حوزه‌های مهمی است که می‌تواند نقش نهادینه کردن کارآفرینی و ارتباط بازار کار و دانش آموختگان را به خوبی ایفا کند. رابطه میان نظام



آموزشی و نیاز بخش‌های مختلف اقتصادی به نیروی کار متخصص، همواره از مسائل عمده در برنامه ریزی آموزشی بوده است. لذا اگر برنامه‌های آموزشی رشته‌های مختلف در یک نظام آموزشی، هماهنگ با محتوای موردنیاز بازار کار باشند، برنامه‌های آموزشی و برنامه ریزی آموزشی صورت گرفته روند مطلوبی را طی کرده است و حتی می‌توان مهم‌ترین کار برنامه ریزی آموزشی را ایجاد توازن و رابطه هماهنگ بین آموزش دانشگاهی و مهارت‌های کاری مورد نیاز جامعه قلمداد کرد (رضائیان، ۱۳۷۹).

کاکس معتقد بود که تمرکز اصلی دخالت آموزشی در ابتدا بایستی بر این باشد که دانشجویان را تقویت کند تا بتوانند تصمیم بگیرند که یک فرد کارآفرین باشند. و مطابق با این نظر، تأکیدات آموزش بایستی بر روی توسعه یک طرح شغلی عملی باشد و از همکاری افراد به لحاظ مالی، شبکه ای یا مشاوره ای برخوردار باشد (هنری^۱ و همکاران، ۲۰۰۵).

پیشینه تحقیق

با وجود آنکه نقش کارآفرینان در رشد اقتصادی- اجتماعی و اشتغال زایی انکار ناپذیر است ولی شواهد موجود بیانگر آن است که در کشور ما برنامه‌های آموزشی موجود در آموزش عالی در جهت پرورش ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان تدوین نشده است. در تحقیقی که عزیزی در سال ۱۳۸۲ بر روی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی انجام داده، به این نتیجه رسیده اس که زمینه بروز و پرورش کارآفرینی برای دانشجویان فراهم نشده است. بدری نیز در تحقیقی که در سال ۱۳۸۴ با هدف تعیین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان انجام داد به این نتیجه رسیده است که اگرچه قابلیت‌های کارآفرینی در زمینه‌های استقلال طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت در دانشجویان بالاتر از میانگین است ولی آموزش‌های دانشگاهی در پرورش ویژگی‌های دانشجویان مؤثر نبوده است، همچنین بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان مراجعه کننده به مرکز کارآفرینی و سایر دانشجویان تفاوت معنا داری مشاهده نشده است. احمدی (۱۳۸۵) نیز در پژوهشی که تحت عنوان نیازسنجی آموزش کارآفرینی در بین دانشجویان دوره کارشناسی مهندسی برق دانشگاه تهران انجام داده است به این نتیجه رسیده است که برنامه‌های درسی دوره کارشناسی مهندسی برق دانشگاه تهران نتوانسته دانش و مهارت‌های موردنیاز در زمینه کارآفرینی را در دانشجویان پرورش دهد و فارغ التحصیلان حتی آن‌ها که روحیه کارآفرینی بالایی دارند پس از اتمام تحصیلات آماده ایجاد یک کسب

^۱.Henry



و کار برای خود نمی‌باشند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که دانش و مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز دانشجویان در چهار زمینه شامل:

- ایجاد انگیزه و تمایل برای ایجاد کسب و کار
- دانش و مهارت امکان‌سنجی کسب و کار
- توانایی ایجاد کسب و کار
- ارزیابی وضعیت موجود و برنامه‌ریزی برای توسعه کسب و کار جدید می‌باشد.

رشد روحیه کارآفرینی فرآیندی پرورشی است در تأیید این ادعا یافته‌های تجربی در دست می‌باشد در مطالعه ای که راشید^۱ (۲۰۰۰) در زمینه نقش آموزش بر افزایش نگرش و خصوصیات کارآفرینانه انجام داد به این نتیجه رسید که افرادی که تحت آموزش کارآفرینی قرار گرفتند نمرات بیشتری در انگیزه پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت به بدست آورند. هزارجریبی (۱۳۸۲) نیز در تحقیق خود به رابطه بین کارآفرینی و آموزش دوره‌های انگیزه پیشرفت، خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال طلبی اشاره کرده است. همچنین هنسمارک (به نقل از راشید ۲۰۰۰) طی تحقیقی به بررسی نقش آموزش در افزایش مرکز کنترل درونی افراد پرداخت او متوجه شد که برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی بر میزان کنترل درونی افراد تأثیر گذار است. در تحقیقی که شیرزادی (۱۳۸۵) در آن به بررسی رابطه جو سازمانی با روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان پرداخته، به این نتیجه رسیده است که فراهم آوردن فضای مناسب باعث رشد روحیه کارآفرینی می‌شود، نتایج پژوهش وی نشان داد که میزان شاخص‌های روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان بیش از حد متوسط بوده و با رشد یک شاخص سایر شاخص‌های روحیه کارآفرینی بهبود می‌یابد. در تحقیقی که پوستیگو^۲ (۲۰۰۲) تحت عنوان آموزش کارآفرینی در آرژانتین انجام داده است، هدف این تحقیق بررسی و ارزیابی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی در کشور آرژانتین بوده که با استفاده از روش مصاحبه با دانشجویان به این نتیجه رسیده است که از نظر دانشجویان مهم‌ترین دوره برای آموزش کارآفرینی دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری است. دانشجویان خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده‌اند.

