

شناسایی برخی عوامل همبسته با ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

حیدر احمدی^۱، سید جمال فرج اله حسینی^۲، مریم امیدی نجف آبادی^۳

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی برخی عوامل همبسته با ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی انجام شده است. به این منظور رابطه محتوای آموزشی، آموزشگران، آموزش های دانشگاهی، ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان و روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه، با ترویج کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته است. تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش اجرای پژوهش توصیفی-همبستگی بوده است. جامعه آماری شامل تعداد ۱۷۴۶ نفر دانشجوی تحصیلات تکمیلی دانشکده بودند که بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۱۳ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش نمونه گیری تصادفی بود. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با آزمون ضریب همبستگی، مقایسه میانگین t، رگرسیون چندگانه و رتبه بندی فریدمن انجام پذیرفت. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد، ویژگیهای موفقیت طلبی، خلاقیت و نوآوری، ریسک پذیری، تعیین سرنوشت و استقلال طلبی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری با متغیر ترویج کارآفرینی دارند. همچنین عوامل آموزشی های دانشگاهی، آموزشگران دانشگاه، محتوای آموزشی و روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه، رابطه مثبت و معناداری با متغیر ترویج کارآفرینی دارند. نتیجه حاصل از رگرسیون چندگانه نیز نشان داد عوامل آموزشگران دانشگاه، آموزشهای فعلی دانشگاه، محتوای آموزشی، روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه و همچنین ویژگیهای موفقیت طلبی و خلاقیت و نوآوری دانشجویان، ۵۰٫۳٪ از تغییرات متغیر ترویج کارآفرینی را تبیین می کنند.

کلید واژه ها: ترویج کارآفرینی، دانشگاه، آموزش کارآفرینی

-
- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
 - ۲- دانشیار دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
 - ۳- استادیار دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

مقدمه

یکی از مسائل پیش روی کشور، دانش آموختگانی هستند که تواناییهای فردی و مهارتهای لازم را برای راه اندازی کسب و کار مناسب ندارند و اغلب بجای ایجاد فرصت‌های شغلی و کارآفرینی و مشارکت در توسعه ملی، خود بدنبال استخدام شدن می‌باشند. از جمله راهکارهای مناسبی که اکثر کشورها برای رفع این مشکل مورد توجه قرار داده‌اند ترویج کارآفرینی در دانشگاه‌ها بوده است. در واقع نظام آموزش عالی این کشورها با مداخله‌گری برنامه‌ریزی شده، تاثیر بسزایی در توسعه اقتصادی و حل مسئله بیکاری داشته است. توجه به فرآیند کارآفرینی در دانشگاه‌ها تا بدان جاست است که سازمان علمی آموزش ملل متحد^۱ در چشم انداز آموزش عالی برای قرن بیست و یکم، دانشگاه‌های نوین را اینگونه تعریف نموده است: جایگاهی که در آن مهارتهای کارآفرینی بمنظور تسهیل قابلیت‌های دانش آموختگان و برای تبدیل شدن به ایجاد کنندگان کار، توسعه می‌یابد (یونسکو، ۲۰۰۳). برای برنامه ریزی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه و تربیت افراد کارآفرین برای آینده، توجه به برخی تواناییها، مهارت‌ها و ویژگیهای، دو سویه نظام آموزش عالی و دانشجویان امری اجتناب ناپذیر است. برای تحقق اهداف کارآفرینی در دانشگاه نیز باید به این نکته دقت نمود، که چنانچه افراد تحت آموزش، با اهداف، محتوا و روش‌های تدریس، با هم هماهنگ شوند بهره بیشتری از تلاشهای آموزشی حاصل می‌شود (بلاک و استامپ^۲، ۱۹۹۲).

از سال ۱۹۸۵ همراه با افزایش تعداد دوره‌های آموزشی در خصوص روند کارآفرینی، روند دیگری نیز در تحقیق ابعاد آموزشی و اثربخشی دوره‌ها شکل گرفته است. این روند تحقیقاتی، در خصوص شناسایی افراد مناسب برای آموزش، اهداف خاص آموزش، شیوه‌های یادگیری و انواع محتوای درسی برای هر فرد تحت آموزش می‌باشد (احمدپورو مقیمی، ۱۳۸۵). به جهت دستیابی به اهداف برنامه های آموزش کارآفرینی، پژوهشگران مختلفی همچون: کوران^۳، استنورث^۴، گیب^۵، بلاک و استامپ^۶، کاکس^۷ و استوری^۱ به ارزیابی برخی از دوره‌های آموزشی کارآفرینی پرداخته‌اند.

1 - UNESCO

2 - Block & Stump

3 - Curran

4 - Stanworth

5 - Gibb

6 - Blok & Stumpf

7 - Cox

نتایج مطالعات آنها نشان می‌دهد که نوع برنامه‌های آموزشی، در دستیابی به اهداف کارآفرینی، تاثیرگذار بوده است (هنری و لیچ^۱، ۲۰۰۷).

