

تعاون و کشاورزی، سال چهارم، شماره ۱۵، پاییز ۱۳۹۴

## مؤلفه‌ها و موانع ایجاد دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان عضو و غیرعضو تعاونی دانشجویی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز

نسیم وطن خواه<sup>۱\*</sup>، کورش رضائی مقدم<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۴/۲۸

### چکیده

این پژوهش با هدف بررسی دیدگاه دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز نسبت به مؤلفه‌های ایجاد دانشکده کارآفرین و موانع آن انجام گرفت. به این منظور، روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای چندمرحله‌ای برای انتخاب نمونه مورد مطالعه به کار رفت. حجم نمونه ۲۰۰ نفر برآورد شد که تعداد ۱۹۱ پرسش‌نامه از نمونه مورد مطالعه جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه بود که روایی صوری آن به تأیید متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی رسید. نتایج نشان داد که بین دانشجویان عضو و غیرعضو در تعاونی دانشجویی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز از نظر میانگین میزان اهمیت مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین تفاوت معنی‌دار وجود دارد به طوری که دانشجویان عضو تعاونی اهمیت مؤلفه‌های انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه، کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده را بیشتر از دانشجویان غیرعضو می‌دانند. همچنین بر اساس مدل بوریچ، دانشجویان مؤلفه تشخیص و ایجاد فرصت‌ها را مهم‌ترین مؤلفه در ایجاد دانشکده کارآفرین می‌دانند. براساس نتایج، ایجاد مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری برای حمایت از دانشجویان و استادان در دانشکده در راستای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و تقویت کارآفرینی در دانشکده و نیز ارائه خدمات مشاوره‌ای به دانشجویان برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه پیشنهاد شد.

واژه‌های کلیدی: دانشکده کارآفرین، دیدگاه دانشجویان، تعاونی دانشجویی، مؤلفه‌ها و منابع، دانشگاه شیراز

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز

E-mail: n.vatankhah67@gmail.com

\* نویسنده مسئول

۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز

## مقدمه

عصر جدید عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه هاست. کشورهای بزرگ صنعتی، که فاتحان این عرصه‌اند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را سرلوحه کار خود قرار داده‌اند و در پرتو وجود افراد تحصیلکرده و متخصص، چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت درآورده و به نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. دسترسی به این نوآوری‌ها، که اقتصاد کشورهای توسعه یافته را احیا کرده است، با اندیشمندان و صاحب‌نظران حوزه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی در ارتباط است (Shan et al., 2003). در دنیای رقابتی مبتنی بر دانایی امروز، توجه به کارآفرینی یکی از دغدغه‌های مهم نهادها و مراکز مختلف از جمله دانشگاه‌ها در سراسر دنیا است به طوری که با تغییر و تحول در قوانین و مقررات و نیازهای بازار کار با هدف دستیابی به اقتصاد پیشرفته، نظام‌های آموزش عالی نیز می‌کوشند با ایجاد تغییراتی در برنامه‌های خود، با توسعه اقتصادی و بازار کار هماهنگ شوند و با اجرای طرح کارآفرینی در دانشگاه‌ها، دانشجویانی تربیت نمایند که قادر باشند پس از دانش‌آموختگی، شغل جدیدی همراه با نوآوری و خلاقیت ایجاد کنند. این تحولات مقدمه شکل‌گیری محتوایی دانشگاه‌های آینده در جهان، تحت عنوان دانشگاه کارآفرین، شده است (پورسلیمانی و طالبی کلیدبری، ۱۳۹۰). گفتنی است کارآفرینی روز به روز بیشتر تبدیل به بخش جدایی‌ناپذیر توسعه جهانی می‌شود و باید تبدیل به یک انتخاب معقول و بدیهی شود (Schramm, 2009). برای مواجهه با رقابت سخت در بازار کار، دانشجویان باید روش جدیدی بیابند که به کارگیری کارآفرینی یک راه تأثیرگذار و چالش برانگیز است. شاید دانشجویان به خوبی مفهوم کارآفرینی را درک نکنند. توسعه مهارت‌های کارآفرینی و روحیه کارآفرینی دانشجویان باید به یک هدف اساسی در آموزش عالی تبدیل شود (Gong & Xie, 2009). اگر دانشجویان بخواهند در تجارت خود موفق باشند، محیط بیرونی بسیار اهمیت دارد، اما موضوع اساسی این است که آنان دارای چه ویژگی‌های شخصیتی هستند (Zang & Zang, 2013).

آموزش عالی نیروی محرکه‌ای برای توسعه اقتصادی-اجتماعی به شمار می‌آید. کمک به توسعه سرمایه انسانی، خلق دانش از راه انجام تحقیقات، ظرفیت‌سازی با آموزش و تدریس و

ارائه خدمات به گروه‌ها و انجمن‌ها، بعضی از عملکردهای آموزش عالی هستند که انتظار می‌رود در راستای تقویت توسعه اقتصادی-اجتماعی صورت گیرند. جهانی شدن بازارها تشویق و پشتیبانی از کارآفرینی در کشورها را به امری ضروری مبدل ساخته است. ایجاد مرکز و جایگاهی برای کارآفرینان، که منابع تولید ثروت‌اند، به سود جامعه است. ایجاد این مراکز موجب انتقال فناوری از دانشگاه‌ها به بازار و استخدام دانشجویان خالق ایده است که به این سبب ایجاد این مراکز برای دانشگاهیان نیز سودمند است. یکی از ضرورت‌های ایجاد دانشگاه کارآفرین ایجاد سرمایه است. کارآفرینان برای عملی ساختن ایده‌های خود با مشکل مواجه هستند. از یک سو، سرمایه داران بزرگ فرصت شنیدن ایده‌های کارآفرینان و پرداختن به کارهای کوچک را ندارند و از سوی دیگر سرمایه‌های خود را صرف پروژه‌های کلان می‌نمایند. در نتیجه، وجود دانشگاه، یا همان مرکز پشتیبانی از کارآفرینی، به عنوان پل ارتباطی بین کارآفرینان و سرمایه‌داران ضروری است (پیوندی، ۱۳۸۴).