آموزش کارآفرینی مهم‌ترین تلاشی است که بستر لازم برای فراگیری دانش و مهارت‌های ضروری را برای افراد علاقمند مخصوصاً دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی که جویای مشاغل ارضا کننده و چالش‌انگیز هستند فراهم می‌کند.

^۱.Rasheed

^۲.Postigo

این مسئولیت کلاً بر عهده دانشگاه‌ها به ویژه دانشکده‌ها و گروه‌های علمی، تخصصی است که با توجه به مقتضیات کنونی و آتی کشور در جهت ایجاد سیستم‌های مطالعاتی و تدوین برنامه‌های آموزشی مناسب، آموزش کارآفرینی را در سطح دانشگاه‌ها نهادینه کنند.

آموزش عالی باید بتواند با ارائه برنامه‌های آموزشی مناسب در بروز ویژگی‌های مانند استقلال طلبی، ریسک پذیری، خلاقیت، خودباوری و آینده نگری در دانشجویان مؤثر باشند و توانایی‌های بالقوه دانشجویان را شناسایی کند و این توانایی را بین آن‌ها ایجاد کند که دانش آموختگان به جای جستجوی کار خودشان به عنوان نیروی مولد علاوه بر ایجاد کسب و کار برای خود برای دیگران نیز کار ایجاد کنند. بنابراین سؤال اساسی تحقیق حاضر این است که آیا از دیدگاه دانشجویان برنامه‌های آموزشی دانشگاه در پرورش روحیه کارآفرینی موفق بوده است؟

هدف تحقیق

هدف اصلی این پژوهش بررسی عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه مازندران در پرورش روحیه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان مقطع کارشناسی است.

سؤالات تحقیق

- ۱- آیا بین برنامه‌های آموزشی دانشکده‌های مختلف در پرورش روحیه کارآفرینی دانشجویان تفاوتی وجود دارد؟
- ۲- آیا تفاوت معنی داری در میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های مختلف وجود دارد؟
- ۳- آیا بین جنسیت و روحیه کارآفرینی دانشجویان ارتباط معنی داری وجود دارد؟

روش تحقیق

با توجه به اهداف تحقیق محدودیت‌های متفاوتی از موضوعات مورد بررسی قرار می‌گیرند که استفاده از روش‌های متفاوتی را ایجاب می‌کند. این تحقیق از نوع توصیفی-زمینه یابی می‌باشد. تحقیق توصیفی به منظور توصیف یک جامعه تحقیقی در زمینه توزیع یک پدیده معین انجام می‌شود. به همین دلیل محقق در مورد علت وجودی توزیع بحث نمی‌کند بلکه تنها به چگونگی آن در جامعه مورد پژوهش می‌پردازد و آن را توصیف می‌کند (دلاور، ۱۳۸۴).

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه مازندران می‌باشد که تعداد آن‌ها بر اساس آمار بدست آمده از واحد آمار و انفورماتیک دانشگاه مازندران ۲۶۰۱ نفر بوده است. برای نمونه گیری از این جامعه آماری نمونه ای به حجم ۳۳۵ نفر از آن‌ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی به تفکیک دانشکده و جنسیت انتخاب شدند.



ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار مورد استفاده برای جمع آوری داده‌های مورد نیاز پژوهش حاضر پرسشنامه می‌باشد. بخش اول سؤالات پرسشنامه تحقیق حاضر که مربوط به بررسی عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه از دیدگاه دانشجویان است، از پژوهشی با عنوان بررسی زمینه بروز و پرورش کارآفرینی که توسط عزیزی (۱۳۸۲)، در دانشگاه شهید بهشتی انجام شده بود اقتباس شده است. و در بخش دوم سؤالات که مربوط به سنجش روحیه کارآفرینی دانشجویان است، از نمونه سؤالات استاندارد شده کتاب «سازمان و مدیریت رویکردی پژوهش» استفاده شده است، همچنین نمونه سؤالات این قسمت از پرسشنامه جمشیدی (۱۳۸۵)، در دانشگاه آزاد واحد بابل که ویژگی‌های فردی و روانشناختی کارآفرینان را سنجیده بود اقتباس و سپس با انجام تغییراتی مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش پایایی، پرسشنامه به صورت آزمایشی بین ۳۰ نفر از اعضای جامعه آماری توزیع شد و از پاسخ دهندگان خواسته شد ضمن پاسخ به سؤالات موارد نامفهوم را با علامت مشخص کنند، پس از جمع آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ که با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده ضریب آلفای آن ۰/۸۹ بدست آمد.

شیوه تجزیه و تحلیل اطلاعات

در این تحقیق اطلاعات جمع آوری شده به دو صورت توصیفی (شامل: جداول فراوانی و نمودار) و استنباطی (شامل: آزمون Binomial, T-Test, Anova) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از روش توصیفی برای سازماندهی و خلاصه کردن اطلاعات و بیان ویژگی‌های جمعیت شناختی استفاده شده و از روش استنباطی برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق استفاده گردید.

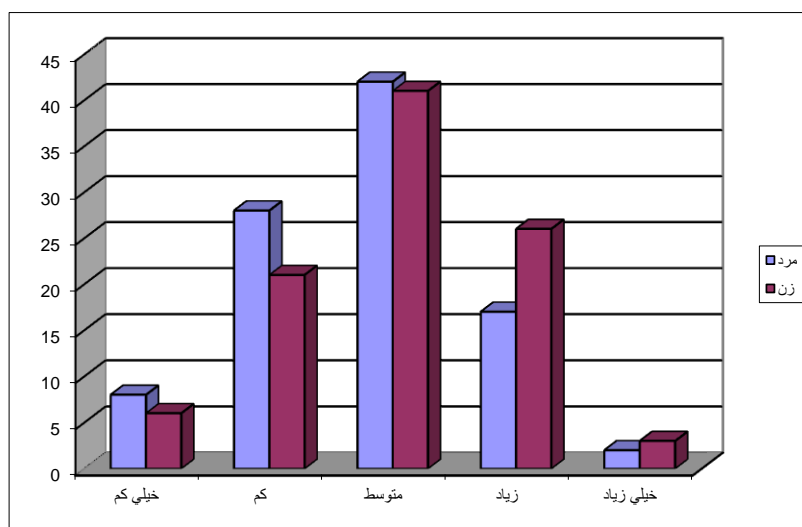
یافته‌های پژوهش

سؤال اصلی پژوهش حاضر این بوده است که عملکرد برنامه‌های آموزشی از دیدگاه دانشجویان چگونه بوده است. نظرات پاسخگویان در دو گروه مساوی یا کمتر از ۵۰ درصد عملکرد ضعیف و بیشتر از ۵۰ درصد عملکرد قوی طبقه بندی شده است و برابری میانگین دو گروه بررسی شده که نتایج بدست آمده در جدول (۱)، به نمایش گذاشته شده است.

جدول شماره (۱): بررسی عملکرد برنامه‌های آموزشی

Sig	درصد	فراوانی	طبقه	مقوله
	۷۵/۰	۲۴۶	≤۵۰	گروه اول
/۰۰۰	۲۵/۰	۸۴	>۵۰	گروه دوم
	۱۰۰/۰	۳۳۰	-	جمع

همانطور که در جدول (۱)؛ مشاهده می‌شود تنها ۲۵ درصد پاسخگویان اعتقاد داشته‌اند که برنامه‌های آموزشی دانشگاه کارآفرینی را در آن‌ها به میزان زیادی پرورش داده است و ۷۵ درصد آن‌ها عملکرد دانشگاه را در زمینه پرورش کارآفرینی ضعیف ارزیابی کرده‌اند. نتایج آزمون Binomial در سطح معناداری $\text{sig} = /000$ از عدد $0/05$ کوچک‌تر بوده بنابراین ادعای برابری میانگین دو گروه پذیرفته نمی‌شود، چون گروه اول که عملکرد برنامه‌های آموزشی را ضعیف ارزیابی کرده‌اند درصد بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند. طبق نتایج جدول فوق در مجموع، عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه در زمینه پرورش روحیه کارآفرینی موفق نبوده است.