در ایران تا آغاز برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به کارآفرینی توجهی نشده بود، اما در برنامه سوم به علت وجود بیکاری گسترده بویژه در میان جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و پیش‌بینی تشدید این معضل در دهه ۱۳۸۰، کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت و براساس بند ۲- الف، راهکارهای اجرایی بخش آموزش عالی، مندرج در جلد دوم پیوست شماره ۲ لایحه برنامه پنج ساله سوم توسعه، بر کارآفرینی و کارآمدی دانشجویان و دانش‌آموختگان از راه تحول برنامه‌ها و شیوه‌های آموزشی تاکید شده است (مقیمی، ۱۳۸۱).

این نکته بیانگر آن است که انتظارات جدید از دانشگاه‌ها ایجاب می‌نماید که دانشگاه‌ها با ترویج فرهنگ کارآفرینی و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه، زمینه لازم را برای شروع فرآیند کارآفرینی در دانشجویان فراهم نمایند. لذا برای ترویج کارآفرینی و دستیابی به اهداف آموزشی آن، می‌بایست سه جنبه مهم ذیل را مورد توجه قرار دهند:

نخست اهمیت و نقشی است که آموزش کارآفرینی در دانشگاه دارد. در بسیاری از مطالعات پیرامون فرآیند کارآفرینی به اهمیت و نقش آموزش آن اشاره شده و نتایج تعداد زیادی از مطالعات، بر اهمیت آموزش کارآفرینی به عنوان مهمترین سرمایه انسانی در احتمال مشارکت در تاسیس یک موسسه کارآفرین تاکید کرده‌اند. نتایج برخی از این مطالعات نشان می‌دهد که سطوح بالای آموزش عالی، تاثیر زیادی در کارکرد و کارایی یک موسسه کارآفرین دارد (پیک و مارشال^۳، ۲۰۰۶). دانشجویان کارآفرین به لحاظ آموزشی که می‌بینند فرصتهای اقتصادی سودمند و جدید را بهتر می‌توانند تشخیص دهند (شریف‌زاده، ۲۰۰۵). شرکت دانشجویان بعنوان افراد مبتدی در درس‌های کارآفرینی باعث رشد و درک مفهوم کارآفرینی در آنها می‌شود. در بخش کارورزی در زمینه کارآفرینی، دانشجویان توانایی یادگیری^۴ کارآفرینی واقعی در آن رشته را کسب می‌کنند. هدف از انجام کارهای عملی و کارآموزی^۵ ارائه بینش کارآفرینی از طریق انجام دوره ای

1 - Storey

2 - Henry & Leitch

3- Peak&Marshall

4-Learning

5-training

کارورزی در شرکت های شریک، هم در بخش تولید و هم در بخش بازاریابی است (سعیدی کیا، ۱۳۸۶).

جنبه دوم اهدافی است که آموزش کارآفرینی در دانشگاه دنبال می‌کند. از آنجایی که توافق عمومی در زمینه مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی وجود ندارد، در نتیجه اهداف متنوع و گسترده از سوی محققان و نویسندگان در این زمینه بیان گردیده است. اما در بسیاری از مدل‌های آموزشی ارائه شده در آموزش عالی، توسعه رفتار و ویژگی‌های کارآفرینانه به عنوان یکی از اهداف آموزش کارآفرینی بیان شده است. بعنوان نمونه گیپ^۱ (۱۹۹۰)، اعتقاد دارد آموزش های کارآفرینی به دنبال بهبود و انگیزش در گرایش های افراد همچون فرصت جویی، ابتکار، مخاطره پذیری و... هستند. در این خصوص رینولد^۲ (۲۰۰۰)، ایجاد انگیزه در افراد را از جمله اهداف آموزش کارآفرینی بیان می‌کند. وی دلیل این تاثیر گذاری را به چند دلیل بیان نموده است: اول آنکه آموزش افراد را با حس خود مختاری، استقلال طلبی و عزت نفس تربیت می‌کند، که این کیفیت ها در تاسیس یک موسسه کارآفرین تاثیر گذار است. دوم آنکه افراد را نسبت به گزیدارهای انتخاب شغل آماده می‌کند و در نهایت آموزش با ایجاد دانش و آگاهی در افراد به آنها در شناسایی موقعیت های کارآفرینی کمک می‌نماید. **جنبه سوم** توجه به عناصر و اجزا موثر بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه است. چرا که آگاهی از این عوامل، بعنوان پیش زمینه های تهیه و اجرای برنامه های آموزش کارآفرینی در دانشگاه مطرح می‌شوند. از مهمترین این عوامل می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

الف - توجه به ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان: پژوهشگران زیادی تلاش نموده اند تا ویژگیهای کارآفرینانه و عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان را مورد مطالعه قرار دهند. نکته قابل توجه در خصوص ویژگیهایی که توسط اکثر اندیشمندان بیان شده این است که نمی‌توان گفت که کارآفرینی اساساً ذاتی است، چرا که افراد با قرار گرفتن در محیط های آموزشی و اطلاع از مضامین فوق، می‌توانند این خصوصیات را در خود بوجود آورده و یا تقویت نمایند.