هم‌زمان با پیشرفت جوامع از سنتی به صنعتی و جوامع اطلاعاتی، نقش دانشگاه‌ها نیز تغییر یافته و دانشگاه‌ها از یک انتقال دهنده دانش صرف به منبع قدرت ملت‌ها در تولید دانش و فناوری تبدیل شده‌اند. محققان، دانشگاه‌های آینده را سازمانی برای پرورش خلاقیت و نوآوری می‌دانند به طوری که دانشگاه‌ها در سال ۲۰۵۰ ساختار و قالب‌هایی خواهند داشت که خلاقیت و نوآوری را بیشینه می‌نمایند و ممکن است بسیار متفاوت از دانشگاه‌هایی باشند که ما امروزه می‌شناسیم. خلاقیت و نوآوری، که محققان از آن به عنوان خصیصه دانشگاه‌های آینده یاد می‌کنند، امروزه در قالب تربیت دانشجویان کارآفرین و دانشگاه کارآفرین دنبال می‌شود. دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که هم‌زمان با تأکید بر تولید علم و گسترش مرزهای دانش بشری نسبت به نیازهای آموزشی، پژوهشی و خدمات مشاوره‌ای تخصصی محیط حساس است و از طریق ایجاد خلاقیت و شیوه‌های تفکر هوشمندانه، ضمن پاسخگویی سریع و دقیق به نیازهای افراد، کمک می‌کند تا توانایی تعریف، فرموله کردن و برطرف ساختن مشکلات جامعه به صورت مستقل یا گروهی تحقق یابد و زمینه برای توسعه پایدار کشور آماده گردد (پور سلیمانی و طالبی کلیدبری، ۱۳۹۰).

اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازارهای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و همچنین گذر از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه می‌باشد، مأموریت دانشگاه‌ها را تحت تأثیر قرار داده است (Gibb, 2005). دانشگاه‌ها در گذشته به عنوان محیطی آموزشی شناخته می‌شدند، اما با توجه به تحولات کلان نظام، رویکردی پژوهشی پیدا کردند و در واقع یک وظیفه به وظایف دانشگاه اضافه شد که تحصیلات تکمیلی محصول این تحولات بوده است (Subotzky, 1999). در واقع کارآفرین شدن دانشگاه‌ها دومین انقلاب در مأموریت دانشگاه‌ها به شمار می‌رود (Yadollahi Farsi et al., 2012). این امر بیش از هر چیز، حیطه آموزش را تحت تأثیر قرار داده و تغییراتی را در راهبردها، اهداف نظام آموزشی، روش‌ها و موضوعات آموزشی به وجود آورده است (Kozeracki, 1998) و به تدریج دانشگاه‌ها تغییر نقش دادند و به سوی کارآفرینی روی آوردند (Etzkowitz et al; 2000). در حال حاضر دانشگاه‌ها در سراسر دنیا، فعالیت‌های مختلفی را در راستای توسعه کارآفرینی انجام می‌دهند که عبارت‌اند از: فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی، ترویجی، مشاوره‌ای، ایجاد مراکز و دفاتر کارآفرینی، ایجاد مراکز رشد و فعالیت‌های فوق برنامه. در کشور ما نیز برخی دانشگاه‌ها در بخش دولتی و غیردولتی اقداماتی را در خصوص توسعه کارآفرینی انجام داده‌اند؛ شامل: برگزاری سمینارها، فعالیت‌های ترویجی در زمینه کارآفرینی، اجرای طرح‌های تحقیقاتی، تأسیس مراکز کارآفرینی و ارائه واحدهای درسی کارآفرینی به صورت واحدهای اختیاری. نگاهی به تجربیات سایر دانشگاه‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، فاصله ما را با وضعیت مطلوب، هر چه بیشتر آشکار می‌سازد. بنابراین، تحلیل وضعیت کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور می‌تواند مسیر آینده را روشن سازد و راهکارهای مناسبی را جهت برخورد با چالش‌های پیش رو در اختیار گذارد (فیض، ۱۳۸۸).

متأسفانه نظام آموزشی ایران به جای اینکه کارآفرین باشد، عملاً "کارجو پرور" است به گونه‌ای که افراد کارآفرین در این نظام آموزشی کمتر پرورش می‌یابند. نقطه موفقیت و هدف این است که فرهنگ کارآفرینی باید در سطوح مختلف جامعه خصوصاً قشر تحصیلکرده نهادینه گردد

و فرهنگ کارمندپروری، که نتیجه استخدام های بی رویه و بدون برنامه ریزی در چند دهه گذشته بوده است، جای خود را به فرهنگ خلاقیت و کارآفرینی دهد (فاتح راد و تقی یاری، ۱۳۸۴).

نتایج پژوهشی در رابطه با دانشگاه کارآفرین نشان داد که توجه به مقوله کارآفرینی و تربیت و آموزش دانش آموختگان دارای توانایی‌ها و مهارت‌های لازم برای راه اندازی کسب و کار مناسب از وظایف اصلی هر دانشگاه محسوب می شود. همچنین دانشگاه از طریق آموزش، فرهنگ و علم‌آموزی می تواند در تربیت کارآفرینان نقش مهمی بازی کند و بر این اساس یک مدل راهبردی ارائه شد (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۷). نتایج پژوهشی که در رابطه با عوامل مؤثر بر استقرار دانشگاه های کارآفرین صورت گرفت نشان داد که در میان عوامل داخلی دانشگاه، فرایندهای دانشگاهی و در میان عوامل احیای سازمانی (دانشگاهی)، اعمال رهبری تحول بخش و در میان تغییرات اساسی و بنیادی دانشگاه، ایجاد یک محیط پویا و علمی بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری و استقرار دانشگاه های کارآفرین دارند (صفرزاده و همکاران، ۱۳۸۸).

بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی نشان داده است به عقیده دانشجویان، آموزش‌های فعلی دانشگاه، آموزش‌های ارائه شده توسط آموزشگران و محتوای آموزشی فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌باشند. همچنین به اعتقاد دانشجویان، از مهم‌ترین خصوصیات آموزش‌های فعلی دانشگاه، استفاده از روش های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی و مهم‌ترین خصوصیات آموزشگران دانشگاه ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش و مهم‌ترین خصوصیات محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، تناسب آن با توانایی‌ها و علائق دانشجویان می‌باشد (احمدی و امیدنی نجف آبادی، ۱۳۸۸). در پژوهش دیگر، انتقال دانشگاه از نقش اولیه سنتی خود، یعنی آموزش و تحقیق، به الگوی دانشگاه کارآفرین نیازمند ایجاد ساختارهای جدید و اشاعه فرهنگ کارآفرینی است (معصوم زاده و انصاری، ۱۳۸۸).

در تحقیق دیگر بیان شده است که با سوق دادن دانشگاه‌ها به سوی دانشگاه‌های کارآفرین، ضمن ایجاد تحول در عملکرد دانشگاهی، به نیاز جامعه پاسخ مناسب تری داده می شود و ثانیاً

زمینه اشتغال‌زایی و رفاه با تولید فزون‌تر و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات و عملیات کارآفرینی فراهم می‌شود و ثالثاً به نهادینه شدن کارآفرینی دانشگاهی و دانشگاه کارآفرین کمک می‌کند (باقرنژاد، ۱۳۸۹). در بررسی ویژگی‌های دانشگاه‌های کارآفرین مشخص شد که دانشگاه تربیت مدرس ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین از جمله فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، تعامل مستمر با محیط، چشم انداز مشترک و راهبرد آینده نگر و منابع انسانی را دارد، اما ساختار کارآفرینانه و استقلال مالی مناسبی ندارد (کرد نائیج و همکاران، ۱۳۹۱). در پژوهش دیگر بیان شد که دانشگاه از طریق آموزش، فرهنگ و علم‌آموزی می‌تواند در تربیت کارآفرینان نقش مهمی ایفا نماید (یزدان بخش و همکاران، ۱۳۸۹).

### روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف بررسی دیدگاه دانشجویان عضو و غیرعضو تعاونی دانشجویی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز نسبت به مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین و موانع آن انجام گرفت. به این منظور از فن پیمایش استفاده شد. در این پژوهش، مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین عبارت‌اند: انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه، تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی، آموزش کارآفرینانه، کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی، ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد، چشم‌انداز مشترک و راهبرد آینده‌نگر، نوآوری سازمانی در دانشکده، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها، کار گروهی، کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده، استقلال، کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده، کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی) که با تعداد ۷۲ گویه در دو وضعیت شامل میزان توجه فعلی به مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین در دانشکده کشاورزی و نیز نیازسنجی و میزان اهمیت هریک از مولفه‌ها از دیدگاه دانشجویان بر اساس مدل بوریچ<sup>۱</sup> (Borich, 1980) مورد

1.  $WDS=(I-k)*ml$

سنجش قرار گرفتند. همچنین موانع ایجاد دانشکده کارآفرین با ۲۸ گویه مورد سنجش قرار گرفتند و با انجام تحلیل عاملی گروه بندی شدند.

جامعه آماری این پژوهش دانشجویان کارشناسی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز بودند که با استفاده از جدول کرجسی مورگان، ۱۹۱ نفر از آنان با روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای چند مرحله‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند و با پرسش‌نامه مورد مطالعه قرار گرفتند. برای تعیین پایایی ابزار پژوهش تعداد ۳۰ پرسش‌نامه به صورت تصادفی پیش‌آزمون شد و سپس از ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین استفاده گردید. مقدار این ضریب بین ۰/۶۹ تا ۰/۹ به دست آمد. روایی پرسش‌نامه نیز توسط متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی تأیید شد. پس از تصحیح و تکمیل پرسش‌نامه‌ها، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار Sps19 انجام گرفت.

## نتایج و بحث

همان طور که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، دانشجویان پاسخگو از ۵ رشته تحصیلی مختلف بودند. در این میان، دانشجویان رشته ترویج و آموزش کشاورزی با ۲۴/۲ درصد بیشترین تعداد پاسخگویان را تشکیل دادند. ۳۹ نفر از دانشجویان عضو تعاونی دانشجویی و ۱۵۲ نفر غیرعضو بودند. ۲۴ درصد از دانشجویان در کارگاه‌های کارآفرینی شرکت کرده بودند در حالی که ۷۶ درصد آنان در این کارگاه‌ها شرکت نکرده بودند. از دیگر متغیرها سال ورود دانشجویان تعاونی دانشجویی بوده است که ۸۹ نفر ورودی سال ۹۰ و ۱۱۰ نفر ورودی سال ۸۸ بودند. علاوه بر این، ۲۵ درصد از دانشجویان عضو انجمن‌های دانشجویی و ۷۵ درصد غیر عضو بودند.

جدول ۱. توزیع فراوانی دانشجویان به تفکیک رشته، سال ورود، عضویت در تعاونی و انجمن‌ها و

شرکت در کارگاه کارآفرینی

متغیرها	گروه‌ها	فراوانی	درصد
رشته تحصیلی	ترویج و آموزش کشاورزی	۴۳	۲۴/۲
	اقتصاد کشاورزی	۳۲	۱۸
	باغبانی	۳۵	۱۹/۷
	ماشین‌آلات کشاورزی	۳۰	۱۶/۹
	محیط زیست	۳۸	۲۱/۳
عضویت در تعاونی	عضو	۳۹	۲۰/۴
	غیر عضو	۱۵۲	۷۹/۶
شرکت در کارگاه کارآفرینی	شرکت	۴۲	۲۴
	عدم شرکت	۱۳۳	۷۶
سال ورود	۹۰	۸۹	۴۳/۶
	۸۸	۱۰۲	۵۶/۴
عضویت در انجمن‌ها	عضو	۳۸	۲۵
	غیر عضو	۱۱۴	۷۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق  
از نظر وضعیت تحصیلی نیز میانگین معدل دیپلم دانشجویان ۱۶/۹۷ بوده است. همچنین

میانگین معدل کل آنان در زمان تحقیق ۱۵/۰۶ بود.

آمار توصیفی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین

میانگین میزان اهمیت هر یک از مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان در جدول ۲ نشان می‌دهد که از دیدگاه دانشجویان، کارگروهی با میانگین ۳/۹۲، ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد با میانگین ۳/۹ و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده با



میانگین ۳/۸۹ به ترتیب بالاترین اهمیت را برای ایجاد دانشکده کارآفرین دارند و کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی با میانگین ۳/۲۹ پایین ترین اهمیت را برای تبدیل دانشکده کشاورزی به دانشکده کارآفرین دارد.

جدول ۲. آمار توصیفی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین در نمونه مورد مطالعه

مؤلفه‌ها	میانگین اهمیت	انحراف معیار
کار گروهی	۳/۹۲	۰/۹۸
ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت های نوآورانه افراد	۳/۹	۱
کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده	۳/۸۹	۱/۲۶
تشخیص و ایجاد فرصت‌ها	۳/۸۲	۱/۱۷
تأکید بر آموزش های عملی و مهارتی	۳/۸۱	۱/۰۲
کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده	۳/۷۹	۰/۹۸
کارآفرینانه بودن آموزشگران(اعضای هیئت علمی)	۳/۷۸	۰/۹۶
آموزش کارآفرینانه	۳/۷۵	۰/۹۸
تعامل مستمر با محیط(کشاورزی و صنعت)	۳/۷۴	۱/۰۴
انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه	۳/۷۴	۱/۱۱
چشم انداز مشترک و راهبرد آینده نگر	۳/۷	۰/۹۴
نوآوری سازمانی در دانشکده	۳/۶۷	۱/۵۴
استقلال	۳/۶۳	۱/۰۳
کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی	۳/۲۹	۰/۷۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### مقایسه میزان اهمیت و تأثیر مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از نظر دانشجویان

برای مقایسه میزان اهمیت مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دید دانشجویان عضو و غیرعضو در تعاونی دانشجویی از آزمون t بهره گرفته شد. مقایسه میانگین نشان داد که بین دو گروه از نظر