نمودار شماره (۱). عملکرد برنامه‌های آموزشی به تفکیک جنسیت

جدول شماره (۲). آزمون تفاوت میانگین عملکرد برنامه‌های آموزشی بر حسب دانشکده

دانشکده	میانگین کارآفرینی
علوم انسانی	۴۲/۸۹۳۶
علوم اقتصادی	۴۳/۱۶۰۰
علوم پایه	۴۲/۷۴۵۸
حقوق و علوم سیاسی	۴۳/۷۳۳۳
هنر و معماری	۴۲/۵۰۰۰
تربیت بدنی	۴۱/۴۰۰۰
علوم زراعی	۳۹/۵۹۲۶
مهندسی زراعی	۴۳/۳۰۰۰
علوم دامی و شیلات	۴۸/۳۶۳۶
منابع طبیعی	۴۳/۶۸۷۵



برق	۳۸/۵۹۰۹
عمران	۴۸/۴۵۰۰
مکانیک	۴۰/۰۹۰۹
شیمی	۴۳/۷۲۷۳
جمع کل	۴۲/۷۴۲۴

در پاسخ به سؤال اول تحقیق که آیا بین برنامه‌های آموزشی دانشکده‌ها در پرورش روحیه کارآفرینی دانشجویان تفاوتی وجود دارد؟ این تصور وجود داشت که حداقل در دانشکده‌های فنی و مهندسی ارزیابی دانشجویان از عملکرد برنامه‌های آموزشی در زمینه پرورش روحیه کارآفرینی مثبت تر باشد ولی نتایج جدول نشان داد که تفاوت معناداری در زمینه پرورش روحیه کارآفرینی بین دانشکده‌ها وجود نداشته است.

($p=0.239$)، به این معنی که هیچکدام از برنامه‌های آموزشی دانشکده‌ها در تقویت روحیه کارآفرینی نسبت به دیگر دانشکده‌ها تفاوت نداشته است (جدول ۲).

جدول شماره (۳). آزمون تفاوت میانگین روحیه کارآفرینی بر حسب دانشکده

دانشکده	میانگین کارآفرینی
علوم انسانی	۵۳/۷۱۷۴
علوم اقتصادی	۵۵/۷۱۴۳
علوم پایه	۵۴/۱۵۲۵
حقوق و علوم سیاسی	۵۵/۰۶۶۷
هنر و معماری	۵۷/۰۰۰۰
تربیت بدنی	۵۲/۸۰۰۰
علوم زراعی	۵۳/۵۱۸۵
مهندسی زراعی	۵۷/۶۰۰۰
علوم دامی و شیلات	۵۵/۱۶۶۷
منابع طبیعی	۵۳/۶۲۵۰
برق	۵۴/۵۷۱۴
عمران	۵۸/۹۰۰۰
مکانیک	۵۶/۲۶۰۹



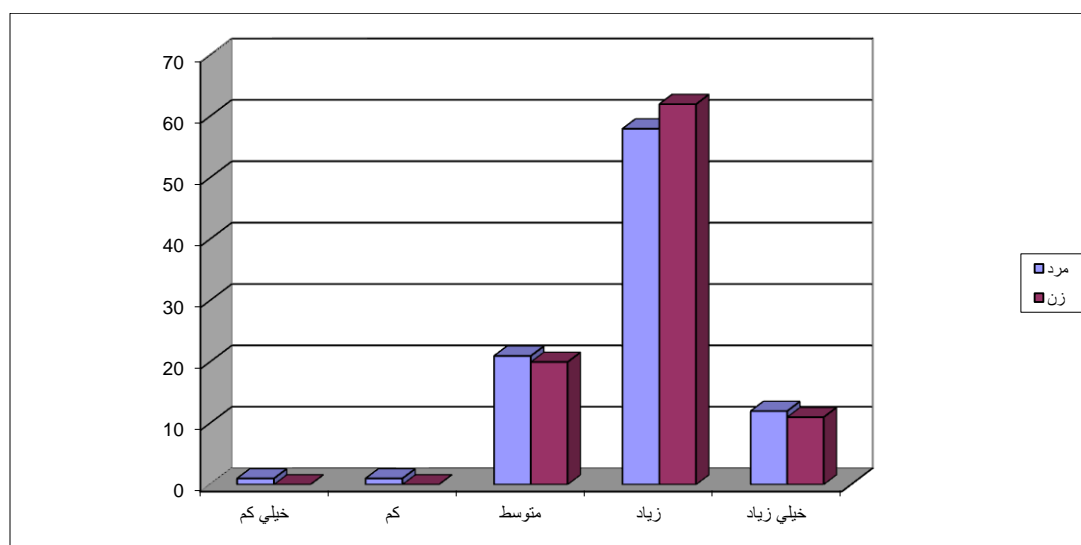
مهندس شیمی	۵۹/۱۸۸۲
جمع کل	۵۵/۱۲۷۷

در پاسخ به سؤال دوم تحقیق که آیا تفاوت معناداری در میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های مختلف وجود دارد؟ یافته‌های جدول بیانگر آن است که اگرچه میانگین روحیه کارآفرینی در بین دانشکده‌های مختلف کمی با هم تفاوت دارند ولی تفاوت مشاهده شده از لحاظ آماری معنادار نمی‌باشد ($p=0.129$)، به این معنی که دانشجویان دانشکده‌های مختلف در نمونه مورد مطالعه به لحاظ برخورداری از روحیه کارآفرینی تقریباً در یک سطح بوده‌اند (جدول ۳).

