

فصلنامه علمی رهیافت‌های نوین در مطالعات اسلامی

License Number: 85625 Article Cod: Y4N10A00076 ISSN-P: 2676-6442

بررسی میزان مشارکت و نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجویان معلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین

(تاریخ دریافت ۱۴۰۰/۱۰/۱۵، تاریخ تصویب ۱۴۰۱/۰۳/۱۸)

اکبر کشاورزی^۱

مدرس دانشگاه فرهنگیان

محمدجواد وحدت فاضل

دانشجوی کارشناسی دانشگاه فرهنگیان

چکیده

دنیای پرتحول امروز تحت تاثیر علم و فناوری است، موفقیت هر جامعه به تربیت نیروی کار ماهر و خلاق بستگی دارد. هدف از این پژوهش بررسی میزان مشارکت و نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجویان معلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین است. روش تحقیق حاضر توصیفی و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۳۰۰ نفر از دانشجویان معلمان رشته علوم تربیتی می‌باشد. پرسشنامه‌ای محقق ساخته که روایی و پایایی آن تایید شده است توسط نمونه تکمیل می‌شود و داده‌ها توسط آزمون‌های توصیفی و استنباطی در نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ تجزیه و تحلیل خواهد شد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، معلم، اعضای هیئت علمی، علم و فناوری روز

مقدمه

در سراسر دنیا در کشورهای مختلف با توجه به عوامل و واقعیات مختلفی که با آن روبرو هستند، در جهت حرکت به سمت اقتصاد مبتنی بر دانش، ابزارها و روشهای مختلفی را بکار می گیرند. یکی از ساز و کارهایی که نزدیک به سه دهه قدمت دارد، به کارگیری «فن بازار» به عنوان سامانه ای برای هدایت و نظارت بر مبادلات فناوری می باشد. اخیرا ساز و کار مذکور در کشورهای در حال توسعه با استقبال مواجه شده است. در کشور ما، ایران، استفاده از فن بازار جهت ایجاد و مدیریت بازار فناوری از سال ۱۳۸۲ مورد توجه بوده است. فن بازار به معنای بازار فناوری و مرکزی برای انجام مبادلات فناوری است. همانطور که بازار مسکن محل مبادله مسکن است و بنگاه های معاملات مسکن واسطه های اطلاعاتی و حقوقی معامله ی مسکن هستند، در بازارهای فناوری نیز فن بازارها نقش واسطه ای برای رساندن اطلاعات فناوری به "عرضه کنندگان"، "کارآفرینان" و "سرمایه گذاران" دارند (موحدی و علایی طباطبایی، ۱۳۸۹).

چه کسی کارآفرین می شود؟ پاسخی که اقتصاددانان به این سوال می دهند این است که افراد با مقایسه هزینه ها و مزایای مشاغل جایگزین، شغل خود را انتخاب می کنند. در مدل کلاسیک انتخاب شغلی لوکاس^۱ (۱۹۷۸) / روزن^۲ (۱۹۸۲)، افرادی با مهارت های مدیریتی بیشتر - به عنوان توانایی استخراج بازده بیشتر از یک ترکیب معین از سرمایه و کار تعریف می شود - به عنوان کارآفرین طبقه بندی می شوند (گویسو، پیستافرری و شیواردی^۳، ۲۰۲۱) کارآفرینی به فرایندی اطلاق میشود که در طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدیدی نسبت به ایجاد کسب و کار اقدام نموده و خطرات و ریسک آن را پذیرفته و محصول جدیدی را ارائه میکند (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی در حقیقت نوعی شیوه زندگی و نهادی محسوب می شود که به منظور غلبه بر تهدیدات و رفع چالشها و فرصتها در فرایند تفکر به انسان کمک