مؤلفه‌های انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه، کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده تفاوت معناداری وجود دارد به طوری که دانشجویان عضو تعاونی میزان اهمیت مؤلفه انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه (۱۲/۲) را بیشتر از دانشجویان غیر عضو (۱۰/۹۳) می‌دانند. به عبارتی دانشجویان عضو بر این باورند که حمایت و رشد استعدادهای خلاق، ایجاد و تقویت یادگیری سازمانی و همچنین ایجاد تحول در ارزش‌ها و باورها عواملی هستند که باعث انسجام فعالیت‌های کارآفرینی در دانشکده می‌شوند و دانشکده را به سمت دانشکده کارآفرین سوق می‌دهند. علاوه بر این، دانشجویان عضو تعاونی میزان اهمیت مؤلفه کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده (۱۰/۶۵) را بیشتر از دانشجویان غیر عضو (۹/۶) می‌دانند زیرا دانشجویان عضو تجربه فعالیت‌های کارآفرینانه را دارند و می‌دانند که اگر محیط اجتماعی دانشکده کارآفرین نباشد، دانشجویان قادر نخواهند بود به فعالیت‌های خود ادامه دهند. از دیگر مؤلفه‌هایی که از دید دانشجویان عضو تعاونی از اهمیت بالاتری (۲۱/۲۲) نسبت به دانشجویان غیر عضو (۱۸/۵۲) برخوردار است، تشخیص و ایجاد فرصت‌هاست، بدین معنا که اگر در دانشکده فرصت‌ها تشخیص داده شوند و در اختیار دانشجویان قرار گیرند می‌توان امیدوار بود که دانشکده به سمت کارآفرینی پیش می‌رود. مؤلفه دیگری که از دید دانشجویان عضو تعاونی اهمیت بیشتری (۲۱/۸۳) نسبت به دانشجویان غیر عضو (۱۸/۷۷) در ایجاد دانشکده کارآفرین دارد، کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده است بدین معنا که فرهنگ کارآفرینی در بین اعضای دانشکده باید توسعه یابد و فرهنگ کار گروهی نیز در دانشجویان به وجود آید چرا که اگر دانشجویان بخواهند فعالیت‌های کارآفرینانه را به صورت گروهی در دانشکده انجام دهند می‌بایست فرهنگ کار گروهی را داشته باشند که این موجب کارآفرین شدن دانشکده می‌شود (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج آزمون t به منظور بررسی تفاوت دیدگاه دانشجویان عضو و غیر عضو تعاونی دانشجویی از نظر میزان اهمیت و تاثیر مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین

Sig	t	غیر عضو		عضو		مؤلفه‌ها
		انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۱	۲/۴	۳/۵	۱۰/۹۳	۲/۷۷	۱۲/۲	انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه
۰/۰۶	۱/۸۷	۸/۷۱	۲۹/۴۵	۷/۶۹	۳۲/۱۲	تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی
۰/۰۶	۱/۸۶	۱۰/۲۱	۳۶/۵۸	۹/۵	۴۰	آموزش کارآفرینانه
۰/۰۰۹	۲/۶۵	۲/۲۲	۹/۶	۲/۰۴	۱۰/۶۵	کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده
۰/۱۴	۱/۴۵	۷/۴۴	۲۵/۴۸	۷/۶۳	۲۷/۴۷	تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت)
۰/۰۹	۱/۶۶	۵/۹	۲۲/۹۵	۶/۲	۲۴/۷۸	ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد
۰/۱۸	۱/۳۳	۵/۹۲	۲۱/۷۷	۵/۰۸	۲۳/۱۸	چشم انداز مشترک و راهبرد آینده نگر
۰/۵۵	۰/۵۸	۶/۲	۲۱/۱۶	۶/۸	۲۰/۱۵	نوآوری سازمانی در دانشکده
۰/۰۱	۲/۵۳	۵/۱۴	۱۸/۵۲	۷/۹	۲۱/۲۲	تشخیص و ایجاد فرصت‌ها
۰/۱۶	۱/۳۹	۴/۰۶	۱۵/۴۳	۳/۵۱	۱۶/۴۴	کار گروهی
۰/۰۹	۱/۶۸	۳/۰۲	۱۱/۱۵	۲/۸۷	۱۲/۰۸	کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده
۰/۲۸	۱/۰۷	۳/۱۱	۱۰/۷	۳/۰۴	۱۱/۴	استقلال
۰/۰۰۹	۲/۶۴	۴/۹۱	۱۸/۷۷	۹/۹۸	۲۱/۸۳	کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده
۰/۱۲	۱/۶۴	۲/۷۹	۱۱/۱۶	۳/۲۵	۱۱/۹۴	کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

دامنه متغیرها: فرهنگ کارآفرینانه منسجم، کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی-فرهنگی، کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده، استقلال، کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی) (۱۵-۳)؛ تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی (۴۰-۸)؛ آموزش کارآفرینانه (۵۰-۱۰)؛ تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت) (۳۵-۷)؛ نوآوری در دانشکده، چشم انداز مشترک و راهبرد آینده نگر (۳۰-۶)؛ تشخیص و ایجاد فرصت‌ها، کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده، ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد (۲۵-۵)؛ کار گروهی (۲۰-۴)

### رابطه میان میزان اهمیت مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین با وضعیت تحصیلی دانشجویان (براساس مدل کل)

نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که در سطح آماري ۱ درصد رابطه معنی داری میان معدل کل و مؤلفه‌های انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه، تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی،

آموزش کارآفرینانه، کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده، تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت) و کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده وجود دارد. همچنین در سطح آماری ۵ درصد رابطه معناداری میان معدل کل دانشجویان و مؤلفه‌های ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها، کار گروهی، استقلال، کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده و کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی) وجود دارد. در واقع دانشجویان دارای وضعیت تحصیلی بهتر، میزان اهمیت این مؤلفه‌ها را در ایجاد دانشکده کارآفرین بیشتر می‌دانند (جدول ۴).

#### جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن بین میزان اهمیت مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین

##### با معدل کل در نمونه مورد بررسی

sig	r	مؤلفه‌ها
۰/۰۰۱	۰/۲۶	انسجام فعالیت های کارآفرینانه
۰/۰۰۴	۰/۲۳	تاکید بر آموزش های عملی و مهارتی
۰/۰۰۴	۰/۲۴	آموزش کارآفرینانه
۰/۰۰۵	۰/۲۳	کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده
۰/۰۰۴	۰/۲۳	تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت)
۰/۰۱	۰/۱۹	ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد
۰/۰۶	۰/۱۵	چشم انداز مشترک و راهبرد آینده نگر
۰/۳۱	۰/۰۸	نوآوری در دانشکده
۰/۰۳	۰/۱۷	تشخیص و ایجاد فرصت ها
۰/۰۱	۰/۲۱	کار گروهی
۰/۰۰۹	۰/۲۱	کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده
۰/۰۱	۰/۲	استقلال
۰/۰۵	۰/۱۶	کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده
۰/۰۱	۰/۱۹	کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی)

مأخذ: یافته‌های تحقیق \*معنی‌داری در سطح ۵ درصد \*\*معنی‌داری در سطح ۱ درصد

**نیازسنجی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان بر اساس مدل بوریچ**

جدول ۵ میزان نیاز به هریک از مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان کل نمونه (عضو و غیرعضو تعاونی) را براساس میانگین بوریچ محاسبه شده برای آنان نشان می‌دهد. تیلور (۱۹۷۱) تفاوت بین شرایط موجود و هنجارهای مقبول را نیاز می‌نامد. این تعریف، پایه و اساس مدل بوریچ (۱۹۸۰) می‌باشد. فرض مدل نیازسنجی بوریچ این است که مخاطبان می‌توانند نیازسنجی بهتری در مورد عملکردها ارائه دهند. این مدل بر پایه اختلاف نمره بین میزان اهمیت موضوع و وضعیت فعلی در آن زمینه بنا نهاده شده است. مدل نیازسنجی بوریچ بر روش‌های رایج نیازسنجی برتری دارد، زیرا در این مدل، مخاطبان علاوه بر تعیین اهمیت موضوعات، وضعیت فعلی را نیز مشخص می‌نمایند. بدین ترتیب افراد فاصله بین آنچه انجام شده و آنچه باید انجام شود را تخمین می‌زنند. در مدل بوریچ، بر اساس تعریف نیاز، فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب، به وسیله تفاوت نمره اهمیت و وضعیت موجود به دست آمده و بدین‌وسیله نیازها مشخص می‌شود (زرافشانی و همکاران، ۱۳۹۰).

بر اساس نتایج، از دید کل دانشجویان مورد مطالعه، سه مؤلفه تشخیص و ایجاد فرصت‌ها (۶/۷۵)، کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی) (۶/۲) و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده (۶/۱۶) به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم مؤلفه‌های با اهمیت در ایجاد دانشکده کارآفرین هستند. این بدان معنی است که از دید دانشجویان اگر دانشکده بتواند فرصت‌های کارآفرینی را تشخیص دهد و آنها را در اختیار دانشجویان قرار دهد و همچنین اگر آموزشگران دارای روحیه کارآفرینی باشند و آنان را تشویق به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه کنند و محیط دانشکده نیز از لحاظ فرهنگی کارآفرینانه باشد و فرهنگ کار در آن ترویج شود می‌توان گفت که دانشکده کارآفرین است و یا حداقل به سوی کارآفرینی پیش می‌رود.

جدول ۵. نیازسنجی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان بر اساس مدل بوریچ در کل

نمونه مورد بررسی

اولویت	میانگین بوریچ	میانگین اهمیت	مؤلفه‌ها
۱	۶/۷۵	۳/۸۲	تشخیص و ایجاد فرصت‌ها
۲	۶/۲	۳/۷۸	کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی)
۳	۶/۱۶	۳/۸۹	کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده
۴	۶/۱۵	۳/۹۲	کار گروهی
۵	۶/۱۱	۳/۷۹	کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده
۶	۶/۰۶	۳/۷۴	تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت)
۷	۶	۳/۹	ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد
۸	۵/۸۸	۳/۸۱	تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی
۹	۵/۸۲	۳/۷	چشم انداز مشترک و راهبرد آینده‌نگر
۱۰	۵/۷۵	۳/۷۵	آموزش کارآفرینانه
۱۱	۵/۶۹	۳/۶۳	استقلال
۱۲	۵/۶۴	۳/۶۷	نوآوری سازمانی در دانشکده
۱۳	۵/۵۶	۳/۷۴	انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه
۱۴	۲/۵	۳/۲۹	کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول ۶ دیده می‌شود، از دید دانشجویان عضو تعاونی براساس میانگین بوریچ نیز اولویت اول همانند کل نمونه بوده و بر تشخیص و ایجاد فرصت‌ها تأکید کرده‌اند. اما اولویت دوم را کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده می‌دانند چرا که با فعالیت در قالب تعاونی دریافته‌اند که اگر فرهنگ دانشکده کارآفرینانه نباشد، فعالیت‌های کارآفرینی به‌سختی انجام خواهد شد. همچنین اولویت سوم از دید این دانشجویان تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی می‌باشد که این نشان می‌دهد دانشجویان خود به‌طور عملی درگیر فعالیت‌های کارآفرینی بوده و بر این باورند که یکی از مؤلفه‌های مهم در ایجاد دانشکده کارآفرین تقویت آموزش‌های عملی و مهارتی به دانشجویان است چرا که اگر دانشجویان این مهارت‌ها را نداشته باشند نخواهند توانست در فعالیت‌های کارآفرینی مؤثر باشند.

جدول ۶. نیازسنجی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دید دانشجویان عضو تعاونی بر اساس مدل بوریچ

اولویت	میانگین بوریچ	میانگین اهمیت	مؤلفه‌ها
۱	۹/۴۱	۴/۲۴	تشخیص و ایجاد فرصت‌ها
۲	۹/۱۲	۴/۳۸	کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده
۳	۸/۲۸	۴/۰۸	تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی
۴	۸/۱	۳/۹۸	کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی)
۵	۸/۰۳	۴/۰۲	کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده
۶	۸/۰۲	۴/۰۱	آموزش کارآفرینانه
۷	۷/۹۶	۴/۰۳	تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت)
۸	۷/۹	۴/۱۷	ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد
۹	۷/۸۴	۴/۱۳	کار گروهی
۱۰	۷/۶۶	۴/۰۶	فرهنگ کارآفرینانه منسجم
۱۱	۷/۵	۳/۸۶	چشم‌انداز مشترک و راهبرد آینده‌نگر
۱۲	۷/۱۳	۳/۸	استقلال
۱۳	۶/۵۱	۳/۵۴	نوآوری سازمانی در دانشکده
۱۴	۴/۰۹	۳/۵۸	کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در جدول ۷ نیز میزان اهمیت مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان غیرعضو در تعاونی دانشجویی نشان داده شده است. براساس میانگین بوریچ، اولویت اول و دوم نیز همانند کل دانشجویان بوده و بر تشخیص و ایجاد فرصت‌ها و کارآفرینانه بودن آموزشگران تأکید شده است. اما اولویت سوم از دید این گروه از دانشجویان، کار گروهی بوده است شاید به این دلیل که دانشجویان غیرعضو تجربه کار گروهی موفق را مانند دانشجویان عضو تعاونی نداشته‌اند یا اینکه به دلیل نداشتن مهارت در انجام کارهای گروهی از عضویت در تعاونی سر باز زده‌اند و به همین دلیل، یکی از مهم‌ترین عوامل در ایجاد دانشکده کارآفرین را تقویت مهارت کار گروهی در دانشجویان توسط دانشکده می‌دانند. از طرف دیگر، این دانشجویان بر این باورند که اگر مدیریت دانشکده کارآفرین باشد موجب می‌شود تا فعالیت‌های کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی در تمام قسمت‌های دانشکده گسترش یافته و دانشکده به سمت کارآفرین شدن پیش رود.