1- Gibb

2- Reynold

اچ ناندان (۱۳۸۶، ترجمه شجاع صفت و واثقی) به نقل از آرنولد کوپر^۱ عواملی مرتبط با ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان را شامل؛ سن، تحصیلات، تجربه حرفه ای و زمینه خانوادگی معرفی می کند. از عمده ویژگیهای روانشناختی موثر بر کارآفرینی افراد می توان به مواردی مانند: برخورداری از مرکز کنترل درونی، موفقیت طلبی، مخاطره پذیری، استقلال طلبی، خلاقیت و نوآوری، تحمل ابهام و... اشاره نمود.

ب- نوع آموزشهای مورد نیاز: شیوه ها و روشهای آموزشی که مبتنی بر نیازهای آموزشی کارآفرینی دانشجویان باشد، وجود یک رهیافت علمی مناسب در زمینه ترویج کارآفرینی، قبول این آموزش ها توسط دانشجویان و... از جمله مواردی هستند که در اثربخشی دوره های آموزش

کارآفرینی تاثیر گذار می باشند. در این خصوص کنت^۲ (۱۹۹۰)، سه سطح آموزش را در دوره های متفاوت کارآفرینی نام برده است:

- برانگیختن کارآفرینان بالقوه و مشارکت در فعالیتهای کارآفرینانه و تداوم آن به عنوان یک انتخاب شغلی (در سطح مدارس ابتدایی).

- الهام بخشیدن و متقاعد ساختن کارآفرینان بالقوه به تداوم مالکیت فعالیت اقتصادی خود (در سطح مدارس متوسطه).

- کسب انگیزه و مهارتهای لازم برای ایجاد توسعه یک شرکت جدید (در سطح دانشگاه)

ج- استفاد از اساتید مجرب: از جمله سوالاتی که در هنگام تصمیم گیری در زمینه تلفیق آموزش کارآفرینی در برنامه های آموزشی مطرح می گردد، این است که چه کسی باید دروس کارآفرینی را تدریس نماید؟ آیا مدرسانی که فاقد تجربه کارآفرینانه و یا فاقد تجربه کار با کارآفرینان هستند قادرند مدرسانی اثربخش باشند؟ شایستگی های مورد نیاز جهت مدرس کارآفرینی کدامند؟ تعدادی از محققان بر این عقیده اند که بیشتر معلمان و مشاوران مدارس و حتی دانشگاهها، دارای روح کارآفرینانه نیستند. زیرا در یک نظام بسیار سازمان یافته مشغول به فعالیت می باشند (میلر^۳، ۱۹۸۳). همچنین کنت^۴ معتقد است که مدرس نقش اساسی و کلیدی در آموزش

1- A.Cooper

2- Kent

3 -Miller

4 -Kent

کارآفرینی ایفا می‌کند. از دیدگاه وی، مدرس آموزش کارآفرینی بایستی از لحاظ روشهای تدریس کاملاً انعطاف پذیر باشد.

د- توجه به محتوای آموزشی مورد نیاز: اینکه چه چیزی باید یاد داده شود؟ و برای پاسخ به این سؤال باید محیط واقعی را که قرار است کارآفرینی در آن رخ دهد، بررسی و مطالعه نمود. زیرا کارآفرینی یک پدیده کاملاً وابسته به محیط است (ورتن^۱، ۱۹۹۵). اصولاً دانشگاهی که به دنبال ترویج شیوه های کارآفرینی و فناوری پیشرفته است، از ساختی برخوردار است که امکان به روز کردن خلاقیت و ایده پردازی را تشویق می‌کند و به نوعی آن را در وظایف مختلف دانشگاه پیش بینی می‌نماید (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵).

یکی از کامل ترین محتواهای آموزشی، پیشنهادی است که برای آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه، از سوی گیب^۲ ارائه شده است. از دیدگاه وی، با توجه به اینکه آموزش کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش دانشگاهی است، بنابراین یک برنامه جامع آموزش کارآفرینی بایستی تمام نیازهای آموزشی را تحت پوشش قرار دهد (ماگنوز^۳، ۲۰۰۰).

بطور کلی آموزش کارآفرینی و محتوای مورد نیاز آن، نیازمند داشتن یک دیدگاه کل نگر است که فرآیند کارآفرینی را همراه با محیط واقعی کسب و کار ترکیب نموده و به بهترین شکل ممکن آن را شبیه سازی نماید. بر این اساس در این تحقیق سعی بر این است که برخی عوامل همبسته با ترویج کارآفرینی مورد شناسایی قرار گیرد. امید آن که نتایج حاصله، در جهت تدوین برنامه ها و دوره های آموزشی مناسب برای دانشجویان، بمنظور تحقق اهداف آموزش کارآفرینی در دانشگاه، مفید واقع شود. با توجه به اینکه در این تحقیق، برای شناسایی عوامل همبسته با ترویج کارآفرینی متغیرهایی شامل؛ ویژگیهای فردی و کارآفرینانه دانشجویان و نقش چهار عامل آموزشهای دانشگاهی، آموزشگران، محتوای آموزشی و روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه، مورد مطالعه قرار گرفته، سئوالاتی به شرح زیر مطرح گردیده است:

۱- کدامیک از ویژگیهای کارآفرینانه مورد مطالعه دانشجویان با ترویج کارآفرینی در دانشگاه