۱. Lucas

۲. Rosen

۳. Guiso, Pistaferri, Schivardi

میکند (موتلوتورک و مردیکیان^۱، ۲۰۱۸). کارآفرینی به عنوان مهمترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشورهای توسعه یافته میتواند در توسعه اقتصادی جوامع جهان سوم نقش بسیار ارزنده‌ای داشته باشد (عباسی، ۲۰۱۴). گرایش به کارآفرینی وضعیتی است که در آن فرد تمایلات خود را درخصوص رفتار کارآفرینانه در سازمان مستقل نشان میدهد (عبودی و عمانی، ۲۰۱۵). امروزه، کارآفرینی را به عنوان موتور رشد و حرکت توسعه اقتصادی جوامع، سازمانها و بخش‌های آموزشی میشناسند (لطیف، ۲۰۱۴). رشد سریع جمعیت و افزایش نرخ بیکاری به ویژه در میان دانش‌آموختگان و محدودیت‌های دانشگاهها در انجام دادن فعالیتهای کارآفرینانه چالش‌هایی است که جامعه ما درگیر آن است (احمدآبادی، ۲۰۱۴). بنابراین اهمیت کارآفرینی موجب شده است که دانشگاههای بزرگ جهان، آموزش و توسعه تفکر کارآفرینی را در دستور کار خود قرار دهند. بهترین دلیل بر این امر «خلاصه اعلامیه جهانی درباره آموزش دانشگاهی است که در اکتبر ۱۹۹۸ زیر نظر یونسکو در پاریس صادر و در آن گفته شد که «توسعه مهارتها و ابتکارهای کارآفرینی باید در زمره دلنگرانی عمده آموزش دانشگاهی باشد (احمدزاده، ۲۰۰۵). در این خصوص، نتایج بررسی‌ها نشان داد که آموزش مهارتهای کارآفرینی از یک سو در مؤسسات آموزش عالی نیاز اساسی به شمار میرود و از سوی دیگر، مقدمه سیاستهای ترویج نوآوری در سطوح خرد و کلان در اقتصاد کشور محسوب می‌شود (کوسل، روبرت، بویل و مسفرر^۲، ۲۰۱۶). در نظام آموزش عالی مهمترین ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین برخورداری از فرهنگ سازمانی کارآفرینانه است. از آنجا که لازمه وجود فرهنگ کارآفرینانه داشتن فضایی مساعد برای نوآوری و پاسخگویی خلاق به نیازهای محیطی به عنوان مهمترین پیش نیاز تحقق الگوی دانشگاه کارآفرین و زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه است، باید در دانشگاه‌ها زمینه‌ای فراهم شود تا آنها همچنان در متن تحولات بمانند، رشد کنند و محل همکاری پژوهشگران و استادان و جایگاهی مهم برای پژوهش و آموزش باشند (استاروند، ۲۰۱۳). بدین معنا که اعضای هیأت علمی در جهت توسعه

۱. Mutlutürk, Mardikyan

۲. Kucel, Róbert, Buil, Masferrer

مسئولیت اجتماعی خود، مسئولیت اثرگذاری در رشد اقتصادی و اجتماعی جامعه خود دارند و وظیفه دارند در ارزش آفرینی، کارآفرینی و نوآوری ایفای نقش نمایند (تاتاری، حسینی و برجی، ۱۳۹۷). بنابر نتایج برخی پژوهش های انجام شده، یکی از دلایلی که دانش آموزان در مدارس و دانشجویان در دانشگاه ها توانایی ارایه مهارت های کارآفرینی را ندارند، برنامه های درسی برنامه ریزی شده ناکافی می باشد که منجر می شود آن توانایی و مهارت لازم را کسب نکنند (مورنان، ریچارد، آلجاندر و گانیمیان^۱، ۲۰۱۴). بدون تردید ایجاد خلاقیت در فرد ارتباط مستقیمی با نگرش و اهداف کارآفرینی فرد دارد که مبتنی بر پژوهش های انجام شده بین حمایت دانشگاه بر رابطه بین خلاقیت درک شده و قصد کارآفرینی دانشجویان ارتباط وجود دارد (آنجوم، فروخ، هیدلر و دیازتوتیوا^۲، ۲۰۲۱). بگونه ای که در مطالعه ای که در رواندا بر روی ۲۰۷ مدرسه با هدف مداخله آموزش کارآفرینی و تربیت معلم انجام شد نتایج حاکی از جذب زیاد در بین معلمان، تغییر قابل مشاهده آموزشی و افزایش درگیری دانش آموزان در فعالیتهای تجاری می باشد (بلیمپو و پوگاتچ^۳، ۲۰۲۱). بنابراین امروزه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته به یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیتهای دانشگاهی تبدیل شده است، با توجه به این که کارآفرینی از عوامل اساسی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزار کارآمد برای کشور محسوب می شود، بنابراین امروزه به طور فزاینده ای این انتظار می رود که دانشگاه ها در کنار پژوهش و در کنار تعلیم، به عنوان محرک های ابتکار و رشد اقتصادی هر منطقه وظیفه ایجاد زمینه های کارآفرینی را برای محصلان نیز بر عهده گیرند (اجاقی، رضایی، نادری و جعفری، ۱۳۹۵) و گرایش به کارآفرینی نیز به عنوان مطالعه ای جدی و منسجم مد نظر قرار گیرد (تيفتيك و زينسير کایران^۴، ۲۰۱۴)