جدول ۷. نیازسنجی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان غیر عضو بر اساس مدل بورپیچ

اولویت	میانگین بورپیچ	میانگین اهمیت	مؤلفه‌ها
۱	۶/۰۴	۳/۷۱	تشخیص و ایجاد فرصت‌ها
۲	۵/۷	۳/۷۳	کارآفرینانه بودن آموزشگران (اعضای هیئت علمی)
۳	۵/۶۹	۳/۸۶	کار گروهی
۴	۵/۶۱	۳/۷۳	کارآفرینانه بودن مدیریت دانشکده
۵	۵/۵۵	۳/۶۶	تعامل مستمر با محیط (کشاورزی و صنعت)
۶	۵/۵۱	۳/۸۳	ایجاد فضا برای حمایت از فعالیت‌های نوآورانه افراد
۷	۵/۴۱	۳/۷	نوآوری سازمانی در دانشکده
۸	۵/۳۹	۳/۷۶	کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده
۹	۵/۳۹	۳/۶۵	چشم انداز مشترک و راهبردی آینده نگر
۱۰	۵/۳۳	۳/۵۹	استقلال
۱۱	۵/۲۱	۳/۷۳	تأکید بر آموزش‌های عملی و مهارتی
۱۲	۵/۱۵	۳/۶۸	آموزش کارآفرینانه
۱۳	۵	۳/۶۵	فرهنگ کارآفرینانه منسجم
۱۴	۲/۰۲	۳/۲۱	کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### بررسی موانع ایجاد دانشکده کارآفرین به روش تحلیل عاملی

در این قسمت با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی به بررسی موانع ایجاد دانشکده کارآفرین پرداخته شده است. بدین منظور برای تعیین ساختار ساده آن روش چرخش واریماکس مورد استفاده قرار گرفت. اندازه‌گیری انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی با استفاده از آزمون KMO و آماره بارتلت صورت پذیرفت. محاسبات انجام شده نشان داد که انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی مناسب است ( $KMO=0/89$ ) و آماره بارتلت نیز معادل  $1663/075$  و در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد. در این بررسی، با توجه به ملاک کیسر، ۶ عامل دارای مقدار ویژه<sup>۱</sup> بالاتر از یک استخراج شدند. ملاک پذیرش بار عاملی متغیرها نیز  $0/50$  در نظر گرفته شد. در جدول ۸ عامل‌های استخراج شده به همراه بار عاملی و درصد واریانس مربوطه آورده شده است.

#### 1. Eigen Value



جدول ۸. نتایج تحلیل عاملی موانع و مشکلات موجود در زمینه ایجاد دانشکده کارآفرین

عامل‌ها	نام عامل	گویه‌ها	درصد	درصد
			وارینانس	تیبین شده
۱	اقتصادی	عدم دسترسی کافی به منابع برای معرفی ایده و شروع کار جدید	۰/۸	
		نبود حمایت مالی کافی برای شرکت های جدید و در حال رشد	۰/۷۷	۱۲/۵۹۹
		عدم حمایت دولت از دانشگاه برای فراهم نمودن تسهیلات خود اشتغالی	۰/۶۸	
۲	آموزشی	به روز نبودن مواد آموزشی و محتوای درسی	۰/۷	
		متناسب نبودن برنامه ریزی آموزشی و درسی با بخش کشاورزی	۰/۶۷	۱۰/۷۶۱
		هماهنگ و متناسب نبودن برنامه ریزی آموزشی و درسی با تغییرات جهانی	۰/۵۸	
۳	حمایتی	استفاده از روش های سنتی در تدریس محتوای آموزشی	۰/۵۳	
		نبود قوانین حمایتی مناسب و کافی برای حمایت از دانشجویان کارآفرین	۰/۷۱	
		ارائه نشدن مهارت‌های اولیه و مورد نیاز برای شروع کار به دانشجویان در دانشگاه	۰/۶۸	
۴	سنتی بودن سیستم آموزشی	منصرف شدن افراد از پی گیری ایده های خلاقانه شان به دلیل قوانین و مقررات دست و پاگیر	۰/۶۳	۱۰/۶۱۷
		نبود امکانات کافی برای ارائه دروس عملی و کاربردی به دانشجویان	۰/۵۷	
		نبود رابطه بین دانشگاه و سازمان های اجرایی ذیربط	۰/۵۰	
۵	درک محدود کشاورزی	عدم درک عمیق محتوای دروس توسط دانشجویان و صرفاً حفظ آن	۰/۷۶	
		حداقل مشارکت دانشجویان در کلاس درس	۰/۶۷	۱۰/۳۷۲
		استفاده اندک از روش های مشارکتی و گروهی در تدریس	۰/۶۳	
۶	روانی-نگرشی	آگاهی کم دانشجویان از ماهیت رشته های کشاورزی و شرایط کاری آینده	۰/۷۵	
		آگاهی کم دانشجویان از شرایط تولید محصول و عدم کسب این آگاهی در دانشگاه	۰/۵۴	۷/۹۲۹
		آشنایی کم دانشجویان با محیط روستایی	۰/۵۲	
۷	تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی	تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی به دلیل نداشتن مهارت و تجربه مناسب و کافی	۰/۶۹	
		تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی به دلیل ترس از موانع اداری	۰/۶۱	۷/۶۵۷
		محدودیت منابع مالی جهت خود اشتغالی دانشجویان	۰/۵۷	
		تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی به دلیل ترس دست دادن سرمایه شخصی	۰/۵۵	

Bartlett's test = ۱۶۶۳/۰۷۵

sig = ۰/۰۰۰۱

KMO=۰/۸۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، تحلیل عاملی صورت گرفته نشان داد که مقدار ویژه ۶ عامل بزرگ‌تر از یک بوده است. در این جدول درصد واریانس هر عامل مشخص شده است و نهایتاً می‌توان استدلال کرد که ۶ عامل شناسایی شده مجموعاً ۵۹/۹۳ درصد از کل واریانس مشاهده شده

را تبیین می‌کنند. علاوه بر این، بار عاملی متغیرهای هر یک از عامل‌ها نیز محاسبه شده است که بدین ترتیب می‌توان متغیرهای دارای ارزش بالاتر و مهم‌تر را شناسایی و متغیرهای دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵۰ را حذف نمود. در ادامه به تشریح این عوامل پرداخته می‌شود.