جدول شماره (۴): آزمون تفاوت میانگین روحیه کارآفرینی بر حسب جنسیت

متغیر	مقوله‌ها	میانگین روحیه کارآفرینی
جنسیت	زن	۵۵/۳۳۱۵
	مرد	۵۴/۸۸۴۷

در پاسخ به سؤال سوم تحقیق که آیا بین جنسیت و روحیه کارآفرینی افراد ارتباط معناداری وجود دارد؟ همان طور که ملاحظه می‌شود میانگین کارآفرینی در بین پاسخگویان مرد (۵۴/۸۸) و در بین پاسخگویان زن (۵۵/۳۳) بوده است که میانگین بدست آمده بسیار به هم نزدیک است ($p=0.588$) و ارتباط معناداری بین جنسیت و روحیه کارآفرینی دیده نشده است و پاسخگویان زن و پاسخگویان مرد به لحاظ برخورداری از روحیه کارآفرینی در یک سطح بوده‌اند (جدول ۴).



نمودار شماره (۲). میزان روحیه کارآفرینی به تفکیک جنسیت

موانع و مشکلات آموزش عالی برای اجرای کارآفرینی در ایران

- ۱- امروزه بیشتر درس‌های دانشگاهی بویژه در رشته‌های علوم انسانی به شیوه نظری ارائه می‌شود و تلاش جدی برای کاربردی کردن آن‌ها نشده است. بیشتر دانشجویان مطالب درسی را حذف کرده و امتحان می‌دهند. از این رو بیشتر دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها با نیازهای بازار کار هماهنگی و همخوانی ندارند و تخصص‌ها و مهارت‌ها هم جهت و هم سوبا نیازها بازار کار شکل نمی‌گیرد. به علت کاربردی نبودن درس‌های دانشگاهی بویژه در رشته‌های فنی، دانش‌آموختگان آمادگی برای کار ندارند.
- ۲- از دیگر مشکلات در زمینه اشتغال، نهادینه نشدن فرهنگ کارآفرینی در سطوح گوناگون جامعه است. متأسفانه به جای ایجاد فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ کارمندپروری در جامعه رشد و گسترش یافته است که این امر با توجه به پایین بودن ظرفیت جذب نیرو در اداره‌ها و سازمان‌ها مشکلاتی پدید آورده است.
- ۳- بازار کار هماهنگ با تحولات علوم و تکنولوژی در حال دگرگونی است. از این رو بازار که به برخی تخصص‌های تازه نیازمند است که لزوماً دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در دوران تحصیل فرا نمی‌گیرند.
- ۴- محدودیت اختیار مدیران دانشگاه‌ها در زمینه برگزاری درس‌های کارآفرینی و برنامه ریزی بلند مدت برای کارهای اشتغال‌زا، منجر به کاهش ابتکار و نوآوری می‌شود. از این رو؛ ناگزیر به برنامه ریزی در کوتاه مدت می‌شوند، برنامه ریزی‌های کوتاه مدت نیز به کاهش ابتکارهای کارآفرینانه با آثار دراز مدت می‌انجامد.
- ۵- نبود ارتباط میان دانشگاه‌ها و مراکز تولیدی و صنعتی است. به گونه ای که امروزه به رغم ایجاد و گسترش دانشگاه‌های صنعتی، حلقه‌های پیوند آن‌ها با صنعت و تولید چندان شکل نگرفته است. در واقع تا زمانی که ارتباط دانشگاه و صنعت به درستی شکل نگیرد، نمی‌توان به توسعه جدی کشور امیدوار بود.
- ۶- ناآشنایی جوانان با بازار کار، عدم آگاهی آنان از طراحی طرح کسب و کار و مشارکت نداشتن فعال بخش خصوصی در زمینه‌های پژوهش، توسعه، فعالیت‌های تولیدی و کارآفرینی از سوی دیگر مشکلات در این زمینه است.
- ۷- نبود منابع معتبر و مناسب در زمینه کارآفرینی و حتی عدم ترجمه کتاب‌های مناسب خارجی، هرچند دانشگاه‌ها نمی‌توانند همه نیازهای جامعه را برآورده سازند، اما با توجه به جایگاه پر اهمیتشان به ویژه در کشورهای در حال توسعه، می‌توانند دست به اقدامات سودمندی در این زمینه بزنند.