سازمان آموزش و پرورش به عنوان یکی از مهمترین نهادهای هر کشور سهم قابل ملاحظه ای

۱. Murnane, Richard, Alejandro, Ganimian

۲. Anjum, Farrukh, Heidler, Díaz Tautiva

۳. Blimpo, Pugatch

۴. Tiftik, Zincirkiran

در رشد جامعه همراه با تغییرات روز دارد. در حقیقت اگر آموزش و پرورش از همگام شدن با تغییرات جهانی باز بماند، تدریجاً موجب می‌شود مخاطبان خود را از دست بدهد، بگونه‌ای که حتی اگر حضور فیزیکی آنها را داشته باشد، مغز، ذهن و روح آنها را در اختیار ندارد تا بتواند با رشد و پرورش آنها آینده‌ی جامعه خود را بسازد. از این رو، این مهم یک امر ضروری محسوب می‌شود که آموزش و پرورش در همه‌ی فرایندهای برنامه ریزی و اجرای طرحهای آموزشی در بالاترین سطح سازمانی تا پایین ترین سطح در مدرسه، این موضوع را مد نظر داشته باشد (خنیفر و غفرانی، ۱۳۹۹). بنابراین با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینانه در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست یاری از همه سوی میطلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حمایت از کارآفرینی و مهمتر از همه تربیت افراد (بخصوص تحصیل کرده‌ای دانشگاهی)، برای تمامی جوامع بخصوص درحال توسعه مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است (فتحی باغبادرانی و موسوی راد، ۱۳۹۷) که بدون شک گزینش و تفویض این مسئولیت و مأموریت به دانشگاهها و اعضای هیأت علمی، بر میزان مسئولیت پذیری آنها می‌افزاید (تاتاری، حسینی و برجی، ۱۳۹۷). با عنایت به جایگاه موثر آموزش و پرورش در جامعه، نگرش و توانمندی فناورانه معلمان که بدون هیچ واسطه‌ای وظیفه‌ی تعلیم و تربیت دانش آموزان را به عهده دارند که نتایج آن منجر به رشد جامعه خواهد شد (خنیفر و غفرانی، ۱۳۹۹) و همچنین با توجه به اهمیت ایجاد بستر مناسب در جهت رشد فن بازار و کارآفرینی، همچنین مسئولیتی که اعضای هیئت علمی در این زمینه دارند، هدف از پژوهش حاضر بررسی میزان مشارکت و نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجومعلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین می‌باشد.

بخش اول: اهمیت و ضرورت پژوهش

کارآفرینی موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود و روحیه‌ی کارآفرینی پیش برنده‌ی بسیاری از موفقیت‌های بشر بوده است. در دنیای پر تحول امروز که زندگی خواسته یا ناخواسته تحت تاثیر علم و فناوری قرار دارد، کامیابی و

موفقیت برای جامعه‌ای به دست می‌آید که از نیروی کار ماهر و متخصص، خلاق و خودباور برخوردار باشد. بنابراین ایجاد و گسترش فرهنگ کارآفرینی ضرورتی جدی در توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی کشورهاست و آنچه در فرهنگ سازی نقش عمده‌ای دارد، آموزش است؛ زیرا تبدیل شدن به یک کارآفرین و عمل کردن در جایگاه یک کارآفرین موفق ایجاد فرایند یادگیری است (غیائی ندوشن و فلاحیانی، ۱۳۹۴). پر واضح است که رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها با نظام آموزش و پرورش گره خورده است زیرا مبدا ایجاد فرایند یادگیری در محیط‌های آموزشی اعم از مدرسه و دانشگاه می‌باشد و از آن جایی که معلمان در مدرسه در دانشگاه‌های تربیت معلم تربیت می‌شوند که جمعیت دانشجومعلمان را تشکیل می‌دهند؛ بنابراین آموزش و ترغیب اساتید هیئت علمی در ایجاد روحیه‌ی کارآفرینی در دانشجومعلمان بسیار حیاتی محسوب می‌شود، با توجه به این موضوع که پژوهشی در این مورد بر روی دانشجومعلمان در کشور ایران انجام نشده است، هدف از پژوهش حاضر، بررسی میزان مشارکت و نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجومعلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین می‌باشد.

