



## بررسی عوامل فرهنگی، آموزشی - پژوهشی، فنی - راهبردی و سیاستی دخیل در کارآفرینی آموزش عالی در گستره جهانی شدن

غلامرضا فدایی \*

نادر نقشینه \*\*

محمود خسروجردی \*\*\*

چکیده:

هدف این تحقیق بررسی عوامل مؤثر کارآفرینی بر توسعه آموزش عالی در عصر جهانی شدن است. بدین منظور، برای رسیدن به اتفاق نظر، از روش دلفی استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق، کلیه اساتید دانشگاه‌های تهران، شهید بهشتی، تربیت مدرس، شریف و امیرکبیر می باشد. از هر دانشگاه ۵ نفر انتخاب شدند و در مجموع ۲۵ نفر وارد دوره‌های دلفی شدند. برون داد این پژوهش، مقیاسی با ۱۵ گویه با محتوا و درونمایه کارآفرینی و جهانی شدن است. برای ساخت و تهیه پرسشنامه ابتدا از اساتید جامعه مذکور در قالب مصاحبه و نگرش‌سنجی، پیرامون جهانی شدن و ارتباط آن با فرایند کارآفرینی، نظرخواهی شد. سپس نظرات آنها در قالب گویه‌های پرسشنامه با استفاده از روش دلفی در بین جامعه آماری مذکور توزیع گردید. در دو بار اجرای آن بسیاری از آیتم‌ها تایید (نظرات پائل موافق) و برخی گویه‌ها (پائل غیر موافقین) حذف شدند. بررسی نتایج نهایی نشان داد که در گستره جهانی شدن، آموزش سبک تفکر و فرهنگ کارآفرینی، گسترش مراکز تحقیق و توسعه کارآفرینی (R&D)، برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی، سمینارهای کارآفرینی با موضوعیت جهانی شدن، ارتباط دانشگاه با صنعت و نیازهای داخلی و جهانی، همسویی و پویایی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ادبیات کارآفرینی، تربیت نیروهایی با تفکر کارآفرینی، ارتباط و همکاری‌های علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه یافته، تبادل استاد و دانشجو و غیره می‌تواند راهکاری ارزشمند و پربار برای ارتقاء و توسعه همه جانبه دانشگاه‌ها و نهایتاً موجب توسعه پایدار و رونق اقتصادی می‌شود.

**کلید واژه‌ها:** آموزش عالی، جهانی شدن، کارآفرینی، عوامل فرهنگی، عوامل سیاستی، عوامل فنی

- راهبردی، عوامل آموزشی - پژوهشی.

\* مدیر گروه و عضو هیئت علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران E-mail: gfadaie@yahoo.com

\*\* عضو هیئت علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران E-mail: nader3846@yahoo.com

\*\*\* کارشناس ارشد اطلاع‌رسانی - پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران (ایرانداک) E-mail: khosro@irandoc.ac.ir

مقدمه:

از دیدگاه زیانشناختی مفهوم «جهانی‌شدن» واژه‌ای است معادل (Globalization) که بار معنایی ویژه‌ای را در چارچوب اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارد. هر چند در متون متنوع علمی از این واژه با احتیاط سخن رفته و آن را مغایر با جامعه جهانی، نظام جهانی، بین‌المللی شدن، و جهانگرایی دانسته‌اند، ولی توصیف مشابهی از این واژه در بین عالمان رشته‌های مختلف علوم انسانی موجود است که به فرآیند و جریان آزاد تفکر و سرمایه مرتبط می‌شود. برخی عقیده دارند جهانی شدن به فرآیندی اطلاق می‌شود که طی آن جریان آزاد اندیشه، انسان، کالا، خدمات، و سرمایه در دنیا میسر می‌شود در چارچوب این گونه تعاریف، عالمان علم جغرافیا نیز در توصیف وضعیت و جایگاه کلانشهرها بر مفهوم اقتصادی جهانی شدن تأکید می‌کنند، و سعی دارند محدوده تعریف مذکور را مورد توجه قرار دهند. چنانچه در یکی از این مقالات، جهانی شدن اقتصاد به تشدید جریان کالا، خدمات، اطلاعات، سرمایه‌گذاری و عوامل تولید در سطح بین‌المللی دلالت دارد که منجر به یکپارچگی اقتصادی جهان می‌شود. آنچه در تعاریف مزبور از نظر پدیده‌های جمعی مورد توجه است، پیوند فرهنگ و اقتصاد در بین آحاد اجتماعی در عرصه بین‌المللی است که وقوع آن با شرایط نوین زمان و مکان، توجیه‌پذیر است. در دنیای درحال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی داری برقرار سازند. به عبارتی دیگر جامعه و سازمانی می‌تواند در

مسیر توسعه، حرکت روبه جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند.



## دانشگاه به عنوان مجموعه‌ای آکادمیک که به طور مستمر پردازش علمی و پژوهشی در آن صورت می‌گیرد، می‌تواند تقویت کننده نهاد صنعت باشد و از این طریق است که صنعت و اقتصاد در یک جامعه می‌تواند توسعه و ارتقا یابد



امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است. کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست‌یاری از هر سویی می‌طلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و مهمتر از همه تربیت افراد (به ویژه تحصیلکردگان) کارآفرین

سازمانی برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع درحال توسعه ای مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است.

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده ای هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان؛ منشا تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و از آنها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید. کارآفرینی را در کل می‌توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. فعلاً در کشور ما نظام آموزش دهنده دانشگاه‌ها، افرادی را پرورش می‌دهد که فقط می‌توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده را پرکنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کارآفرینان در دانشگاه‌ها به عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فن‌آوری است کارآفرینان باید فرصت شناس باشند نظام آموزشی دانشگاه مبتنی بر یادگیری نیست، آموزش مبتنی بر تعلیم است و این خود عاملی بر ای عدم پرورش افراد کارآفرین است.