۸- محقق زیادی در تحقیقات خود خاطرنشان ساخته‌اند که نظام آموزش عالی ایران به جای اینکه کارآفرین باشد. عملاً کارجو پرور است. و از آنجا که نظام آموزشی ایران مبتنی بر یادگیری نیست، افراد کارآفرین در آن کمتر پرورش پیدا می‌کنند.

راهکارهای برنامه آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران

۱- نیاز سنجی آموزشی با توجه به نیاز مقاطع تحصیلی و رشته‌های تحصیلی، تدوین اهداف آموزشی، تعیین استانداردها و معیارها، انتخاب محتوا و سازماندهی، تعیین روش‌های آموزشی مناسب همچون: پروژه‌های گروهی و ...

۲- تشویق و حمایت از هنجارهای اجتماعی و فرهنگی مثبت موجب افزایش کارآفرینی در جامعه می‌شود (شیخان و رضازاده، ۱۳۸۶).

۳- ایجاد روحیه کارآفرینی. استفاده از کارآفرینی بومی و فرهنگی در نظام آموزش عالی یکی از راهکارها باشد. چنین می‌نماید که آنچه کارآفرینی فرهنگی را موفق می‌سازد، کارآفرینی بومی است (براتلو، ۱۳۸۶).

۴- کارآفرینی تکنولوژیک، فرآیندی است که با ایده‌های تکنولوژیک آغاز می‌شود و به یک کسب و کار تکنولوژیک می‌انجامد. از این رو، سیاستگذاری در آن مستلزم شناخت فرآیند و عوامل مؤثر بر آن است.

۵- همگرایی و رابطه نزدیک‌تر بین تحقیقات بنیادی و کاربردی. یعنی تأکید بر فرآیندی که دانش به سرمایه پول و توسعه صنعتی و عوامل تولید تبدیل شود.

۶- ایجاد تسهیلات بانکی و اقتصادی برای دانشجویان کارآفرین: تخصیص منابع مالی به نظام آموزش عالی به خصوص در زمینه کارآفرینی و انجام پژوهش‌ها.

۷- برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های متنوع در زمینه‌های کارآفرینی در آموزش عالی.

۸- همخوان کردن واحدهای درسی دانشگاهی با نیازهای حرفه‌ای بازار کار: محتوای درس‌های تئوریک و عملی چه در رشته‌های علوم انسانی و فنی باید با نیازهای روز صنعت و بازار مطابقت داشته باشد.

۹- حمایت ویژه از دانشجویان زن کارآفرین: هم‌اکنون زنان کمابیش ۴۰ درصد از کل مشاغل در بخش خصوصی را در جهان به خود اختصاص داده‌اند و ۸۰ درصد از کارگران پر کار از زنان هستند که بیش از ۳/۶ تریلیون دلار درآمد حاصل از فروش ایجاد کرده‌اند (گلرد، ۱۳۸۶) که سهم ما بسیار ناچیز است.



- ۱۰- گسترش مطالعات بیشتر در زمینه کارآفرینی و یادگیری زبان انگلیسی
- ۱۱- ایجاد مرکزی در دانشگاه با عنوان «خانه ارتباط با صنعت و بازار» یا تشکیل خانه «ایده» در دانشگاه‌ها: برقراری ارتباط بین مراکز کارآفرینی دانشگاهی، پارک‌های غلم و فناوری و مؤسسات ذیربط. این خانه می‌تواند با ایجاد ارتباط بین دانشجویان کارآفرین و خلاق و ارائه ایده‌ها و طرح‌های آنان به بخش صنعت و بازار و همچنین آگاهی دانشجویان از خواسته‌های کارفرمایان اقدام کند.
- ۱۲- شماری از اندیشمندان بر ضرورت ترویج «الگوی کارآفرینی» در دانشگاه‌ها تأکید کرده‌اند، برای نمونه، بیکاس سانپال یکی از الگوهای تصمیم‌گیری در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی را در «الگوی کارآفرینی» برشمرده است (میر عرب، ۱۳۸۶).
- ۱۳- فرهنگ سازی کارآفرین اسلای: اسلام دینی است که بر خلاف تصور عمومی نظر مثبتی به پول، ثروت و کار دارد. اسلام پول و ثروت را ابزار رسیدن به اهداف عالی انسانی می‌داند. برای همین آشنایی دانشجویان با این مبانی آنان را هم از بعد کارآفرینی و اشتغال و هم دینداری تقویت خواهد کرد (سعیدی کیا، ۱۳۸۵).
- ۱۴- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینه کارآفرینی و ایجاد پایگاه اینترنتی.
- ۱۵- ارائه خدمات مشاوره‌ای، گنجاندن دوره‌های آموزشی و طرح‌های کسب و کار در زمینه کارآفرینی.
- ۱۶- گنجاندن دروس اختیاری تحت عنوان: خلاقیت، مدیریت کارآفرین، نوآوری، مشکل‌گشایی، زیباشناسی، روانشناسی کار، کارآفرینی، کار تیمی (Teamwork).
- ۱۷- تشویق دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی به اخذ پایان‌نامه‌های مرتبط با مفاهیم کارآفرینی.
- ۱۸- افزایش خودکارآمد پنداری و عزت‌نفس دانشجویان. حمایت مدیریت، منابع اولیه در دسترس، ساختار سازمانی، تشویق‌ها و دیگر عوامل محیطی در شکل‌گیری و بهبود رفتار کارآفرینانه مؤثر است.