اهداف کلی این مقاله عبارتند از:

هدف کلی:

- تعیین میزان مشارکت و نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجومعلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین
هدف اختصاصی:

- تعیین میزان مشارکت دانشجومعلمان در برنامه‌های فن بازار و کارآفرین
- تعیین میزان نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجومعلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین

سئوال‌ها یا فرضیه‌های مطرحه این مقاله عبارتند از:

- میزان مشارکت دانشجومعلمان به برنامه‌های فن بازار و کارآفرین چقدر است؟
- میزان نقش اعضای هیئت علمی در ترغیب دانشجومعلمان به برنامه‌های فن بازار و

کارآفرین چقدر است؟

بخش دوم: پیشینه نظری - پژوهشی

۱- شجاعی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای ترکیبی (کیفی و کمی) تحت عنوان " برنامه درسی کارآفرین محور راهبرد بحران هویت در آموزش عالی (مورد مطالعه: فارغ التحصیلان رشته علوم تربیتی)" بر روی ۲۳ نفر از استادان و کارآفرینان و فارغ التحصیلان رشته علوم تربیتی در بخش کیفی و ۱۲۵ نفر از اساتید و کارآفرینان و فارغ التحصیلان رشته علوم تربیتی در بخش کمی مطالعه، نتیجه گیری نمودند که متغیرهای سیاست گذاری و مدیریت حرفه‌ای کسب و کار آموزشی و یادگیری، مدیریت فناوری اطلاعات، تصمیم گیری و حل مسئله، تعاملات و ارتباطات مؤثر، مدیریت و رهبری و مدیریت یادگیری و توسعه منابع انسانی اثر مستقیم و مثبت معناداری بر ساختار برنامه درسی مبتنی بر کارآفرینی در رشته علوم تربیتی دارد.

۲- موسوی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی کیفی تحت عنوان " شناسایی ابعاد و مولفه‌های کارآفرینی دانشگاه‌ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت‌های مالی" با حجم نمونه ۲۰ نفر از اساتید، مدیران و کارشناسان دانشگاه‌ها و مدیران بانکی به عنوان اعضای گروه خبرگان، نتایج حاصل از پژوهش نشان داد ابعاد توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشگاه‌ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت‌های مالی شامل بعد ساختاری (شامل مولفه‌های تمرکز، استقلال، پیچیدگی و حرفه‌ای گرایی)، بعد رفتاری (شامل مولفه‌های فرهنگ نوآوری و قابلیت شبکه سازی و ارتباطی)، بعد عوامل رسمی (شامل مولفه‌های ساختار سازمانی و حکمرانی دانشگاه، ابزارهای حمایتی و آموزش کارآفرینی دانشگاهی)، بعد عوامل غیررسمی (شامل مولفه‌های نگرش‌های دانشگاه نسبت به کارآفرینی و نگرش‌های بیرونی نسبت به کارآفرینی دانشگاه - چگونگی متدولوژی)، بعد عوامل توسعه‌ای (شامل مولفه‌های شایستگی‌های کارآفرینانه، برنامه ریزی درسی و فرایند یاددهی-یادگیری)، بعد عوامل بیرونی (شامل مولفه‌های زیرساخت ها، مبانی نظری و اهداف)، بعد عوامل درونی (شامل مولفه‌های زمینه، درون داد، ارزیابی و توسعه و پیامد) و بعد حمایت‌های مالی

است.

۳- آراستی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای ترکیبی (کیفی-کمی) با عنوان " تبیین نقش مؤلفه‌های فردی، محیطی و سیستمی در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی دانشگاه تهران" و با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی بر روی ۴۴ نفر از اساتید و ۲۱۰ نفر از دانشجویان نتیجه گیری نمودند که عامل فردی ویژگی‌های دانشجو، عامل محیطی تعاملات و عامل سیستمی آموزش و محتوای ارائه شده توسط اساتید می‌توانند بیشترین تأثیر را در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی دانشگاه تهران داشته باشند.