دانشگاه‌ها می‌توانند بخشی از فعالیت خود را به پرورش کارآفرینان اختصاص دهند. هر چند دانشگاه می‌تواند فقط به تولید و عرضه فن‌آوری و دانش بسنده کند و آن را در اختیار دانشجویان و جامعه بگذارد، اما این به معنای موفقیت نیست اگر این فن‌آوری بدست آمده را در جامعه به کار گیرد و آن را در اختیار کارآفرینان بگذارد به معنای دیگر جنبه عملی این فن‌آوری را نیز خودش تا حدودی عهده دار باشد، به موفقیت علمی و عملی توأم دست یافته است. دانشگاه می‌تواند افق‌ها و فرصت‌های بهره‌وری فن‌آوری را برای افراد ترسیم نماید و آنها را در جهت استفاده هدایت کند. نگاهی که دانشگاه نسبت به فناوری دارد نباید صرفاً خود فن‌آوری باشد بلکه کارآفرینی را در جهت استفاده بهینه و اشتغال‌زایی برای جوانان در بحث توسعه فن‌آوری در نظر داشته باشد. به این دلیل مسئولین دانشگاه به تنهایی نمی‌توانند عهده‌دار چنین مسئولیت خطیری شوند در بحث کارآفرینی می‌توانند جنبه ارشادی و اغنایی افراد را ایفا کنند چون در کشور ما هنوز پدیده کارآفرینی به صورت گسترده عملی نشده است، مردم به یک نقش هدایتی نیازمندند که در عرصه عملی فن‌آوری پیش قدم شوند. از آنجایی که در بخشهای خصوصی و صنعتی امکان ریسک بسیار بالا است دانشگاه می‌تواند به عنوان حوزة دولتی حامی مردم شود تا با ایجاد محیط رقابتی فناوری فرصت بیشتری برای رشد پیدا نماید ایجاد مؤسسات و شهرک‌های تحقیقاتی، پژوهشی وابسته به دانشگاه‌ها می‌تواند بسیار مؤثر باشد چرا که دانشجویان و فارغ‌التحصیلان در محیط و بستری

علمی تحقیقاتی قرار می‌گیرند که می‌توانند آنچه در این دانشگاه آموخته‌اند در معرض حضور قرار دهند. در حقیقت به بیانی زیباتر آنچه را که بالقوه دارند در این مسیر بالفعل نمایند. می‌توان امیدوار بود که با شناخت دقیق این عمل و با توجه به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های کشور از لحاظ کارآفرینی و میزان بهره

### ساختار و برنامه‌های سیاستی دانشگاهی ما به گونه‌ای چیده شده‌اند که از اطلاعات و دانش‌های جدید و به روز کمتر از حد ظرفیت خود بهره‌مند است. مهمترین دلیل این مسئله، روزمرگی ایجاد شده میان اساتید و دانشجویان است

برداری از عوامل و منابع پایه‌ای تولید بتوان تصمیم‌ها و سیاست‌گذاری‌های مفید و مؤثر تری اتخاذ نمود. دانشگاه‌ها از یک سو تامین‌کننده نیروی انسانی متخصص در سطح عالی هستند و از سوی دیگر بسیاری از توانایی‌های علمی، تحقیقاتی و آزمایشگاهی در آنجا متمرکز شده است. بنابراین دانشگاه به عنوان مجموعه‌ای آکادمیک که به طور مستمر پردازش علمی و پژوهشی در آن صورت می‌گیرد، می‌تواند تقویت‌کننده نهاد صنعت باشد و از این طریق است که صنعت و اقتصاد در یک جامعه می‌تواند توسعه و ارتقا یابد. در فرایند انتقال تکنولوژی، دانشگاه‌ها می‌توانند هم در

تشخیص تکنولوژی مناسب و هم‌در یادگیری تکنولوژی خارجی و تولید تکنولوژی فعالیت کنند و فعالیت دانشگاه‌ها نباید صرف تولید مقاله باشد. صنعت باید نیازهای خود را از دانشگاه بخواند و دانشگاه نیز انعطاف لازم را از خود نشان دهد تا در نهایت یک الگوی مناسب ایجاد شود. نقش آموزشی دانشگاه در فرایند توسعه، بر پایه تربیت نیروی انسانی به عنوان کلید راهگشای توسعه صنعتی، استوار است. نقش تحقیقاتی آن نیز در تحقیقات بنیادی و کاربردی که شرط لازم برای موفقیت توسعه صنعتی است تبلور می‌یابد. امروزه نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می‌باشد. در این بین کارآفرینان به طور خاص دارای نقشی موثرتر در فرایند توسعه اقتصادی‌اند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد. زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک‌های تجاری و اقتصادی قویتری برخوردار است.

آموزش و پرورش کارآفرینان سازمانی نیازمند یک متدولوژی آموزشی اجرایی برای همکاری تنگاتنگ بین صنعت و دانشگاه جهت مواجهه با فشارهای شدید اجتماعی حاصل از رشد سریع فناوری و کمبود نیروی انسانی متخصص در جهان امروز است. در این روش که عنوان کارآفرینی یافته، انسان‌ها به گونه‌ای پرورش می‌یابند که خود در جهت خلق کار قدم بردارند. مشاهدات حاصل از اعمال این متدولوژی به صورت موردی در قالب مأموریت اجتماعی، اهداف، مقصد مشخص، و نیز فعالیت‌های مترتب آن منعکس گردیده‌اند. بر

اساس نظر بسیاری از متخصصان، دانشگاه به عنوان نهاد عرضه کننده دانش و تولید نیروی انسانی وظایفی به شرح زیر دارد:

- تولید برنامه های جدید و کارآمد آموزشی به گونه ای که نیازهای کنونی و آینده جامعه را با توجه به افزایش نیازها، تغییر سطح زندگی و روند افزایش توقعات، پاسخگو باشد.

- انجام پروژه های تحقیقاتی (بنیادی - کاربردی و توسعه ای)،

- برگزاری دوره های کوتاه مدت و بلند مدت کاربردی برای صنایع،

- انتقال و بومی سازی دانش و تبدیل آن به تکنولوژی برای استفاده صنایع،

- نیاز سنجی آموزشی و تحقیقاتی صنایع مستقر در مراکز رشد فناوری و تولید علم برای رفع موانع و مشکلات و راهکارهای توسعه،

- بهبود کیفیت و ارتقای استانداردها و شیوه های آموزشی و پژوهشی در سطح ملی.

در سطح بین الملل و با تغییر الگوهای مصرفی جوامع و تغییر انتظارات اقشار مختلف، نقش دانشگاه ها در پاسخگویی به نیازهای روبه افزایش جوامع مختلف از جمله کشور ما، بیشتر از هر زمانی با اهمیت می نماید. بنابراین یک نوع توافق چند منظوره بین دانشگاه و جامعه می بایست ایجاد شود، در غیر این صورت توسعه اجتماعی کم رنگ می شود.