**عامل اقتصادی:** گویه‌هایی که به نام عامل اقتصادی نام‌گذاری شده‌اند بالاترین بار عاملی را دارند بدین معنا که مهم‌ترین موانع و مشکلات موجود در زمینه ایجاد دانشکده کارآفرین عدم دسترسی کافی به منابع برای معرفی ایده و شروع کار جدید (۰/۸)، نبود حمایت مالی کافی برای شرکت‌های جدید و در حال رشد (۰/۷۷) و عدم حمایت دولت از دانشگاه برای فراهم نمودن تسهیلات خود اشتغالی (۰/۶۸) می‌باشند.

**عامل آموزشی:** پس از عامل اقتصادی گویه‌هایی که با نام عامل آموزشی نام‌گذاری شده‌اند بالاترین بار عاملی را دارند؛ یعنی، به‌روز نبودن مواد آموزشی، محتوای درسی (۰/۷) و متناسب نبودن برنامه‌های آموزشی با بخش کشاورزی (۰/۶۷)، تغییرات جهانی (۰/۵۸) و استفاده از روش‌های سنتی در تدریس (۰/۵۳) از جمله موانع آموزشی بر سر راه ایجاد دانشکده کارآفرین است.

**عامل حمایتی:** مانع سوم در ایجاد دانشکده کارآفرین از دید دانشجویان موانع حمایتی و شامل موارد زیر است: نبود قوانین حمایت از دانشجویان، کارآفرین (۰/۷۱)، ارائه نشدن مهارت‌های اولیه و مورد نیاز برای شروع کار به دانشجویان در دانشگاه (۰/۶۸)، منصرف شدن افراد از پیگیری ایده‌های خلاقانه‌شان به دلیل قوانین و مقررات دست و پا گیر (۰/۶۳)، نبود امکانات کافی برای ارائه دروس عملی و کاربردی به دانشجویان (۰/۵۷)، و نبود رابطه بین دانشگاه و سازمان‌های اجرایی ذیربط (۰/۵) است.

**عامل سنتی بودن سیستم آموزشی:** از دیگر عواملی هستند که از ایجاد یک دانشکده کارآفرین جلوگیری می‌کنند. عدم درک عمیق محتوای دروس توسط دانشجویان و صرفاً حفظ آن (۰/۷۶)، حداقل مشارکت دانشجویان در کلاس (۰/۶۷) و استفاده اندک از روش‌های مشارکتی و گروهی در تدریس (۰/۶۳) عواملی هستند که با نام عامل سنتی بودن سیستم آموزشی به عنوان چهارمین مانع ایجاد دانشکده کارآفرین از دیدگاه دانشجویان مشخص شده‌اند.

**عامل درک محدود کشاورزی:** شامل آگاهی کم دانشجویان از ماهیت رشته‌های کشاورزی و شرایط کاری آینده (۰/۷۵)، آگاهی کم دانشجویان از شرایط تولید محصول و عدم کسب این آگاهی در دانشگاه (۰/۵۴) و آشنایی کم دانشجویان با محیط روستایی (۰/۵۲) است.

**عامل روانی-نگرشی:** شامل تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی به دلیل نداشتن مهارت و تجربه مناسب و کافی (۰/۶۹)، تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی به دلیل ترس از موانع اداری (۰/۶۱)، محدودیت منابع مالی جهت خوداشتغالی دانشجویان (۰/۵۷) و تمایل کم دانشجویان به کارآفرینی به دلیل ترس از دست دادن سرمایه شخصی (۰/۵۵) است.

### نتیجه گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف بررسی دیدگاه دانشجویان عضو و غیرعضو تعاونی دانشجویی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز نسبت به مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین و شناخت موانع آن انجام شد. بر اساس نتایج پژوهش، دانشجویان عضو تعاونی میزان اهمیت مؤلفه‌های انسجام فعالیت‌های کارآفرینانه، کارآفرینانه بودن محیط اجتماعی دانشکده، تشخیص و ایجاد فرصت‌ها و کارآفرینانه بودن فرهنگ دانشکده را بیشتر می‌دانند، زیرا خود درگیر آن هستند. به همین دلیل، پیشنهاد می‌شود از آنجا که عضویت در تعاونی با هدف راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد، تعاونی‌های دانشجویی تقویت گردند تا دانشجویان با تمایل بیشتری در این فعالیت‌ها شرکت کنند. این کار نه تنها موجب ایجاد فرصت می‌شود، بلکه باعث انسجام فعالیت‌های کارآفرینی شده و فرهنگ و محیط اجتماعی کارآفرینانه را در دانشکده ایجاد می‌کند.

از نظر اولویت‌بندی مؤلفه‌های دانشکده کارآفرین بر اساس مدل بوریچ نتایج نشان داد که تمامی دانشجویان تشخیص و ایجاد فرصت‌ها را مهم‌ترین مؤلفه در یک دانشکده کارآفرین می‌دانند. پیشنهاد می‌شود مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری برای حمایت از دانشجویان و استادان در دانشکده ایجاد شود. همچنین به دانشجویان برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در مراکز مشاوره و آموزش کارآفرینی که در دانشکده ایجاد می‌شود، خدمات مشاوره‌ای ارائه گردد.

با توجه به اینکه از دید دانشجویان، اولویت دوم مؤثر در ایجاد دانشکده کارآفرینی کارآفرینانه بودن آموزشگران است، پیشنهاد می شود که روحیه کارآفرینی در بین استادان تقویت و برای فعالیت‌های کارآفرینانه آنان مشوق‌هایی در نظر گرفته شود. همچنین ارتباط اعضای هیئت علمی با محیطی که دانشجویان را برای کار در آنجا تربیت می کند بیشتر شود؛ یعنی، استادان علاوه بر انجام کارهای پژوهشی تئوریک، به طور عملی نیز در فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی فعالیت کنند.

از دید دانشجویان، از میان موانعی که بر سر راه ایجاد دانشکده کارآفرین وجود دارد، موانع اقتصادی در اولویت اول و موانع آموزشی در اولویت دوم قرار دارند. در همین راستا، پیشنهاد می شود سازوکارهایی مناسب جهت استمرار فعالیت‌های کارآفرینی در دانشکده و افزایش سود اقتصادی دانشگاه به کار گرفته شود. از جمله این سازوکارها می توان به فعالیت دانشجویان در قالب تعاونی‌ها اشاره کرد که نه تنها آنان را برای فعالیت‌های کارآفرینانه در آینده آماده می کند، بلکه سود اقتصادی را نیز برای دانشجویان و دانشکده به همراه می آورد. از طرف دیگر، روزآمد کردن دروس دانشگاهی و جهت‌دهی دروس و آموزش‌ها به سمت کارآفرینی می تواند راه حلی برای مانع دوم باشد.