بحث و نتیجه‌گیری

در پاسخ به سؤال اصلی تحقیق مبنی بر اینکه عملکرد برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها در پرورش روحیه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان چگونه بوده است؟ در مجموع می‌توان گفت رضایت دانشجویان از عملکرد برنامه‌های آموزشی کم بوده است و تنها ۲۵ درصد کل دانشجویان مورد مطالعه اعتقاد داشته‌اند که برنامه‌های آموزشی دانشگاه روحیه کارآفرینی را به میزان زیادی در آنها پرورش داده است. اگر چه مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینی (خلاقیت، استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی) در دانشجویان بصورت بالقوه وجود داشته است، اما توانایی‌ها و مهارت‌هایی مورد نیاز است، که می‌بایست در فراگیران پرورش داده شود. در پاسخ به سؤال اول تحقیق که آیا بین



برنامه‌های آموزشی دانشکده‌ها در پرورش روحیه کارآفرینی دانشجویان تفاوتی وجود دارد؟ می‌توان گفت که بین عملکرد چهارده دانشکده مورد مطالعه هیچکدام از دانشکده‌ها در پرورش روحیه کارآفرینی نسبت به دیگر دانشکده‌ها عملکرد بهتر یا بدتری نداشته‌اند و تفاوت معناداری در زمینه پرورش روحیه کارآفرینی بین دانشکده‌ها وجود نداشته است و اندک تفاوت دیده شده از لحاظ آماری معنا دار نمی‌باشد. بر خلاف تصور ظاهری که چنین به نظر می‌رسید در دانشکده‌های فنی، مهندسی به دلیل اینکه واحدهای عملی بیشتری می‌گذرانند عملکرد برنامه‌های آموزشی در تقویت روحیه کارآفرینی بهتر از سایر دانشکده‌ها باشد ولی نتایج آزمون تحلیل واریانس در ارتباط با مقایسه میانگین‌ها در دانشکده‌های مختلف بیانگر آن است که رشته تحصیلی متغیر تأثیرگذاری در پرورش روحیه کارآفرینی نمی‌باشد. در پاسخ به سؤال دوم تحقیق مبنی بر اینکه آیا تفاوت معناداری در میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های مختلف وجود دارد؟ با استناد به آماره‌های استنباطی، بین روحیه کارآفرینی دانشجویان در چهارده دانشکده دانشگاه مازندران تفاوت معناداری وجود ندارد و با توجه به نمودار (۲) متوجه می‌شویم که روحیه کارآفرینی دانشجویان بالا بوده است. در پاسخ به سومین سؤال تحقیق مبنی بر اینکه آیا بین جنسیت و روحیه کارآفرینی دانشجویان تفاوت معناداری وجود دارد یا نه؟ در پاسخ به این سؤال می‌توان گفت که دانشجویان زن و دانشجویان مرد به لحاظ برخورداری از روحیه کارآفرینی تقریباً در یک سطح بوده‌اند و اندک تفاوت دیده شده نیز احتمالاً ناشی از اشتباهات نمونه‌گیری و غیره می‌باشد و در مجموع با استناد به جدول (۵) و نمودار مربوط به آن متوجه می‌شویم هم دانشجویان زن و هم دانشجویان مرد از روحیه کارآفرینی بالایی برخوردار بوده‌اند. به عنوان نتیجه‌گیری کلی از این تحقیق با توجه تجزیه و تحلیل‌های بدست آمده از نظرات دانشجویان می‌توان گفت برنامه‌های آموزشی موجود در آموزش عالی در جهت پرورش ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان تدوین نشده است. این برنامه‌های مبتنی بر تفکر همگرا و متکی بر محفوظات صرف و دروس نظری که بدون توجه به پرورش مهارت‌های کارآفرینی می‌باشند، موجب ایجاد روحیه مدرک‌گرایی و نبود روحیه پژوهشگری در دانش‌آموختگان شده است.