#### بیان مساله

توسعه و پیشرفت های صورت گرفته شده در قرون اخیر با توجه به انقلاب هایی که در عرصه های علمی و اجتماعی رخ داده تاثیر شگرف و شتاب دو چندان در جهت تسریع روند نزدیکی جوامع در بهره برداری مشترک از علم داشته است. بدون شک حرکت های نوینی که بشر پس از انقلاب صنعتی تا انقلاب اطلاعاتی انجام داده بسیار سریع و غیر قابل باور می باشد. طبق بررسی های صورت گرفته شده روند توسعه

از زمانی که اطلاعات تولید می شوند تا زمانی که به هر دلیلی غیر کاربردی می شوند زمانی در حدود ۶ سال به طول خواهد انجامید. با این تفاسیر و با توجه به رشد سریع جامعه جهانی در روند تولید، کاربردی کردن و بهره گیری از اطلاعات این نیاز احساس می شود که جایگاه کشور ما و همچنین استراتژی های ما در برابر این حجم عظیم اطلاعات چه می تواند باشد؟ ما چگونه می توانیم

در این عرصه با استفاده مناسب و سریع از اطلاعات تولید شده در سایر کشورها نسبت به شناخت و هماهنگ سازی خود با آخرین پیشرفت های جهانی آگاه شویم و همچنین از جایگاه یک مصرف کننده صرف اطلاعات تولید شده و به عبارت دیگر یک وارد کننده اطلاعات، تبدیل به یکی از کشورهای تولیدکننده و صادر کننده اطلاعات باشیم. وقتی از این نیازها سخن می گوئیم در واقع به بیان استانداردهایی پرداخته ایم که هر جامعه ای که با یک استراتژی کلی مبنی بر رسیدن به استانداردهای یک جامعه دانایی محور است در آن حرکت می کند. به عبارت بهتر هرگاه که این عزم و اراده عمومی در بهره گیری از دانش های مختلف و با استفاده از فناوری های مناسبی که جریان دریافت اطلاعات را تسهیل می کنند صورت گیرد و تلاش ها و چالش های آکادمیک و تحقیقاتی به سمتی هدایت شود که روند تولید اطلاعات را نظام مند کرده و سرعت ببخشد می توان امیدوار بود که جامعه جهانی جایگاه متفاوتی را برای ما در دستیابی به استانداردهای یک جامعه دانایی محور قائل شود.

امروزه توسعه فناوری سیستم های الکترونیکی و به خصوص سیستم های وب مدار این امکان را در اختیار تک

دانشگاه می تواند افق ها و فرصت های بهره وری فن آوری را برای افراد ترسیم نماید و آنها را در جهت استفاده هدایت کند. نگاهی که دانشگاه نسبت به فناوری دارد نباید صرفاً خود فن آوری باشد بلکه کارآفرینی را در جهت استفاده بهینه و اشتغال زایی برای جوانان در بحث توسعه فن آوری در نظر داشته باشد

اطلاعات در جهان به گونه ای فزاینده در حال رشد است در حال حاضر نیز میزان اطلاعات بشر در هر ۴ یا ۵ سال به دو برابر افزایش پیدا می کند. این در حالی است که عمر اطلاعات در برخی از علوم به حدود شش سال رسیده است یعنی

به این ترتیب حرکت در چارچوب موارد یاد شده توسط دانشگاه از جمله مهمترین تعهدات دانشگاه به حساب می آید. این اقدامات می تواند توسعه صنعتی را به دنبال داشته باشد. به دنبال جهانی شدن اقتصاد و توسعه فرهنگی

به حضور فراگیران متعدد در حوزه‌های مختلف علوم و با وجود مدرسین و اساتید می‌توانند جایگاه بسیار مهمی در فرایند دریافت اطلاعات از جانب اساتید به طرق مختلف داشته باشند و با توجه به استانداردها و نیاز سنجی‌های موجود

افراد جامعه قرار داده است تا از طریق بسترهای مجازی نسبت به مبادلات اطلاعاتی اقدام کنند. دنیای مجازی با توجه به ساختار و کارکرد ها و امکانات گسترده ای که برای کاربران جهانی خود فراهم می‌کند ارتباطات را در سطح گسترده ای توسعه می‌دهد و با توجه به اینکه یکی از مهمترین شاخص‌ها و ابزارها در مباحث توسعه اطلاعاتی و نیل به جامعه دانایی محور تسریع و تسهیل در جریان آزاد حرکت اطلاعات است می‌توان ادعا کرد که از گرایش و کاربرد این سیستم‌ها در توسعه اطلاعاتی گریزی نیست در این بین مراجع و کانال‌هایی که امروزه به عنوان بسترهای ایجاد چالش در جهت تولید و طبقه بندی اطلاعات و همچنین کاربرد آنها عموماً شامل دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی دانشگاهی می‌باشند. احیا و ایجاد تفکر سیستمی نسبت به فرآیندهای تولید تا توزیع اطلاعات و همچنین برخورد مناسب و گزینش صحیح شیوه های استفاده از اطلاعات مواردی از شاخص های توسعه اطلاعاتی هستند که در بسترهای آموزشی مناسبی چون دانشگاهها قابل برنامه ریزی و اجرا خواهند بود. به همین دلیل در مبحث مدیریت دانش در یک جامعه دانایی محور نگاه ویژه ای به بسترهایی خواهد شد که قادر به استفاده صحیح و اصولی از اطلاعات باشند.

دانشگاه‌ها به عنوان مراکز و مراجع مصرف کننده و تولید کننده اطلاعات در صف اول شاخص های توسعه اطلاعاتی در جوامع دانایی محور خواهند بود. در واقع بیشترین حجم مواد خام مصرفی در جریان آموزش های آکادمیک اختصاص به فرآیندهای تبادل اطلاعات خواهد داشت. یعنی دانشگاه‌ها با توجه

### اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان؛ منشا تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و از آنها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود

نمی‌توان نقش مهم فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی را انکار کرد و به عبارتی، توسعه دانایی محور مبتنی بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات خواهد بود از این رو تاثیر کمبود و یا حتی نبود نیروها و اساتید متخصص تربیت شده و پژوهشگر در زمینه های آموزش های مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات که همگن با تفکر مدیریت دانش در یک جامعه دانایی محور باشد یکی از بزرگترین مشکلات حال حاضر می باشد از این رو به جاست که دانشگاه ها برای رفع این نقیصه خود و رسیدن به هویت و جایگاه واقعی در جامعه دانش مدار ایران با تامین نیروهای متخصص و یا بالابردن سطح علمی اساتید موجود نسبت به رفع مشکلات آموزشی اقدام کنند. از سوی دیگر به دلیل عدم استاندارد بودن نظام های آموزشی امکان تطبیق این ساختارها با ابزارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بستر سازی یک مدل نمونه جامعه دانایی محور که بر اساس

برای اطلاعات؛ آنها را مورد پردازش و تحلیل های آکادمیک قرار داده و در یک فرآیند مبادلاتی مبتنی بر شیوه های نوین آموزشی و انتقال اطلاعات به دانش پذیران منتقل نمایند. دانشگاه ها در تهیه و تصویر کردن نظام های عرضه و تقاضای اطلاعات و هدایت کردن جریان های فکری و اطلاعاتی جامعه نقش موثری دارند. یکی از این نقش های مهم استاندارد سازی و تعیین سطح کیفی اطلاعات مورد نیاز جامعه خواهد بود. در این بین دانشگاهها برای دست یابی به سطح مطلوب و مناسب در جهت فراهم سازی امکان تولید و عرضه مناسب اطلاعات به جامعه دارای مشکلات و معضلاتی نیز هستند به عبارت دیگر بدون تامین زیر ساخت های آموزشی و تکنولوژیکی دانشگاه های ما قادر به تامین انتظارات جامعه دانایی محور نخواهند بود.