ارتباط دارد؟

1 - Wortman

2- Gibb

3 - Magnos

- ۲- کدامیک از چهار عامل آموزشهای دانشگاهی، آموزشگران، محتوی آموزشی و روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه با ترویج کارآفرینی در دانشگاه ارتباط دارد؟
- ۳- آیا تفاوتی بین نظرات دانشجویان با ویژگیهای مختلف فردی، در مورد تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه وجود دارد؟
- ۴- مناسب ترین روش ترویجی اجرا شده در دانشگاه کدام است؟

روش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی- همبستگی است.. جامعه آماری تحقیق را دانشجویان دوره های تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکتری) دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی واحد علوم و تحقیقات تشکیل داده اند. تعداد کل دانشجویان در مقطع تحصیلات تکمیلی این دانشکده ۱۷۴۶ نفر بودند (تعداد ۱۲۹۰ نفر دانشجوی دوره های کارشناسی ارشد و تعداد ۴۵۶ نفر دانشجوی دوره های دکتری) که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۹۸)، تعداد ۳۱۳ نفر بعنوان نمونه آماری این تحقیق انتخاب شدند. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده است متغیرهای تحقیق عبارت بودند از: ۱- ویژگیهای فردی دانشجویان (۱۳ سوال)، ۲- ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان (۲۴ سوال)، ۳- آموزشهای دانشگاهی (۱۴ سوال)، ۴- آموزشگران دانشگاه (۱۴ سوال)، ۵- محتوی آموزشی (۱۰ سوال)، ۶- روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه (۱۶ سوال) و ۷- وضعیت ترویج کارآفرینی در دانشگاه (۱۰ سوال) برای گردآوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. برای تعیین روایی ابزار تحقیق، پرسشنامه در اختیار متخصصین و صاحب نظران موضوعی در این زمینه قرار گرفته و پس از انجام اصلاحات، مورد تایید قرار گرفت. برای تعیین پایایی^۲ ابزار تحقیق نیز با انجام آزمون قدماتی از تعداد ۳۰ نفر از دانشجویان، آلفای کرونباخ بدست آمده برای هر یک از متغیرهای تحقیق به ترتیب، ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان (۰/۸۵)، نقش آموزشهای دانشگاهی (۰/۸۴)، نقش آموزشگران (۰/۹۲)، نقش محتوی آموزشی (۰/۹۳)، نقش روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه (۰/۸۷) و وضعیت ترویج کارآفرینی

1 - Validity

2 - Reliability

در دانشگاه (۰/۸۲)، محاسبه گردید. سئوالات براساس طیف لیکرت ۵ مقوله ای (بسیار نامناسب تا بسیار مناسب) تنظیم شده و پس از جمع زدن^۱ گویه ها، در سطح فاصله ای سنجیده شد. شیوه تحلیل داده ها: در قسمت آمار توصیفی، ابتدا جداول توزیع فراوانی تهیه گردیده و سپس مواردی چون فراوانی، درصد فراوانی تجمعی، میانه و نما ارائه گردیده و به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شد. در بخش آمار استنباطی، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، آزمون χ^2 و رتبه بندی فریدمن استفاده گردید. همچنین برای تبیین اثرات متقابل عوامل موثر بر ترویج کارآفرینی، از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شد. کلیه تحلیل های آماری تحقیق، با استفاده از نرم افزار SPSS16 انجام شده است.

یافته‌ها

سؤال اول: کدامیک از ویژگیهای کارآفرینانه مورد مطالعه دانشجویان با ترویج کارآفرینی در دانشگاه ارتباط دارد؟

یافته های حاصل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول (۱) نشان می دهد که از بین ویژگیهای کارآفرینانه مورد مطالعه دانشجویان؛ ویژگیهای موفقیت طلبی و خلاقیت و نوآوری در سطح یک درصد خطا و ویژگیهای ریسک پذیری، تعیین سرنوشت و استقلال طلبی در سطح پنج درصد خطا رابطه مثبت و معنی داری با متغیر ترویج کارآفرینی در دانشگاه دارند و بین ویژگی تحمل ابهام و ترویج کارآفرینی ارتباط معنی داری مشاهده نگردید.

سؤال دوم: کدامیک از چهار عامل آموزشهای دانشگاهی، آموزشگران، محتوای آموزشی و روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه با ترویج کارآفرینی در دانشگاه ارتباط دارد؟

محاسبه ضریب همبستگی پیرسون در جدول (۱) نشان می دهد که از بین چهار عامل مورد مطالعه؛ بین عوامل آموزشهای دانشگاهی، آموزشگران و محتوای آموزشی با ترویج کارآفرینی در سطح یک درصد خطا و همچنین بین روشهای ترویجی اجرا شده در دانشگاه با ترویج کارآفرینی، در سطح پنج درصد خطا رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۱- نتیجه آزمون ضریب همبستگی در خصوص ارتباط عوامل مورد مطالعه با ترویج