۴- صالحی و مرادی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای توصیفی-پیمایشی تحت عنوان " نقش آموزش‌های دانشگاهی در توسعه قابلیت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان" بر روی ۲۰۰۰ دانشجو نتیجه گیری نمودند که در دانشجویان، میانگین قابلیت‌های پیشرفت طلبی، خلاقیت و کنترل درونی نسبت به قابلیت‌های ریسک‌پذیری و استقلال طلبی آنان بیشتر است؛ میانگین فعالیت‌های انجام طرح‌های ابتکاری و گذراندن درس کارآفرینی نسبت به فعالیت‌های نگارش مقاله و تحقیق، عضویت در انجمن کارآفرینی و شرکت در کارگاه‌های آموزشی بیشتر است؛ از دیدگاه دانشجویان آموزش‌های دانشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی در توسعه کلیه قابلیت‌های کارآفرینی آنان نقش داشته است؛ همچنین از دیدگاه آنان آموزش‌های دانشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان در زمینه‌های نگارش مقاله و تحقیق، فراهم ساختن زمینه عضویت دانشجویان در انجمن کارآفرینی دانشگاه، فراهم ساختن زمینه شرکت دانشجویان در کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی، نقشی معنادار به لحاظ آماری داشته‌است، اما در زمینه تشویق به انجام طرح‌های ابتکاری و ارایه درس کارآفرینی نقش معناداری به لحاظ آماری وجود ندارد.

۵- آقایی، تیمورنژاد، اخوان هزاوه (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای توصیفی با عنوان " بررسی کارآفرینی دانشگاهی از دید اعضا هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی به عنوان نمونه‌ای از

دانشگاه‌های بزرگ" بر روی ۱۰۰ نفر از اعضا هیات علمی دانشگاه نتیجه گرفتند که عوامل موثر در توسعه کارآفرینی دانشگاهی عبارت اند از: ماموریت دانشگاه، نظرات و نگرش اعضای هیات علمی، سیستم پاداش و جبران فعالیت‌های کارآفرینی، برنامه تربیت و آموزش کارآفرینان و روش‌های نوآورانه در تدریس.

۶- سانسون، باتاگلیا، لاندونی و پائولوسی^۱ (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای کیفی با عنوان " نتایج دانشگاهی: نقش آموزش کارآفرینی" با نمونه ۸۰ دانشگاه ایالات متحده نتیجه گیری نمودند که آموزش کارآفرینی توسط دانشگاه در ایجاد تفکر کارآفرینی در دانشجویان تاثیر مثبت دارد.

۷- دوسی و سیکولالینو^۲ (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای مروری با عنوان "مروری بر آموزش کارآفرینی در آموزش معلمان" با استخراج ۷۶ مقاله دریافتند اهمیت کارآفرینی در تربیت معلم بسیار برجسته است و بیشترین تأکید بر روشها، تکنیکها، مدلها یا استراتژیهای مورد استفاده در آموزش کارآفرینی است. توصیه‌های ارائه شده در مطالعات بررسی شده بیشتر مربوط به سطح ابتدایی آموزش است. در بسیاری از این مطالعات آمده است که آموزش‌های ضمن خدمت باید با توجه به آموزش کارآفرینی به معلمان در سطح آموزش مقدماتی ارائه شود.

۸- جابین، فایسال و کاتسیولودس^۳ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای مروری - اکتشافی با عنوان "ذهنیت کارآفرینی و نقش دانشگاه‌ها به عنوان محرک‌های استراتژیک کارآفرینی: شواهدی از امارات متحده عربی" نشان دادند که عوامل فردی و محیطی بر ذهنیت کارآفرینی مردان و زنان در امارات متحده عربی تأثیر می‌گذارد و برای ایجاد انگیزه در ذهنیت کارآفرینی، دولت باید با دانشگاه‌های امارات متحده عربی نقش یک کاتالیزور را ایجاد کند.