معضلات آموزشی - پژوهشی کشور ما به عنوان یکی از کشورهای

سیستم های آموزش از راه دور، آموزش مجازی و آموزش های الکترونیکی صورت می گیرد غیرقابل طراحی خواهد بود.

معضلات مربوط به فناوری

مورد دیگری که در ساختارهای دانشگاهی وجود دارد عدم استاندارد سازی سیستم های آموزشی مبتنی بر ابزارهای تکنولوژیک است. استفاده از شیوه ها و ابزارهای سنتی و غیر استاندارد امروزه به یکی از بزرگترین معضلات دانشگاه ها تبدیل شده است و این عدم توجه به استفاده از ابزارهای تکنولوژیک در آموزش و انتقال اطلاعات ناشی از عدم شناخت درست از کارکردها و کاربردهای سیستم های نوین آموزشی است که با استفاده از فناوری های جدید امکان پذیر است. وجود این معضل و عدم رفع آن تمامی استراتژی های موجود در راه رسیدن به یک جامعه دانش محور را خنثی خواهد کرد.

معضلات اطلاعاتی و سیاستی

ساختار و برنامه های سیاستی دانشگاهی ما به گونه ای چیده شده اند که از اطلاعات و دانش های جدید و به روز کمتر از حد ظرفیت خود بهره مند است. مهمترین دلیل این مسئله، روزمرگی ایجاد شده میان اساتید و دانشجویان است. در حال حاضر کلاس های درسی دانشگاه های ما به صورت یک نظام یک طرفه در شیوه برخورد با اطلاعات حاکم می باشد به گونه ای که استاد به عنوان متکلم وحده کلیه امور انتقال اطلاعات را برعهده دارد. این مسئله ضمن اینکه از کارایی آموزش تا حد بالایی می کاهد در صورت عدم به روز شدن اطلاعات

از جانب استاد نقش مخربی نیز در جامعه اطلاعاتی خواهد داشت. و برنامه سیاستی هماهنگ با توسعه و روش های رو به رشد یا نوشته نمی شود و یا به کندی تدوین می شوند

معضلات فرهنگی

دانشگاه های ما خود باور نیستند و متعاقباً دانشجویانی با خود کار آمدی و خود باوری اندک تربیت می کنند. بسیاری از اساتید و دانشجویان هنوز به باور لازم در مورد جایگاه و نقشی که می توانند در توسعه اطلاعاتی جامعه خود داشته باشند نرسیده اند ضمن این که به علت فقدان فرهنگ مناسب در آموزش های آکادمیک و غیر آکادمیک هماهنگی و همگنی لازم ما بین آموزش های دانشگاهی و غیر دانشگاهی وجود ندارد و درصد بالایی از دانش آموختگان اطلاعات و اعتقاد چندانی به کاربردی بودن دانش های فراگرفته شده ندارند.

بررسی این چهار معضل به عنوان بخش کوچکی از مسائلی که در زمینه توسعه اطلاعاتی جامعه وجود دارد نقش و رسالت دانشگاهها در رسیدن به استانداردهای یک جامعه دانایی محور در گستره جهانی شونگی، بسیار حساس تر و پر رنگ تر می نماید. نگاه اصولی و سیستماتیک به روند مدیریت دانش در دانشگاهها و هدایت مناسب اطلاعات از دانشگاه به جامعه (دهکده جهانی) با استفاده از ابزارهایی تکنولوژیک که موجبات تسهیل و تسریع توسعه اطلاعات را باعث می شوند می تواند در شناساندن و تبیین جایگاه دانشگاه های آرمانی در هزاره سوم موثر باشد.

پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهشی با عنوان پژوهش حاضر در کشور یا خارج صورت پذیرفته است. اما می توان به پژوهشهایی در حوزه کارآفرینی با عنوانهای طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت (احمد پور داریانی، ۱۳۷۷)، بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستانهای پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران، و دانش آموزان در نیمسال دوم سال تحصیلی ۷۸-۷۹ (خدمتی متوسل، ۱۳۷۹)، بررسی و شناخت ویژگیهای مدیران و کارآفرینان در صنعت کشور (بابانیا، ۱۳۸۲)، طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمانهای غیردولتی (مقیمی، ۱۳۸۲)، بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران (بخشی ۱۳۸۱)، شناسایی عوامل و شاخصهای اولویت دار جهت دستیابی به سازمانهای کارآفرین در کشور (صالحی، ۱۳۸۱)،

دانشگاه می تواند  
از طریق شناسایی  
و بکارگیری عوامل  
محیطی، اقتصادی،  
فرهنگی و استقبال  
از تکنولوژی که  
ظهور کارآفرینی را  
آسان می سازد زمینه  
مناسب را فراهم  
سازد

## جدول ۱. تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندال

مقدار W	تفسیر	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰/۱	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰/۳	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰/۵	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰/۷	اتفاق نظر قوی	زیاد
۰/۹	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

خاص است. نتیجه فرایند دلفی چیزی جز بدست آوردن ایده نیست. نتایج این فرایند ایده های افرادی را که در آن پانل شرکت داشته اند، نشان می دهد. دیدگاه اعضای پانل برحسب حداکثر آرا و بطور آماری خلاصه می شود. داده های بدست آمده از روش دلفی می تواند به چندین طریق نمایش داده شود. ایده گروه باید به جای استفاده از میانه، بر اساس میانگین باشد، زیرا یک پاسخ بی ربط می تواند میانه را بطور غیرواقعی تغییر دهد. بعلاوه، لازم است که تحلیل گر، گستره ایده ها را با استفاده از چارکها نشان دهد. در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل، از ضریب هماهنگی کندال Kendall's Coefficient of Concordance (W) استفاده شد. ضریب هماهنگی کندال مقیاسی است برای تعیین درجه هماهنگی و موافقت میان چندین دسته رتبه مربوط به N شیء یا فرد. در حقیقت با کاربرد این مقیاس می توان همبستگی رتبه ای میان K مجموعه رتبه را یافت. چنین مقیاسی به ویژه در مطالعات مربوط به «پایایی میان داوران» (Interludes reliability) مفید است. ضریب هماهنگی کندال نشان می دهد که افرادی که چند مقوله را براساس اهمیت آنها مرتب کرده اند، اساساً معیارهای مشابهی را برای قضاوت درباره اهمیت هر یک از مقوله