در پایان این مقاله پیشنهاد پژوهشی محققین این است که تحلیل محتوایی از کتاب‌های درسی در رشته‌های مختلف آموزش عالی از حیث توجه به موضوع کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی انجام شود. پیشنهاد اجرایی این تحقیق نیز این است مسئولین دانشگاه با توجه به ضرورت و اهمیت فرایند کارآفرینی زمینه گسترش فعالیت‌های کارآفرینی را در برنامه‌های تحصیلی و آموزشی فراهم آورند و اصلاحات لازم را در برنامه‌های درسی دانشگاه انجام دهند. همچنین باید فرصت‌های کسب و کار هر رشته تحصیلی را برای دانشجویان آن رشته معرفی کرد، در برنامه درسی هر رشته افراد موفق آن



رشته که کسب و کاری را برای خود ایجاد کرده‌اند برای دانشجویان به صورت مطالعه موردی معرفی و مورد بررسی قرار گیرد و از نظرات و تجربیات آنان استفاده شود تا دانشجویان بدانند که افراد موفق هم رشته آن‌ها چگونه در کسب و کارشان موفق شده‌اند.

پیشنهادها

ضرورت توجه به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در امر آموزش کارآفرینان و مربیان کارآفرینی در زمینه سیستم آموزش عالی در زمینه‌های زیر بسیار ضروری به نظر می‌رسد:

- آموزش تهیه طرح جامع سیستم آموزش عالی و کسب و کار جدید
- آموزش روش‌های جستجوی مؤثر در اینترنت و وب و آموزش منابع دسترسی به اطلاعات به منظور کسب مزیت رقباتی در کسب و کار
- کسب و کار الکترونیک (مراحل راه اندازی و توسعه، روش‌ها و ابزارها)، تجارت الکترونیک و طراحی صفحات وب
- کاربرد سیستم آموزش عالی در مدیریت و برنامه ریزی منابع شرکت
- روش‌ها و ابزارهای مختلف توسعه کسب و کار سنتی به الکترونیک و یا ایجاد و توسعه کسب و کارهای الکترونیکی
- چگونگی طراحی و پیاده سازی اتاق فرمان مبتنی بر فناوری اطلاعات و کاربرد مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی در توسعه کسب و کار
- تعیین جایگاه و آموزش روش‌ها و ابزارهای مدیریت جامع یادگیری در کسب و کار با استفاده از دستاوردهای سیستم آموزش عالی
- ارزیابی توسعه سیستم آموزش عالی در کسب و کار با استفاده از کارت امتیازی متوازن (BSC)
- کاربرد سیستم آموزش عالی در پیاده سازی یادگیری سازمانی و ایجاد سازمان یادگیرنده و یاددهنده

منابع

- احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۰)، کارآفرینی، انتشارات پردیس
- بدری، احسان (۱۳۸۴). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان

- دلاور، علی (۱۳۸۴). احتمالات و آمار کاربردی در روان شناسی و علوم تربیتی. تهران: رشد، چاپ یازدهم
- دهقانپور فراساه، علی (۱۳۸۱). «کارآفرینی و کارآفرینان. تعاریف و ویژگی‌ها»، فصلنامه صنایع شماره ۳۳: ۲۴-۱۲.
- شیرزادی اصفهانی، هما (۱۳۸۵). بررسی رابطه جوسازمانی با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهرا
- عابدی، رحیم (۱۳۸۱). «مروری بر مکاتب فکری کارآفرینان»، مجله علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه سیستان و بلوچستان ویژه نامه اقتصاد و مدیریت: ۱۷۲-۱۵۵.
- عزیزی، محمد (۱۳۸۲). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان ایرانی» پژوهش، زنان، شماره ۱۲۳: ۱-۱۰۱.

- Hisrich. R.D.Peters.M.P. (۱۹۹۸). “The individual Entrepreneur in Entrepreneurship” Mc Grow- Itill
- Positigo, S (۲۰۰۲) “Entrepreneurship Education in Argentina the case of san anders university. in proceedings of the conference entitled the internationalizing in Entrepreneurship Education and traini
- Rasheed, H.S. (۲۰۰۸). “Developing Entrepreneurial potential in youth” the effect of Entrepreneurial Education and venture creation, Available at: [www.coba.usd.edu / Departments / Management /Faculty / rasheed/ youth Entrepreneurship](http://www.coba.usd.edu/Departments/Management/Faculty/rasheed/youthEntrepreneurship)
- Shan. S. locke, E & collin, C. (۲۰۱۱) “ Entrepreneurial motiation. Human resource management review “vol, ۱۳ pp ۲۵۷-۲۷۹.