کارآفرینی

متغیرها	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (P)
موفقیت طلبی	۰/۱۸۲ ^{**}	۰/۰۰۱
ریسک پذیری	۰/۱۳۷ [°]	۰/۰۱۵
تحمل ابهام	۰/۱۰۰	۰/۰۷۷
تعیین سرنوشت	۰/۱۲۱ [°]	۰/۰۳۳
خلاقیت و نوآوری	۰/۱۷۴ ^{**}	۰/۰۰۲
استقلال طلبی	۰/۱۲۳ [°]	۰/۰۲۹
آموزشهای دانشگاهی	۰/۵۴۱ ^{**}	۰/۰۰۰
آموزشگران دانشگاه	۰/۵۸۲ ^{**}	۰/۰۰۰
محتوای آموزشی	۰/۵۵۶ ^{**}	۰/۰۰۰
روشهای ترویجی اجرا شده	۰/۱۴۵ [°]	۰/۰۱۰

* سطح معنی داری ۰/۰۵ ** سطح معنی داری ۰/۰۱

همچنین برای تبیین اثرات متقابل عوامل موثر بر ترویج کارآفرینی، از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتایج حاصل از رگرسیون چند گانه در جدول ۲ (که تا شش گام پیش رفته)، نشان می دهد که آموزشگران دانشگاه به تنهایی ۳۳,۹٪ از تغییرات متغیر ترویج کارآفرینی را تبیین می کنند. در گام نهایی این معادله نیز، ضریب تبیین به $R^2 = ۰/۵۰۳$ رسیده است که این میزان نشان دهنده آن است که ۵۰,۳٪ از تغییرات متغیر ترویج کارآفرینی در دانشگاه بستگی به تغییرات شش عامل فوق دارد.

جدول ۲- ضریب همبستگی چند گانه و ضریب تبیین برای تبیین اثرات متقابل متغیرها با ترویج

کارآفرینی

گام ها	متغیرها	ضریب همبستگی (R)	ضریب تبیین (R^2)
۱	آموزشگران دانشگاه	۰/۵۸۲	۰/۲۳۹
۲	آموزشهای دانشگاهی	۰/۶۳۵	۰/۴۰۳
۳	روشهای ترویجی اجرا شده	۰/۶۶۳	۰/۴۴۰
۴	محتوای آموزشی	۰/۶۸۱	۰/۴۶۴
۵	موفقیت طلبی	۰/۷۰۱	۰/۴۹۱
۶	خلاقیت و نوآوری	۰/۷۰۹	۰/۵۰۳

ضریب تاثیر رگرسیونی استاندارد شده (Beta) نیز در جدول (۳) بیانگر آن است که؛ متغیر محتوای آموزشی با ۰/۲۸۷ بیشترین تاثیر رگرسیونی را در تبیین متغیر ترویج کارآفرینی دارا بوده و از اهمیت بیشتری برخوردار می باشد.

جدول ۳- متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون چندگام به روش گام به گام

متغیرها	B	Beta	T	P
Y=ترویج کارآفرینی	-	-	-	-
Costant = عدد ثابت	۰/۷۱۷	-	۴/۶۴۰	۰/۰۰۰
X1=محتوای آموزشی	۰/۱۷۳	۰/۲۸۷	۴/۹۳۲	۰/۰۰۰
X2=آموزشهای دانشگاهی	۰/۱۴۹	۰/۲۴۳	۴/۵۰۳	۰/۰۰۰
X3=آموزشگران دانشگاه	۰/۱۳۹	۰/۲۴۲	۴/۲۸۵	۰/۰۰۰
X4=روشهای ترویجی اجرا	۰/۱۰۷	۰/۱۷۷	۴/۲۴۹	۰/۰۰۰
X5=موفقیت طلبی	۰/۰۹۳	۰/۱۴۰	۳/۲۷۶	۰/۰۰۱
X6=خلاقیت و نوآوری	۰/۰۷۱	۰/۱۱۸	۲/۷۷۵	۰/۰۰۶
Y=متغیر وابسته	B=ضریب تاثیر رگرسیونی استاندارد نشده			
t=تاثیر نسبی حضور هرمتغیر	Beta = ضریب تاثیر رگرسیونی استاندارد شده			
مستقل				

با توجه به ضرایب محاسبه شده معادله خط رگرسیون به شرح زیر تنظیم می شود:

$$Y = 0.287(x1) + 0.243(x2) + 0.242(x3) + 0.177(x4) + 0.140(x5) + 0.118(x6) + 0.717$$

سؤال سوم: آیا تفاوتی بین نظرات دانشجویان با ویژگیهای مختلف فردی، در مورد تاثیر چهار

عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه وجود دارد؟

یافته های حاصل از آزمون مقایسه میانگین t در جدول (۴)، نشان می دهد که بین نظرات دانشجویان دختر و پسر در خصوص تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه، اختلاف معناداری در سطح پنج درصد خطا وجود دارد و مقایسه میانگین پاسخ های دو گروه بیانگر آن است که پسران تاثیر این عوامل را بیشتر دانسته اند.

همچنین بین نظرات دانشجویان دوره های دکترا و کارشناسی ارشد در خصوص تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه اختلاف معناداری در سطح پنج درصد خطا

وجود دارد. بر اساس میانگین پاسخ های دو گروه، دانشجویان دوره های کارشناسی ارشد تاثیر این عوامل را بیشتر دانسته اند.