همکاران، (۱۳۸۵)، کارآفرینی اجتماعی: مروری بر زمینه های سیاسی و اجتماعی (علی میری، ۱۳۸۵)، بررسی نقش زنان ایرانی در کارآفرینی (هزارجریبی، ۱۳۸۶)، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در توسعه کارآفرینی (شیخان و رضازاده، ۱۳۸۶)، سنجش میزان کارآفرینی مدیران صنعت مطالعه موردی استان خراسان (کاظمی و مهارتی، ۱۳۸۶)، کارآفرینی فرهنگی: پیامهایی برای بومی سازی (براتلو، ۱۳۸۶)، و ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت (دائانی فرد، فروهی، و صالحی، ۱۳۸۶) اشاره کرد.

## اهداف و روش تحقیق

این تحقیق درصدد توصیف و مشخص ساختن عوامل و منابع تاثیر گذار کارآفرینی بر توسعه آموزش عالی در فرایند جهانی شدن است و اینکه سهم و تاثیرگذاری هر یک از فاکتورهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی در روند جهانی شدن چقدر و چگونه است؟ روش تحقیق مورد استفاده برحسب نحوه گردآوری داده ها، از نوع روش تحقیق توصیفی (پیمایشی) است. روش بکار رفته در این پژوهش یکی از انواع روش پیمایشی یعنی دلفی می باشد. این نوع روش عبارت است از اتفاق نظر یک جمع صاحب نظر درباره یک موضوع

بررسی مدلها و استراتژیهای کارآفرینی سازمانی و ارائه الگوی مناسب جهت سازمانهای داخلی (رحیمی، ۱۳۸۲)، بررسی رابطه پایگاه اجتماعی خانواده و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز (مشایخ، ۱۳۸۲)، بررسی رابطه ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی در مجتمع اقتصادی کوثر (رحیمی فیصل آبادی، ۱۳۸۲)، بررسی ارتباط میان نیازهای کارکنان و کارآفرینی آنها در حوزه ریاست سازمان صدا و سیما (بر مبنای تئوری نیازهای مک کله لند) (ادهمی، ۱۳۸۳)، بررسی معیارهای مؤثر در ارزیابی طرحهای کارآفرینی برای سرمایه گذاری از دیدگاه سرمایه گذاران و خبرگان سرمایه گذاری (بیگللو، ۱۳۸۳)، بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر انگیزه و خلاقیت کارآفرینی جوانان فرهنگسراهای تهران (کریمی، ۱۳۸۴)، بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان دختر و پسر شاخه کار و دانش آموزش متوسطه مناطق ۱۹ گانه شهر تهران (نساج، ۱۳۸۴)، تأملی بر پیوند نظری نظریه های بنگاه کارآفرین و سازمان یادگیرنده (محمدی الیاسی، ۱۳۸۴)، بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان (صمدی و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۵)، بررسی جریان خصوصی سازی و تأثیر آن بر تقویت کارآفرینی در ایران (مهدوی عادل و رافعی، ۱۳۸۵)، عوامل مؤثر بر عملکرد کارآفرینان دانش آموختگان آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی ایران (اسکندری، حسینی و کلانتری، ۱۳۸۵)، بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان (بدری و

$N =$  تعداد عوامل رتبه بندی شده

$$\frac{1}{12} K^2 (N^3 - N)$$

حداکثر حاصل جمع مربعات انحرافها از میانگین  $R_j$ ها، یعنی حاصل جمع  $S$  که در صورت وجود موافقت کامل بین رتبه بندی مشاهده می شود.

شایان ذکر است که معناداری آماری ضریب  $W$  برای متوقف کردن فرایند

$$W = \frac{s}{\frac{1}{12} K^2 (N^3 - N)}$$

که در آن:

$$s = \sum \left[ R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right]^2$$

$S =$  حاصل جمع مربعات انحرافهای

$R_j$ ها از میانگین  $R_j$ ها

$R_j =$  مجموع رتبه های مربوط به یک عامل

$K =$  تعداد مجموعه های رتبه ها (تعداد داوران)

ها به کار برده اند و از این لحاظ با یکدیگر اتفاق نظر دارند. ضریب هماهنگی کندال شاخصی است که میزان انحراف هماهنگی مشاهده شده در یافته های پژوهش را از میزان هماهنگی کامل نشان می دهد. این ضریب بین (عدم توافق) و ۱ (توافق کامل) متغیر است. ضریب هماهنگی کندال ( $W$ ) با استفاده از فرمول زیر محاسبه می شود:

جدول ۲. نتایج دور سوم پرسشنامه

ترتیب اهمیت شاخصها	انحراف معیار پاسخها	میانگین پاسخها	تعداد پاسخها	شرح عامل
<b>عوامل فنی - راهبردی</b>				
۱	۰/۹۶۵	۳/۹۴	۲۵	ارتقای زیرساخت های فناوریک
۲	۰/۹۵۱	۳/۹۲	۲۵	گردآوری و توسعه منابع و سواد اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی
۳	۱/۰۳۳	۳/۹۰	۲۵	گردآوری نیروی انسانی متخصص و تبادل استاد و دانشجو
۴	۱/۰۵	۳/۸۸	۲۵	استفاده از ابزارهای الکترونیکی در جهت کارآفرینی
<b>عوامل فرهنگی</b>				
۱	۰/۹۱۲	۴/۰۷	۲۵	آموزش و ارتقای فرهنگ کارآفرینی و تأکید بر سواد اطلاعاتی
۲	۱/۱۲۰	۴/۰۵	۲۵	آینده پژوهی در راستای محورهای کارآفرینی و جهانی شدن
۳	۰/۹۳۳	۳/۸۶	۲۵	تکریم و ارتقای جایگاه شخصیت های کارآفرین
۴	۰/۹۱۲	۳/۸۰	۲۵	بومی سازی و تأکید بر نوآوری های درون زاد در کارآفرینی
<b>عوامل سیاسی</b>				
۱	۰/۷۰۲	۳/۱۸	۲۵	گسترش مراکز تحقیق و توسعه و مراکز رشد
۲	۰/۸۱۲	۳/۹۲	۲۵	تدوین راهبردهایی به منظور ارتباط هر چه بیشتر صنعت و دانشگاه
۳	۱/۰۲۸	۳/۸۱	۲۵	همسویی و پویایی سیاستگذاری ها و برنامه ریزی های آموزشی و پژوهشی دانشگاه ها با ادبیات کارآفرینی در جهانی شدن
۴	۰/۹۵۲	۳/۷۷	۲۵	ارتباط و همکاری های علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه یافته
<b>عوامل آموزشی - پژوهشی</b>				
۱	۰/۸۶۴	۳/۶۱	۲۵	آموزش سبک تفکر کارآفرینی
۲	۰/۹۰۷	۳/۵۹	۲۵	تربیت نیروهای باتفکر و خصیصه های کارآفرینی
۳	۰/۹۱۲	۳/۵۳	۲۵	برگزاری کارگاه ها و سمینارهایی با موضوع کارآفرینی و جهانی شدن