۱. Sansone, Battaglia, Landoni, Paolucci

۲. Deveci, Seikkula-Leino

۳. Jabeen, Faisal, Katsioloudes

- ۹- پیروپولوس^۱ (۲۰۱۲) در پژوهش خود تحت عنوان " آیا برنامه ها، فرهنگ و ساختار آموزش عالی می‌تواند اهداف کارآفرینی دانشجویان را از بین ببرد؟" بر روی نمونه‌ای از ۶۰۳ دانشجوی سال اول و سال آخر که در رشته‌های بازرگانی و مدیریت در دو HEI دولتی یونان تحصیل می‌کنند نتیجه گیری نمود که اهداف و آرزوهای کارآفرینی دانشجویان در طی تحصیلات چهار ساله خود در دانشگاه‌ها رو به زوال است و اعضای هیئت علمی فاقد ذهنیت نسبت به آموزش کارآفرینی هستند. علاوه بر این، داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که ساختار و مقررات دانشگاه‌های یونان تجاری سازی دانش، انتقال فناوری، تقسیم شرکت‌ها و همکاری‌های صنعت و دانشگاه را ممنوع کرده است.
- ۱۰- سیکولالینو، راسکووارا، ایکاوالکو، ماتیلا و همکاران^۲ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای تحت عنوان " ارتقا آموزش کارآفرینی: نقش معلم؟" نشان دادند کیفیت برنامه درسی و آموزشی در ارتقای توانمندی‌های کارآفرینانه نقش بسزایی دارد.

بخش سوم: تعریف مفاهیم و متغیرها

- **برنامه فن بازار:** فن بازار به معنای بازار فناوری و مرکزی برای انجام مبادلات فناوری است. همانطور که بازار مسکن محل مبادله مسکن است و بنگاه‌های معاملات مسکن واسطه‌های اطلاعاتی و حقوقی معامله‌ی مسکن هستند، در بازارهای فناوری نیز فن بازارها نقش واسطه‌ای برای رساندن اطلاعات فناوری به "عرضه کنندگان"، "کارآفرینان" و "سرمایه گذاران" دارند (موحدی و علایی طباطبایی، ۱۳۸۹).
- **برنامه کارآفرین:** کارآفرینی به عنوان عامل اصلی خلق کسب و کار جدید توسط افراد یا تیم‌های کوچک محسوب می‌شود و فرایندی هدفمند و خلاق برای سودآوری از طریق ایجاد یک شرکت یا واحدهای فناور مستقل و رقابت شرکت‌های فعلی به شمار می‌آید. هدف اولیه از آموزش و توسعه کارآفرینی تربیت افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به طور کلی، افرادی است که تمایل بیشتری به راه اندازی کسب و کارهای

۱. Piperopoulos

۲. SeikkulL.Li no, Ruskov,,,,, kvvalko, ttt tila, et Il.

مستقل دارند (آراستی و بنادکی، ۱۳۹۲).

بخش چهارم: روش تحقیق

تحقیق از نوع توصیفی و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۳۰۰ نفر از دانشجو معلمان رشته علوم تربیتی می‌باشد. پس از کسب مجوزهای لازم از دانشگاه و پس از ارائه توضیحات کافی در ارتباط با هدف پژوهش توسط محقق به واحدهای مورد پژوهش، پرسشنامه‌ای محقق ساخته که روایی و پایایی آن تایید شده است به واحدهای مورد پژوهش ارائه و تکمیل خواهد شد. پس از جمع آوری پرسشنامه‌ها، پرسشنامه‌های سفید و آن‌هایی که ناقص پاسخ داده شده نیز حذف می‌گردند و سپس داده‌ها توسط آزمون‌های توصیفی و استنباطی در نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ تجزیه و تحلیل خواهد شد. تحقیق از نوع توصیفی و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد.

بخش پنجم: ابزارهای اندازه‌گیری

در این پژوهش ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. سوالات آزمون با توجه به اصول تهیه و تنظیم پرسشنامه که از سوی صاحب نظران توصیه شده است و با همکاری استاد راهنما، توسط محقق تدوین و تنظیم گردیده است. سوالات پرسشنامه از نوع پاسخ بسته بوده و سوالات بر اساس طیف چند درجه‌ای لیکرت طرح ریزی گردیده است. سوالات از خیلی کم تا خیلی زیاد امتیاز بندی گردیده است. روایی و پایایی پرسشنامه تایید گردیده است.

بخش ششم: جمعیت آماری مورد بررسی، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری این پژوهش، کلیه دانشجو معلمان در نظر گرفته شده است که تعداد آن‌ها ۴۸۳۰ دانشجو می‌باشد که فقط ۳۰۰ نفر نمونه از رشته علوم تربیتی انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری، از نوع نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. ۳۰۰ نفر از دانشجو معلمان رشته علوم تربیتی

بخش هفتم: شیوه‌های تحلیل اطلاعات

در این تحقیق به دو روش توصیفی و استنباطی به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته خواهد شد. در سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر (فراوانی و درصد فراوانی، نمودارهای

ستونی، نمودار دایره‌ای و میانگین) و به توصیف و تحلیل ویژگی‌های جامعه پرداخته و در سطح استنباطی نیز از آزمون T مستقل استفاده خواهد شد. این آزمون‌ها از طریق نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ تجزیه و تحلیل خواهد شد.