بین نظرات دانشجویان شاغل و غیر شاغل نیز در خصوص تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه، اختلاف معناداری در سطح یک درصد خطا وجود دارد. مقایسه میانگین دو گروه بیانگر آن است که دانشجویان غیر شاغل تاثیر این عوامل را بیشتر دانسته اند. بین نظرات دانشجویان بر اساس سایر ویژگیهای فردی در مورد تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه، اختلاف معناداری مشاهده نگردید.

جدول ۴- آزمون مقایسه میانگین t برای تعیین تفاوت نظرات دانشجویان در مورد تاثیر عوامل مورد

مطالعه بر ترویج کارآفرینی

متغیر	شاخص	تعداد	میانگین نمونه	انحراف معیار	t	sig
جنسیت	دختر	۱۳۸	۲,۵۷	۰,۳۰	۳,۷۶۱	۰/۰۱۶°
	پسر	۱۷۵	۲,۷۳	۰,۴۱		
تاهل	متاهل	۹۶	۲,۶۱	۰,۳۵	۱,۴۰۲	۰/۳۷۷
	مجرد	۲۱۷	۲,۶۸	۰,۳۸		
مقطع تحصیلی	ارشد	۲۳۲	۲,۷۸	۰,۳۸	۰,۰۲۴	۰/۰۲۴°
	دکتری	۸۱	۲,۳۵	۰,۳۳		
رشته تحصیلی	کشاورزی	۲۴۷	۲,۶۷	۰,۳۷	۱,۲۱۴	۰/۷۶۴
	منابع طبیعی	۶۶	۲,۶۱	۰,۳۸		
وضعیت اشتغال	شاغل	۱۲۶	۲,۵۳	۰,۴۴	۱,۳۷۹	۰/۰۰۱°°
	غیر شاغل	۱۸۷	۲,۶۹	۰,۳۱		
تجربه کسب و کار	با تجربه	۶۸	۲,۷۲	۰,۴۱	۱,۵۰۴	۰/۱۵۴
	بدون تجربه	۲۴۵	۲,۶۴	۰,۳۶		
گذراندن دوره آموزشی دیده	آموزش دیده	۵۵	۲,۷۵	۰,۳۷	۱,۹۲۹	۰/۹۹۹
	بدون آموزش	۲۵۸	۲,۶۴	۰,۳۷		

* سطح معنی داری ۰/۰۵ ** سطح معنی داری ۰/۰۱

سؤال چهارم: مناسب‌ترین روش ترویجی اجرا شده در دانشگاه کدام است؟

همان‌طور که در جدول (۵) مشخص می‌باشد، یافته‌های حاصل از آزمون رتبه‌بندی فریدمن نشان می‌دهد، برگزاری اردوهای علمی و بازدید از سازمانها و مراکز کارآفرینی و ارتباط دانشجویان با کارشناسان خبره و کارآفرینان موفق رتبه اول و دوم را دارا می‌باشند و مناسب‌ترین روش ترویجی اجرا شده در دانشگاه بوده‌اند. رتبه سایر گویه‌ها نیز در جدول مشخص می‌باشد.

جدول ۵- نتیجه حاصل از آزمون فریدمن برای تعیین اولویت روشهای ترویجی اجرا شده در

دانشگاه

رتبه	گویه‌ها	نمره بر اساس آزمون فریدمن
۱	برگزاری اردوهای علمی و بازدیدی، از سازمانها و مراکز کارآفرینی	۱۰/۵۲
۲	ارتباط دانشجویان با کارشناسان خبره و کارآفرینان موفق	۱۰/۱۹
۳	برگزاری سمینار و ارائه سخنرانی علمی، مرتبط با موضوع کارآفرینی	۱۰/۱۸
۴	انتشار خبرنامه کارآفرین در دانشکده	۹/۲۹
۵	حمایت از پایان‌نامه‌ها و پژوهشهای مرتبط با کارآفرینی	۹/۲۴
۶	توسعه برنامه‌های آموزش الکترونیک در ارتباط با آموزش کارآفرینی	۸/۹۵
۷	ارتباط بین دانشجویان و دانش‌آموختگان جهت تبادل اطلاعات و تجربیات	۸/۶۹
۸	برگزاری کارگاه‌های تبدیل ایده به فعالیت‌های اقتصادی	۸/۴۲
۹	برگزاری برنامه‌های کار تیمی	۸/۳۱
۱۰	تشکیل کانون یا مرکز کارآفرینی در دانشگاه	۸/۱۸
۱۱	برگزاری مسابقات و نمایشگاه‌هایی در ارتباط با موضوعات کارآفرینی	۷/۸۷
۱۲	تجهیز کتابخانه به کتب و مجلات آموزش کارآفرینی	۷/۷۶
۱۳	راه‌اندازی دفتر مجله علمی کارآفرینی	۷/۶۳
۱۴	برگزاری کارگاه‌هایی برای شناساندن قوانین، بازاریابی و محیط کسب و کار	۷/۱۲
۱۵	نمایش و عرضه فیلم‌های ترویجی، در زمینه موضوعات کارآفرینی	۶/۵۹
۱۶	برگزاری جشنواره‌های دانشجویی کارآفرینی	۶/۴۶