دلفی کفایت نمی کند. برای پانلهای با تعداد بیش از ۱۰ عضو حتی مقادیر بسیار کوچک W نیز معنادار به حساب می آیند.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه اساتید دانشگاههای تهران، شهید بهشتی، تربیت مدرس، شریف و امیرکبیر می باشند که از بین آنها ۲۵ استاد (از هر دانشگاه ۵ نفر استاد) به صورت تصادفی انتخاب شدند.

ابزار اندازه گیری

ابزار به کار رفته در این پژوهش یک پرسشنامه نگرش سنج است که به صورت فهرستی از عوامل کارآفرینی تأثیرگذار بر آموزش عالی است. برای ساخت و تهیه پرسشنامه ابتدا اساتید جامعه مذکور در قالب مصاحبه، پیرامون جهانی شدن و ارتباط آن با فرایند کارآفرینی، نظرخواهی شد. سپس نظرات آنها در قالب گویه های پرسشنامه با استفاده از روش دلفی در بین جامعه آماری مذکور توزیع گردید. در دوبار اجرای آن بسیاری از آیتمها تایید (نظرات پانل موافق) و برخی گویه ها حذف شدند (پانل غیر موافقین). در پایان، ۱۵ عامل

به عنوان عوامل تأثیرگذار کارآفرینی در آموزش عالی در گستره جهانی شدن بدست آمد.

دسته بندی عوامل

عوامل اصلی که با نظرسنجی از استادان صاحب نظر استخراج شد در قالب چهار دسته از عوامل طبقه بندی گردید که عبارتند از:

۱. عوامل آموزشی - پژوهشی: آموزش سبک تفکر، برگزاری کارگاههای آموزش کارآفرینی، تربیت نیروهای با تفکر و خصیصه های کارآفرینی برگزار میسینارهایی باموضوع جهانی شدن، ارزیابی پویا بر اساس ماتریس اس. دبلیو. اوتی (SWOT)، اهتمام به دغدغه های مسئولان کارگزار (رهبری و ریاست جمهوری)

۲. عوامل سیاستی: گسترش مراکز تحقیق و توسعه، توسعه مراکز رشد و فناوری (پارکها و انکوباتورها)، ارتباط دانشگاه و صنعت، همسویی و پویایی سیاستگذاران و برنامه ریزیهای آموزشی و پژوهشی دانشگاهها با ادبیات کارآفرینی در جهانی شدن، ارتباط و همکاریهای علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه یافته، تمرکز بر راه اندازی ابرمشاغل

۳. عوامل فنی - راهبردی: گردآوری

نیروی انسانی متخصص، تبادل استاد و دانشجو، ارتقای زیرساختهای فناوریک (شبکه های محلی و ملی، کانالهای ارتباطی و ...)، گردآوری و توسعه منابع اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی، استفاده از ابزارهای الکترونیکی در جهت کارآفرینی

۴. عوامل فرهنگی: آموزش و ارتقای فرهنگ کارآفرینی، تأکید بر سواد اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی، ارتقای جایگاه شخصیت های کارآفرین، آینده پژوهی در راستای محورهای کارآفرینی و جهانی شدن، تأکید بر بومی سازی نوآوریهای کارآفرینی

تجزیه و تحلیل داده ها

عواملی که در قسمت بالا (دسته بندی عوامل) بدانها اشاره شد به شور عمومی استادان گذاشته شد و پس از دوبار اجرا کردن نور دلفی، در نهایت عوامل زیر به عنوان عوامل اثرگذار کارآفرینی آموزش عالی در گستره جهانی شدن تأیید شدند (جدول ۲).

در جدول ۳، ۴، ۵، و ۶ رتبه های اختصاص یافته به شاخصهای عوامل فنی - راهبردی، آموزشی - پژوهشی، سیاستی، و فرهنگی دخیل در کارآفرینی آموزش عالی در گستره جهانی شدن در

جدول ۳. درصد رتبه های اختصاصی به شاخص های عوامل فنی - راهبردی در دور سوم

درصد رتبه های اختصاص داده شده پاسخ دهندگان در دور سوم پرسشنامه

جمع کل	۴	۳	۲	۱
% ۱۰۰	۴	۸	۴۸	۴۰
% ۱۰۰		۲۰	۲۸	۵۲
% ۱۰۰	۲۴	۵۲	۲۴	
% ۱۰۰	۷۲	۲۰		۸

عوامل فنی - راهبردی

گردآوری نیروی انسانی متخصص و تبادل استاد و دانشجو

استفاده از ابزارهای الکترونیکی در جهت کارآفرینی

گردآوری و توسعه منابع اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی

ارتقای زیرساختهای فناوریک

جدول ۴. درصد رتبه‌های اختصاصی به شاخص‌های عوامل آموزشی - پژوهشی در دور سوم

عوامل آموزشی - پژوهشی	درصد رتبه‌های اختصاص داده شده پاسخ دهندگان در دور سوم پرسشنامه			
	۱	۲	۳	۴
آموزش سبک تفکر کارآفرینی	۵۶	۱۲	۳۲	۵۶
تربیت نیروهای با تفکر و خصیصه‌های کارآفرینی	۳۲	۲۰	۴۸	۳۲
برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهایی با موضوع کارآفرینی و جهانی شدن	۱۲	۶۸	۲۰	۱۲
جمع کل				
% ۱۰۰				
% ۱۰۰				
% ۱۰۰				