نتیجه گیری

یکی از مباحث چالش‌برانگیز در دانشگاه‌های کشور، تدریس کارآفرینی یا ارائه دروسی به دانشجویان، برای انتقال مفاهیم و اصول کارآفرینانه است. هم‌اکنون یکی از سیاست‌های اصلی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری کشور، ورود به زمینه‌های مختلف کارآفرینی است و این سیاست به بخش اعظم دانشگاه‌های کشور، تسری یافته است. به‌عنوان نمونه، می‌توانیم اجباری شدن درس مبانی کارآفرینی برای تمامی رشته‌ها و گروه‌های آموزشی را مورد توجه قرار دهیم (موحدی و علایی طباطبایی، ۱۳۸۹).. در سال‌های اخیر، در رابطه با گستره وسیعی از دانش‌آموختگان دانشگاهی، حتی در مقاطع تحصیلات تکمیلی، شاهد معضلی جدی در سمت تقاضای نیروی کار در اقتصاد بوده‌ایم، به طوری که کسب و کارها و سازمان‌های موجود، چه در بخش دولتی و چه در بخش خصوصی، ظرفیت و تقاضای کافی برای جذب نیروی کار دانش‌آموخته دانشگاهی به‌عمل نمی‌آورند. لذا شاهد افزایش نرخ بیکاری بالاتر از میانگین

بیکاری کل کشور، در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی هستیم. این امر، نیاز به توجه جدی به زمینه‌های آموزشی و دانش‌افزایی، مهارت‌افزایی و انگیزشی کارآفرینانه در طول تحصیلات دانشگاهی دانشجویان برای ورود به عرصه خود-اشتغالی و به ویژه کارآفرینی را دو چندان می‌سازد.



منابع و مآخذ

- ≠ آراستی ز، بنادکی س. (۱۳۹۲). ارزیابی برنامه های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران. ۱۵(۵۷): ۷۵-۸۹.
- ≠ آراستی ز، سفیدگر ا، زعفریان ر. (۱۳۹۴). تبیین نقش مؤلفه های فردی، محیطی و سیستمی در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی دانشگاه تهران. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی. ۸(۱): ۶۱-۷۹.
- ≠ آقایی ت، تیمورنژاد ک، اخوان هزاوه ف. (۱۳۹۲). بررسی کارآفرینی دانشگاهی از دید اعضا هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی به عنوان نمونه ای از دانشگاه های بزرگ. برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. (۱۴): ۱۸۳-۲۰۸.
- ≠ اجاقی، ص، رضایی ب، نادری ن، جعفری ح. (۱۳۹۵). ارائه الگوی مفهومی مؤلفه های خرد و کلان نظام آموزش کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی. ۳(۴): ۳۹-۵۴.
- ≠ تاتاری ف، حسینی س ع، برجی ا. (۱۳۹۷). بررسی نقش اعضای هیئت علمی در آموزش پزشکی پاسخگو. طب و تزکیه. ۲۷(۳): ۱۴۷-۱۵۶.
- ≠ خنیفر ح، غفرانی ع. (۱۳۹۹). تحول دیجیتال در فرایند یاددهی-یادگیری: سنجش صلاحیت دیجیتال دانشجومعلم. مطالعات آموزشی و آموزشگاهی. ۹(۲۴): ۲۳-۴۷.
- ≠ شجاعی ع، عارفی م، فتحی واجارگاه ک، شمس مورکانی غ. (۱۳۹۸). برنامه درسی کارآفرین محور راهبرد بحران هویت در آموزش عالی (مورد مطالعه: فارغ التحصیلان رشته علوم تربیتی). آموزش عالی ایران. ۱۱(۳): ۱۲۷-۱۵۴.
- ≠ صالحی ک، مرادی ح. (۱۳۹۴). نقش آموزش های دانشگاهی در توسعه قابلیت ها و فعالیت های کارآفرینی دانشجویان. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش های مدیریت راهبردی، ۲۱(۵۷)، ۵۷-۸۱.
- ≠ موحدی م، علایی طباطبایی س ا. (۱۳۸۹). شناسایی و رتبه بندی موانع توسعه سامانه ملی خرید و فروش فناوری (فن بازار) در ایران. سیاست علم و فناوری. ۳(۱): ۹۹-۱۲۰.
- ≠ موسوی س ح، جباری ن، نیازآذری ک. (۱۳۹۸). شناسایی ابعاد و مولفه های کارآفرینی