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش دانشگاهی است که همراه با آشکار شدن نقش و تاثیر آن بر روند اشتغال‌زایی، تلاش در جهت آموزش و ترویج آن در دانشگاه‌ها شدت گرفته است. یکی از نکاتی که برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه و ارائه فرصت‌های آموزش مناسب اهمیت دارد، مطالعه و شناسایی مجموعه عواملی است که بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه تاثیر

گذار است. چرا که هر یک از دانشگاه‌ها که قصد شروع فعالیت‌های کارآفرینانه را داشته باشد، با آگاهی از تاثیر عوامل فوق، می‌تواند ضریب موفقیت خود را در دستیابی به اهداف ترویج کارآفرینی افزایش دهد. عواملی که در تحقیق حاضر مورد مطالعه قرار گرفت شامل؛ ویژگی‌های فردی و کارآفرینانه دانشجویان، آموزش‌های دانشگاهی، آموزشگران، محتوی آموزشی و روش‌های ترویجی استفاده شده در دانشگاه بودند که نتایج ذیل را به‌همراه داشته است:

بر اساس یافته‌های تحقیق، اکثر ویژگی‌های کارآفرینانه مورد مطالعه دانشجویان (بجز ویژگی تحمل ابهام)، دارای رابطه مثبت و معنی‌دار با متغیر ترویج کارآفرینی هستند. این یافته با یافته‌های خدمتی توسل (۱۳۷۹)، عزیزی (۱۳۸۵)، بدری و همکاران (۱۳۸۵)، شریف زاده و زمانی (۱۳۸۵) و هوارد (۲۰۰۴) همسو می‌باشد و بیانگر آن است که برای تحقق اهداف و برنامه‌های ترویج کارآفرینی در دانشگاه، توجه به ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان امری ضروری است. با عنایت به اینکه اکثر اندیشمندان بر اکتسابی بودن این ویژگی‌ها تاکید دارند، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی بگونه‌ای تدوین شوند که توأم با در نظر گرفتن توانمندی‌های فردی دانشجویان، شرایطی لازم را برای رشد و تقویت این ویژگی‌ها در آنها فراهم آورند.

دیگر یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که رابطه مثبت و معنی‌داری بین عوامل آموزش‌های دانشگاهی، آموزشگران، محتوای آموزشی و روش‌های ترویجی اجرا شده در دانشگاه با متغیر ترویج کارآفرینی وجود دارد. این نتیجه با نتایج تحقیقات سلیمانپور (۱۳۸۵)، ریحانی (۱۳۸۶) و عزیزی (۱۳۸۵) مطابقت دارد. نتایج حاصل از رگرسیون چند گانه نیز نشان داد که این چهار عامل به همراه ویژگی‌های موفقیت‌طلبی و خلاقیت و نوآوری دانشجویان، ۳،۵۰٪ از تغییرات متغیر ترویج کارآفرینی در دانشگاه را تبیین می‌کنند. این نتایج نشان دهنده اهمیت و نقش این عوامل برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه است و اشاره به این موضوع دارد که برای آن که دانشگاه بتواند نقش خود را در توسعه و ترویج کارآفرینی ایفا نماید، ابتدا خود باید کارآفرین باشد. منظور از این کارآفرینی، تغییراتی است که لازم است برای حرکت بسوی ترویج کارآفرینی در خود ایجاد نماید. این تغییرات می‌تواند در ساختار، نظام و محتوای برنامه‌های آموزشی، تغییر فرهنگ اعضای دانشگاه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه باشد. همچنین مطالعه دقیق سرفصل‌های دروس و تلفیق آموزش‌های کارآفرینی در برنامه درسی گروه‌های آموزشی، ایجاد تغییرات اساسی در دوره‌های تدریس و محتوای آموزشی، استفاده از استادان متخصص دروس کارآفرین در کنار

سایر استادان متخصص گروه‌ها و یا برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی برای استادان فعلی دانشگاه، توسعه روشهای ترویجی مناسب، همگی از جمله مؤلفه‌هایی هستند که زمینه لازم را برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه فراهم می‌آورند.

براساس یافته‌های تحقیق، بین نظرات دانشجویان دختر و پسر و همچنین بین نظرات دانشجویان دوره‌های دکترا و کارشناسی ارشد در خصوص تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه، اختلاف معناداری وجود دارد که مقایسه میانگین دو گروه بیانگر آن است پسران نسبت به دختران و دانشجویان دوره‌های کارشناسی ارشد نسبت به دانشجویان دوره دکتری تاثیر این عوامل را بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه، بیشتر دانسته‌اند. این یافته‌ها به ترتیب با یافته تجاری و خدایاری (۱۳۸۵) و یافته ده یوری (۱۳۸۵) همسو می‌باشد.

همچنین بین نظرات دانشجویان شاغل و غیر شاغل نیز در خصوص تاثیر چهار عامل مورد مطالعه بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه، اختلاف معناداری در سطح یک درصد خطا وجود دارد. مقایسه میانگین دو گروه بیانگر آن است که دانشجویان غیر شاغل تاثیر این عوامل را بیشتر دانسته‌اند. این یافته‌ها بیانگر تاثیری است که این سه ویژگی (جنسیت، مقطع تحصیلی و وضعیت اشتغال دانشجویان)، در شکل‌گیری دیدگاه دانشجویان نسبت به تاثیر چهار عامل بر ترویج کارآفرینی در دانشگاه داشته است. لذا پیشنهاد می‌شود برای تدوین و اجرای برنامه‌های ترویج کارآفرینی در دانشگاه، به این سه ویژگی، توجه بیشتری شود و برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی، متناسب با نیازها و تفاوت‌های هر یک از گروه‌های مذکور تدوین شده و به اجرا درآیند.