## منابع

- احمدی، ح. و امید نجف آبادی، م. (۱۳۸۸). بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی، مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. *پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، ۲(۳)، ۶۳-۷۲.
- باقرنژاد، ج. (۱۳۸۹). دانشگاه کارآفرین زمینه‌ساز اشتغالزایی، توسعه تکنولوژی و رفاه. *فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، شماره ۶، ۶۵-۹۷.

پورسلیمانی، ع. و طالبی کلیدبری، س. (۱۳۹۰). دانشگاه و ویژگی های کارآفرینی. بانک مقالات بازاریابی ایران. بازاریابی شده از:

<http://www.marketingarticles.ir/ArtBank/KARAFARINY.pdf>

پیوندی، گ. (۱۳۸۴). ظهور دانشگاه کارآفرین. کنگره تولید علم. بهار ۱۳۸۴. بازاریابی شده از

<http://www.fekreno.org/arfek182.htm>

زرافشانی، ک. حسین، ا. و خالدی، خ. (۱۳۹۰). نیازسنجی آموزشی زنان روستایی قمام شهرستان سنقر. زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۹(۱)، ۱۶۵-۱۸۳.

صفرزاده، ح.، احمدی شریف، م. و کارگریان مروستی، غ. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر استقرار دانشگاه‌های کارآفرین. نشریه فناوری آموزش، ۴(۴)، ۲، ۱۳۷-۱۵۱.

فاتح راد، م. و تقی یاری، ح. (۱۳۸۴). دانشگاه کارآفرین، نظام ملی نوآوری و توسعه مبتنی بر دانایی. فصلنامه رشد فناوری، ۱(۴)، ۱۹.

فیض، د. (۱۳۸۸). تحلیل استراتژیک وضعیت کارآفرینی در دانشگاه های کشور با استفاده از مدل SWOT همایش فارغ التحصیلان دانشگاهی. مشهد. بازاریابی شده از:

<http://www.emodir.com>

کردنائیج، ا.، احمدی، پ.، قربانی، ز. و نیاکان لاهیجی، ن. (۱۳۹۱). بررسی ویژگی های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس. توسعه کارآفرینی، ۵(۳)، ۶۴-۴۷.

معصوم زاده، س. م. و انصاری، م. ت. (۱۳۸۸). علم پژوهش و فناوری: عوامل مؤثر در شکل گیری دانشگاه کارآفرین. نشریه رهیافت، شماره ۴۴، ۴-۱۱.

نیازی، م. و کارکنان نصرآبادی، م. (۱۳۸۷). دانشگاه کارآفرین. فرهنگی کار و جامعه، شماره ۹۷-۹۸، ۱۴-۲۴.

یزدان بخش، م.، نوری نژاد، ف. و یزدان بخش، ا. (۱۳۸۹). نقش دانشگاه ها در توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی با توجه به سند چشم انداز توسعه. بازاریابی شده از:

<http://www.saramadan1404.ir/showT.aspx?Lang=F&ID=465552745A5265760D46>

- Etzkowitz, H., Webster. A., Gebhardt. C., & Terra. B. (2000). The future of the university and the University of the Future: Evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*, 29, 313-330.
- Gibb, A. (2005). *Towards the entrepreneurial University, entrepreneurship education as a lever of change*. Policy Paper. UK. National Council for Graduate Entrepreneurship, 1-14.
- Gong, L., & Xie, L. Y. (2009). Students' psychological characteristics of entrepreneurship and countermeasure. *Youth Exploration*, 3, 68- 72.
- Kozeracki, C. (1998). Institutional entrepreneurship in higher education. *Kauffman Celcee*, 98(5), 1-4.
- Mian, S. (2006). *Can entrepreneurial university model' help Pakistan leapfrog into the knowledge economy? Some reflections, strategic management and entrepreneurship*, State University of New York.
- Schramm, C. J. (2009). *Everyone has equal opportunities for entrepreneurship*. In Shanghai College Students Science and Technology Innovation Fund (Ed.), *Entrepreneurial thinking power*, Beijing: CITIC Publishing Group.
- Shan, S., Locke, E., & Collin, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- Subotzky, G. (1999). Alternatives to the entrepreneurial university: New modes of knowledge production in community service programs. *Higher Education*, 38(4), 401-440.
- Verhul, I. (2001). *An eclectic theory of entrepreneurship*. Tinbergen Institute discussion paper institute for development strategies. Indiana University.

Yadollahi Farsi, J., Imanipour, N., & Salamzadeh, A. (2012). Entrepreneurial university conceptualization: Case of developing countries. *Global Business and Management Research*, 4(2), 193-204.

Zang, H. & Zang, Y. (2013). Psychological characteristics of entrepreneurship of college students in China. *Psychology*, 4(3), 159-164.



## Components and Barriers of the College of Entrepreneurship Establishment from the Perspective of Cooperative Member and Non-member Students of Shiraz University

*N. Vatankhak<sup>1\*</sup>, K.R. Moghaddam<sup>2</sup>*

Received: 16/02/2015      Accepted: 19/07/2015

### **Abstract**

The purpose of this study was to identify the students' attitude toward components and barriers to establish the Entrepreneurship College at Shiraz University. The study carried out among undergraduate students of the College of Agriculture at Shiraz University. A multi-stage stratified random sampling was used to collect data from 191 students using questionnaire. The Face Validity of the questionnaire was confirmed by agricultural extension and education experts. The results showed that there were significant differences between the members and non-members of cooperative in components of an entrepreneurship college, so that cooperative members showed components integrated entrepreneurial activity, college social entrepreneurial environment, identify and create opportunities and entrepreneurial culture of college was more important to create Entrepreneur College. According to Borich model, identifying and creating opportunities for entrepreneurs was an important component in creating Entrepreneurship College. Science and technology parks and incubators were suggested to support the students and teachers in order to the improvement of entrepreneurship and entrepreneurial activities. Providing counseling services centers in entrepreneurship education for students were suggested as well.

### **Keywords:**

College of Entrepreneurship, Students, Perspective, Student Cooperative, Components and Barriers, Shiraz University

---

1 . M.Sc. of Agricultural Extension and Education, Shiraz University, Shiraz. Iran

\* Corresponding Author

e-mail: n.vatankhah67@gmail.com

2. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Shiraz University, Shiraz, Iran