دانشگاه‌ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت‌های مالی. سبک زندگی اسلامی با

محوریت سلامت. ۳(۴): ۷۴-۸۱

- ≠ DEVECI, İ. , & SEIKKULA-LEINO, J. (۲۰۱۸). A REVIEW OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN TEACHER EDUCATION. MALAYSIAN JOURNAL OF LEARNING AND INSTRUCTION, ۱۵(۱), ۱۰۵-۱۴۸.
- ≠ GUERRERO M, URBANO D, FAYOLLE A, KLOFSTEN M, MIAN S. (۲۰۱۶). ENTERPRENEURIAL UNIVERSITIES: EMERGING MODELS IN THE NEW SOCIAL AND ECONOMIC LANDSCAPE SMALL BUSINESS ECONOMICS. ۴۷(۳): ۵۵۱-۶۳.
- ≠ GUIISO, L. , PISTAFERRI, L. , & SCHIVARDI, F. (۲۰۲۱). LEARNING ENTREPRENEURSHIP FROM OTHER ENTREPRENEURS?. JOURNAL OF LABOR ECONOMICS, ۳۹(۱), ۱۳۵-۱۹۱.
- ≠ JABEEN, F. , FAISAL, M. N. , & I. KATSILOUDES, M. (۲۰۱۷). ENTREPRENEURIAL MINDSET AND THE ROLE OF UNIVERSITIES AS STRATEGIC DRIVERS OF ENTREPRENEURSHIP. JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT, ۲۴(۱)
- ≠ LATIF, Z. (۲۰۱۴). RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURIAL TENDENCY AND JOB PERFORMANCE AND JOB SATISFACTION AMONG MANAGERS OF MARVDASHT EDUCATIONAL ADMINISTRATION. (MASTER'S THESIS). ISLAMIC AZAD UNIVERSITY (IN PERSIAN).
- ≠ MURNANE, RICHARD J. , AND ALEJANDRO J. GANIMIAN. ۲۰۱۴. "IPP ROVING EDUCATIONAL OUTCOMES IN DEVELOPING COUNTRIES: LESSONS FROM RIGOROUS EVALUATIONS. " WORKING PAPER ۲۰۲۸۴. NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH.
- ≠ MUTLUTÜRK, M. , & MARDIKYAN, S. (۲۰۱۸). ANALYZING FACTORS AFFECTING THE INDIVIDUAL ENTREPRENEURIAL

- ORIENTATION OF UNIVERSITY STUDENTS. JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION, ۲۱(۳).
- ≠ PIPEROPOULOS, P. (۲۰۱۲). COULD HIGHER EDUCATION PROGRAMMES, CULTURE AND STRUCTURE STIFLE THE ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF STUDENTS?. JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT.
- ≠ SANSONE, G. , BATTAGLIA, D. , LANDONI, P. , & PAOLUCCI, E. (۲۰۱۹). ACADEMIC SPINOFFS: THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION. INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT JOURNAL, ۱-۳۱.
- ≠ SATTARVAND, E. (۲۰۱۳). THE STUDY OF THE STATUS OF ENTREPRENEURIAL ORGANIZATIONAL CULTURE IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS (CASE STUDY: KURDISTAN UNIVERSITY). (MASTER'S THESIS). KURDISTAN UNIVERSITY (INPERSIAN)
- ≠ SEIKKULA LEINO, J. , RUSKOVAARA, E. , IKAVALKO, M. , MATTILA, J. , & RYTKOLA, T. (۲۰۱۰). PROMOTING ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: THE ROLE OF THE TEACHER?. EDUCATION+ TRAINING.
- ≠ TIFTIK, H. , & ZINCIRKIRAN, M. (۲۰۱۴). A SURVEY OF ENTREPRENEURIAL TENDENCIES CANDIDATE YOUNG ENTREPRENEURS: FOUNDATION UNIVERSITY SAMPLE. JOURNAL OF MANAGEMENT RESEARCH, ۶ (۲), ۱۷۷-۲۰۰.