جدول ۵. درصد رتبه‌های اختصاصی به شاخص‌های عوامل سیاستی در دور سوم

عوامل سیاستی	درصد رتبه‌های اختصاص داده شده پاسخ دهندگان در دور سوم پرسشنامه			
	۱	۲	۳	۴
ارتباط و همکاری‌های علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه یافته	۳۴	۲۸		۸
تدوین راهبردهایی به منظور ارتباط هر چه بیشتر صنعت و دانشگاه	۳۸	۲۰		۱۲
همسویی و پویایی سیاستگذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها با ادبیات کارآفرینی در جهانی شدن	۸	۸	۶۰	۲۴
گسترش مراکز تحقیق و توسعه و مراکز رشد	۴	۴۰		۵۶
جمع کل				
% ۱۰۰				
% ۱۰۰				
% ۱۰۰				

جدول ۶. درصد رتبه‌های اختصاصی به شاخص‌های عوامل فرهنگی در دور سوم

عوامل فرهنگی	درصد رتبه‌های اختصاص داده شده پاسخ دهندگان در دور سوم پرسشنامه			
	۱	۲	۳	۴
تأکید بر بومی‌سازی نوآوری‌های کارآفرینی	۴۰	۴۰		۲۰
تکریم و ارتقای جایگاه شخصیت‌های کارآفرین	۳۲	۸		۶۰
آینده‌پژوهی در راستای محورهای کارآفرینی و جهانی شدن	۱۶	۵۲		۳۲
آموزش و ارتقای فرهنگ کارآفرینی و تأکید بر سواد اطلاعاتی	۱۲	۲۰		۶۸
جمع کل				
% ۱۰۰				
% ۱۰۰				
% ۱۰۰				

جدول ۱-۷. عوامل فرهنگی

جدول ۲-۷. آزمون آماری

میانگین رتبه‌ها	آزمون فریدمن	حجم جامعه
۳/۴۶	آموزش و ارتقای فرهنگ کارآفرینی و تأکید بر سواد اطلاعاتی (۱)	۲۵
۲	تکریم و ارتقای جایگاه شخصیت‌های کارآفرین (۳)	۴۱/۷۳۰
۴۴/۱	آینده‌پژوهی در راستای محورهای کارآفرینی و جهانی شدن (۴)	۳
۹۲/۲	بومی‌سازی و تأکید بر نوآوری‌های درون‌زاد کارآفرینی (۲)	درجه معنی‌داری

## جدول ۸-۱ عوامل سیاستی

میانگین رتبه‌ها	آزمون فریدمن	حجم جامعه	جدول ۸-۲ آزمون آماری
۲/۶۵	گسترش مراکز تحقیق و توسعه و مراکز رشد (۱)	۲۵	حجم جامعه
۱/۳۲	تدوین راهبردهایی به منظور ارتباط هر چه بیشتر صنعت و دانشگاه (۴)	۴۱/۷۱۲	کای اسکوتر
۱/۴۳	همسویی و پویایی سیاستگذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاهها با ادبیات کارآفرینی در جهانی شدن (۳)	۳	درجه آزادی
۲/۹۴	ارتباط و همکاری‌های علمی با مراکز آموزشی و پژوهشی کشورهای توسعه یافته (۲)	۰/۰۰۰	درجه معنی‌داری

## جدول ۹-۱ عوامل فنی - راهبردی

میانگین رتبه‌ها	آزمون فریدمن	حجم جامعه	جدول ۹-۲ آزمون آماری
۲/۲۱	گردآوری نیروی انسانی متخصص و تبادل استاد و دانشجو (۴)	۲۵	حجم جامعه
۲/۵۰	ارتقای زیرساخت‌های فناوریک (۱)	۳۵/۶۳	کای اسکوتر
۲/۲۳	گردآوری و توسعه منابع اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی (۲)	۳	درجه آزادی
۲/۸۰	استفاده از ابزارهای الکترونیکی در جهت کارآفرینی (۳)	۰/۰۰۰	درجه معنی‌داری

## جدول ۱۰-۱ عوامل آموزشی - پژوهشی

میانگین رتبه‌ها	آزمون فریدمن	حجم جامعه	جدول ۱۰-۲ آزمون آماری
۲/۹۳	آموزش سبک تفکر (۱)	۲۵	حجم جامعه
۴۳/۲	برگزاری کارگاهها و سمینارهایی با موضوع کارآفرینی و جهانی شدن (۲)	۴۵/۳۲	کای اسکوتر
۸۰/۱	تربیت نیروهای باتفکر و خصیصه‌های کارآفرینی (۳)	۳	درجه آزادی
		۰۰۰/۰	درجه معنی‌داری

دور سوم دلفی نمایانده شده است.

عوامل آموزشی - پژوهشی وجود دارد.

اولویت‌بندی عوامل (تست فریدمن):

در این دور نیز برای میزان هماهنگی و

پس از جمع آوری داده‌های دور

همچنین تصمیم در زمینه ادامه یا توقف

سوم پرسشنامه، شاخص‌های هر دسته

دوره‌های دلفی از ضریب همبستگی کندال

از عوامل اولویت بندی شده و در انتها

استفاده می‌شود.

برای ادامه یا خاتمه دوره‌های دلفی ضریب

ضریب همبستگی کندال (دور سوم

کندال محاسبه می‌شود. شماره‌های

پرسشنامه):

روبروی هر یک از عوامل نشان دهنده

از آنجایی که ضریب همبستگی کندال

رتبه این عوامل است. (جدول ۷ تا ۱۰)

این دور ۰/۵۰۷ می‌باشد، با توجه به

از آنجا که ارزش پی (p-value)

جدول بالا می‌توان نتیجه گرفت که توافق

کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه

نظر متوسطی بین اعضای پانل وجود

تفاوت معنی‌داری بین رتبه‌های بین

دارد. از آنجا که ضریب همبستگی کندال

جدول ۱۱. ضریب همبستگی کندال

حجم جامعه

ضریب کندال

کای اسکوتر

درجه آزادی

درجه معنی‌داری

۲۵

۰/۵۰۷

۲۸۲/۱۵۳

۲۲

۰/۰۰۰

در دو دور پرسشنامه تغییر قابل توجهی

نداشته است و میزان افزایش این ضریب

در دو دور ۰/۰۵ می‌باشد، لذا دوره‌های

دلفی متوقف می‌شود.

نتیجه گیری:

دانش و فناوری جزئی از کارآفرینی است و پیشرفت و توسعه آن در خدمت تولید کالاها و خدمت کار آفرینی است. دانشگاه می تواند از طریق شناسایی و بکار گیری عوامل محیطی، اقتصادی، فرهنگی و استقبال از تکنولوژی که ظهور کار آفرینی را آسان می سازد زمینه مناسب را فراهم سازد چرا که کشوری که دارای تعداد زیادی کار آفرین باشد از قابلیت بیشتری برخوردار است.