در آخرین یافته تحقیق نیز مشخص شد که با توجه به نظرات دانشجویان، روشهای مناسب ترویجی اجرا شده در دانشگاه به ترتیب: برگزاری اردوهای علمی و بازدید، از سازمانها و مراکز کارآفرینی، ارتباط کارشناسان خبره و کارآفرینان موفق با دانشجویان، و... می‌باشند. لذا پیشنهاد می‌شود برای تحقق اهداف ترویج کارآفرینی، از روشهایی استفاده شود که مطابق نظرات دانشجویان، بیشترین تاثیر را در پیشبرد اهداف آموزش کارآفرینی در دانشگاه، داشته است.

منابع

- اچ ناندان. (۱۳۸۶). **مبانی کارآفرینی**. (ترجمه اعظم شجاع صفت و عاطفه واثقی). مشهد: نشر جهان فردا.
- احمد پور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۵). **مبانی کارآفرینی**. نشر فرا اندیش، تهران.
- بدری، احسان؛ لیاقتدار، محمد جواد؛ عابدی، محمدرضا و جعفری، ابراهیم. (۱۳۸۵). **بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان**. قابل دسترسی در سایت جهاد دانشگاهی، آدرس الکترونیکی WWW.SID.IR
- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). **مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه گیری کارآفرینی در ورزش**. مجله پژوهش در علوم ورزشی. ش ۱۰. ص ۷۳-۸۸.
- خدمتی توسل، بی نام. (۱۳۷۹). **بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی**. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه شهید بهشتی.
- ده یوری، سحر. (۱۳۸۵). **بررسی وضعیت اشتغال فارغ التحصیلان تکمیلی دانشکده کشاورزی کرج دانشگاه تهران و واحد علوم و تحقیقات**. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- ذبیحی، الف و مقدسی، د. (۱۳۸۵). **کارآفرینی از تئوری تا عمل**. مشهد: نشر جهان فردا.
- ریحانی، روشنک. (۱۳۸۶). **بررسی عوامل موثر بر فرآیند کارآفرینی فارغ التحصیلان رشته کشاورزی**. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت مدرس.
- سلیمانپور، محمدرضا. (۱۳۸۵). **بررسی و موانع مشکلات نیل به رویکرد کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی**. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۶). **اصول و مبانی کارآفرینی**. تهران: انتشارات کیا.
- شریف زاده، مریم و زمانی، غلامحسین. (۱۳۸۵). **بررسی نیاز های آموزشی دانشجویان کشاورزی در راستای تقویت روحیه کارآفرینی آنها**. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشکده کشاورزی. دانشگاه شیراز.
- عزیزی، محمد. (۱۳۸۵). **چالش آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها**. اولین همایش ملی کارآفرینی. تهران: دانشگاه تهران.

مقیمی، فضل الهه. (۱۳۸۱). کارآفرینی، سنجش و پژوهش. گاهنامه مرکز مطالعات سنجش آموزش کشور، شماره سوم، ص ۷.

- Block, Z. & Stumpf, S.A. (1992). **Entrepreneurship education research: Experience and challenge**. In D.L. Sexton & J.D. Kasarda (Eds), The state of the art of entrepreneurship (pp. 17-45). Boston: PWS-Kent Publishing.
- Gibb, A. (1990). **In pursuit of frameworks for the development of growth models of the small business**. International Small Business Journal. Vol, 19 No.1.
- Henry, C Hill F, Leitch (2007) **Entrepreneurship education and training: can Entrepreneurship be taught?** Part I Education & Training. Vol, 47 No. 3.
- Howard, S. (2004); "**Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation**"; University of South Florida Report, pp.3-17.
- Kent, C.A.(1990). **Entrepreneurship Education at the collegiate level: A synopsis and evaluation**. In C.A.Kent(Ed.) Entrepreneurship Education,pp.111-122. New York: Quorum Books.
- Magnos, K.(2000). **Training Entrepreneurship at universities: a Swedish Case**. International Entrepreneurship Conference Proceeding.
- Miller, D.(1983). **The Correlates of Entrepreneurship in three types of firms**. Management Science, 29,pp.770-791.
- Peak & Marshall.(2006). **The Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada: The Case of the Atllantic Region**. Paris:OECD.
- Reynolds,p.D.(2000).**Entrepreneurship Monitoring:2000 Executive Report**. Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial, leadership, Londin Business School.
- Sharifzadeh,D&Zamani,A.(2005). **Gender as a Determinant of Small Business Performance: Insights from a British Study**. Small Business Economics8(6),463-478.
- UNESCO.(2003). **World Declaration on Higher Education for the 21 st Century: Vision and Action**.
- Wortman, M.S.Jr.(1995). **Critical issues in family business: An international perspective of practice and research**. Paper presented at United States Association of Small Business and Entrepreneurship annual meeting.