برای دستیابی به کارآفرینی باید جنبه های مختلف آن را سنجید و آن را تقویت نمود. با انجام پژوهش های مناسب می توان دانشگاه را به صورت مرکز پشتیبانی کار آفرینی بوجود آورد تا با فعالیت مناسب بر شکوفایی فناوری و افزایش توان رقابتی صنایع تأثیرگذار شود و متعاقباً فناوری های ایجاد شده در کار آفرینی، خود می تواند در نهایت باعث ارتقاء کمی و کیفی برنامه های دانشگاه ها شود چرا که این چرخه همواره روند رو به تعالی دارد.

بایستی اذعان نمود که فعالیت های پشتیبانی از کار آفرینی فرایندی زمان بر است و اعتقاد و التزام مدیریت دانشگاه ها نباید گذرا و مقطعی باشد و مسایل و اهداف صنعت باید به خوبی در بررسی ایده ها و خلاقیت های کار آفرینان گنجانده شود. همان طوری که ملاحظه شد بسیاری از اساتید معتقدند که هر یک از عوامل (آموزشی- پژوهشی، سیاسی، فرهنگی و فنی) با درونمایه کار آفرینی، (مذکور در جداول) در جایگاه خود می تواند، از فاکتورهای تأثیرگذار در روند توسعه دانشگاه ها در جریان جهانی شدن باشند از جمله این فاکتورها که بیشترین سهم تأثیرگذاری را داشتند عبارتند از سبک تفکر و فرهنگ کار آفرینی و مراکز تحقیق

و توسعه کارآفرینی (R&D) که می توانند راهکاری ارزشمند و پر بار برای ارتقاء و توسعه دانشگاه ها باشند و نهایتاً موجب توسعه پایدار و رونق علمی، اجتماعی و اقتصادی شوند. ■

## منابع

- احمد پور داریانی، محمود. ۱۳۷۷. طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، رساله دوره دکتری مدیریت.
- ادهمی، حسین. ۱۳۸۲. بررسی ارتباط میان نیازهای کارکنان و کارآفرینی آنها در حوزه ریاست سازمان صدا و سیما (بر مبنای تئوری نیازهای مک کله لند. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- اسکندری، فرزاد، حسینی، سیدمحمود، و خلیل کلانتری. ۱۳۸۵. عوامل مؤثر بر عملکرد کارآفرینان دانش آموختگان آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی ایران. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۵۲، بهار.
- بابانیا، اصغر. ۱۳۸۲. بررسی و شناخت ویژگیهای مدیران و کارآفرینان در صنعت کشور. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- بخشی، غلامرضا. ۱۳۸۱. بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- بدری، احسان، محمد جواد لیاقتدار. ۱۳۸۵. بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۰، تابستان، ص ۷۲.
- براتلو، فاطمه. ۱۳۸۶. کارآفرینی فرهنگی: پیامهایی برای بومی سازی. ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۳۸، خرداد و تیر.
- بیگلر، مهدی. ۱۳۸۲. بررسی معیارهای مؤثر در ارزیابی طرحهای کارآفرینی برای سرمایه گذاری از دیدگاه سرمایه گذاران و خیرگان سرمایه گذاری. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- خدمتی متوسل، صادق. ۱۳۷۹. بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران، و دانش آموزان در نیمسال دوم سال تحصیلی ۷۸-۷۹. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، گروه مدیریت آموزشی.
- دانائی فرد، حسن، فروهی، مهشید، و علی صالحی. ۱۳۸۶. ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت. فصلنامه پژوهش های بازرگانی، شماره ۲، بهار، ص ۲۲۱.
- رحیمی فیل آبادی، فخرالله. ۱۳۸۳. بررسی

- رابطه ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی در مجتمع اقتصادی کوثر. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت دولتی.
- رحیمی، الهام. ۱۳۸۲. بررسی مدلها و استراتژی های کارآفرینی سازمانی و ارائه الگوی مناسب جهت سازمان های داخلی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشکده صنایع.
- شیخان، ناهید، و حجت الله رضازاده. ۱۳۸۶. هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در توسعه کارآفرینی. ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۴۰، مرداد و شهریور.
- صالحی، امیرمسعود. ۱۳۸۱. شناسایی عوامل و شاخصهای اولویت دار جهت دستیابی به سازمان های کارآفرین در کشور. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صنایع، گروه مدیریت اجرایی.
- صمدی، پرویز، و هما شیرزادی اصفهانی. ۱۳۸۵. بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان. فصلنامه نوآوریهای آموزشی، شماره ۱۶، ص ۱۶۴.
- علی میری، مصطفی. ۱۳۸۵. کارآفرینی اجتماعی: مروری بر زمینه های سیاسی و اجتماعی. فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۷۲، بهار، ص ۲.
- کاظمی، مصطفی، و یعقوب مهارتی. ۱۳۸۶. سنجش میزان کارآفرینی مدیران صنعت مطالعه موردی استان خراسان. دوفصلنامه دانش و توسعه، شماره ۲۰، صص ۱۶۷-۱۸۴.
- کریمی، مریم. ۱۳۸۴. بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر انگیزه و خلاقیت کارآفرینی جوانان فرهنگسراهای تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، گروه تکنولوژی آموزشی.
- محمدی الیاسی، قنبر. ۱۳۸۴. تأملی بر پیوند نظری نظریه های بنگاه کارآفرین و سازمان یادگیرنده. فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۷۰، ص ۸۱.
- مشایخ، فرحناز. ۱۳۸۳. بررسی رابطه پایگاه اجتماعی خانواده و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، گروه مدیریت آموزشی.
- مقیمی، سید محمد. ۱۳۸۲. طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمانهای غیردولتی، رساله دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- مهدوی عادل، محمد حسین، و حسین رافعی. ۱۳۸۵. بررسی جریان خصوصی سازی و تأثیر آن بر تقویت کارآفرینی در ایران. دوفصلنامه دانش و توسعه، شماره ۸۸، نیمه اول، صص ۳۱-۵۴.
- نساج، سعیده. ۱۳۸۴. بررسی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی از دیدگاه هنرآموزان و هنرجویان دختر و پسر شاخه کار و دانش آموزش متوسطه مناطق ۱۹ گانه شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
- هزارجریبی، جعفر. ۱۳۸۶. بررسی نقش زنان ایرانی در کارآفرینی. مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، ۲۳، ص ۴۷.