

ارزیابی قابلیت های کارآفرینی دختران دانشجو

محمد امینی^۱، محمدرضا تمنایی فر^۲ و صدیقه غلامی علوی^{۳*}

چکیده

هدف اصلی این پژوهش ارزیابی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دختر بمنظور اعتبار بخشی و باز اندیشی در کارکردهای برنامه های درسی دانشگاهها و مراکز آموزش عالی ایران می باشد. جامعه آماری این پژوهش، دانشجویان شاغل به تحصیل دانشگاه کاشان در سال تحصیلی ۹۰-۹۱ می باشد که به روش نمونه گیری طبقه ای تعداد ۴۱۲ نفر از آنها به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه های مشخصات عمومی و قابلیت های کارآفرینی است. ضریب پایایی از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹ برآورد شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از شاخص های آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که میان دانشجویان دختر و پسر در نمره کل کارآفرینی و مؤلفه های ریسک پذیری و خلاقیت تفاوت معناداری وجود دارد. با این حال، میان دانشجویان دختر دانشکده های گوناگون از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد. افزون بر این، یافته ها نشان داد که میان دانشجویان دختر سال نخست و چهارم از نظر میزان برخورداری از قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد. این امر به نوبه خود نشان دهنده عدم موفقیت و ناکارایی برنامه های درسی دانشگاهی در رشد و پرورش قابلیت های کارآفرینی دانشجویان بوده و ضرورت تدوین و اجرای برنامه های درسی خاصی که محور آن آموزش و توسعه قابلیت های یاد شده باشد را گوشزد می کند.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، قابلیت های کارآفرینی، آموزش عالی، برنامه درسی.

۱- استادیار دانشگاه کاشان، گروه علوم تربیتی. amini2640@yahoo.com

۲- استادیار دانشگاه کاشان، گروه روان شناسی. tamannai@kashanu.ac.ir

۳- کارشناس ارشد برنامه ریزی درسی.

*- نویسنده مسئول مقاله: gholamy83@yahoo.com

پیشگفتار

توسعه^۱ در مفهوم واقعی و جامع خود نیازمند الزامات و پیش نیازهای^۲ متعددی است که وجود و حضور آن‌ها در نهایت، تحقق آن را امکان پذیر می سازد. یکی از اساسی ترین این پیش نیازها که بویژه طی سال های اخیر در ادبیات علوم گوناگون از جمله مدیریت، اقتصاد، روان شناسی و جامعه‌شناسی مورد توجه جدی قرار گرفته است، مفهوم کارآفرینی^۳ و قابلیت های^۴ مرتبط بدان می باشد. "کارآفرینی از منابع مهم و پایان ناپذیر همه جوامع بشری است. منبعی که بر توان خلاقیت انسان ها بر می‌گردد، از یک سو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند و پایان ناپذیر است. امروزه همگان دریافته اند که جوامعی که بر منابع انسانی نسبت به جوامعی که به منابع زیر زمینی متکی بوده، در بلند مدت موفق تر بوده اند، منابع زیر زمینی در کشورهای جهان سوم بر خلاف مزیت های آن از جمله موانع توسعه یافتگی بشمار آمده است، در صورتی‌که عدم وجود این منابع در برخی از کشورها باعث شده است تا آن‌ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و یا در یک واژه کارآفرینی از جمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند" (Akbari, 2001).

امروزه انسان کارآفرین^۵ به عنوان راه حل اصلی مشکلاتی از قبیل تحولات سریع و شتابان اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، پیچیدگی‌ها و رقابتی شدن اقتصاد جوامع، چالش‌ها و مشکلات ناشی از توزیع ناعادلانه درآمد، کیفیت نامطلوب زندگی برخی گروه های انسانی و هم‌چنین، منبع نامحدود توسعه مورد توجه قرار گرفته است (Zamani & et al, 2011). از سوی دیگر، یکی از شاخص های نوسازی اقتصاد ملی و توسعه اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه ایفای نقش آن‌ها در ساختارهای اقتصادی است (Shaemi & et al, 2011). در واقع، با توجه به نقش حساس زنان در تولید و توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، کارآفرینی به عنوان مهم ترین عامل در به ظهور رساندن توانایی های زنان بوده و هر اندازه میزان مشارکت آنان افزایش یابد روند رشد و توسعه تسهیل می گردد. بنابراین جوامعی که خواهان توسعه همه جانبه هستند، باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای تمامی اعضای خود، از جمله زنان شاغل فراهم سازند (Robinson, 2001). بدین رو در عرصه ی جهانی، زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه

¹ -development

² -prerequisite

³ -entrepreneurship

⁴ -capabilities

⁵ -entrepreneur human

اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار، در جوامع تبیین یافته است (Arasti, 2006).

مبانی نظری

امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی دریافته اند که توسعه کارآفرینی زنان تأثیر مثبت و مستقیمی بر بسیاری از فعالیت‌های گوناگون کشورها داشته است. سیمر (Seymour, 2003) در تأیید این مطلب بر این باور است که موفقیت زنان کارآفرین در جوامع در حال توسعه نه تنها موجب سود اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند. هم‌چنین، "رویکرد جنسیت در توسعه بر این باور پافشاری می‌کند که ترکیب زنان در فرآیند توسعه، در فضایی جدا از مردان و فارغ از روابط اجتماعی این دو گروه تحقق نخواهد یافت. در قالب سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مبتنی بر نظریه‌های جنسیتی، در سال‌های اخیر، برنامه‌ها و پروژه‌های بسیاری با هدف درک و حل آن‌چه مسئله زنان نامیده می‌شود طراحی شده است. در این نظریه‌ها، به میزانی که از انگاره تک‌نقشی زنان، به انگاره‌های دو نقشی و بلکه چند نقشی و از ملاحظات کاربردی به سمت ملاحظات راهبردی پیش می‌رویم، به ترتیب از نظریه‌های سیاست‌گذاری رفاه به برابری، فقرزدایی و کارآیی به تواناسازی می‌رسیم" (Research Institute Women, 2002). در واقع، نظریات مربوط به نقش زنان در توسعه، متأثر از نظریه‌های فمینیستی^۱ است و در این میان آثار توسعه اقتصادی و اجتماعی بیش‌تر مورد توجه فمینیست‌ها بوده است. این نظریات از سه جهت به زنان متکی است:

نخست آن که نقطه آغازین موضوع عمده بررسی‌های آنان، موفقیت‌ها و تجربیات زنان در جامعه است. دوم آن که در پژوهش‌های آنان، زنان موضوع مرکزی هستند. یعنی جهان را از دیدگاه متمایز زنان در جهان اجتماعی می‌نگرند و سوم آن که این نظریات انتقادی هستند و سعی دارند جهانی بهتر براب‌زنان بسازند، زیرا به این ترتیب جهان برای تمام بشریت دلپذیرتر خواهد شد (Ritzer, 2007).

از نظر تیانو^۲ سه دیدگاه در این زمینه با هم رقابت می‌کنند در نظریه «ادغام»^۳ گفته می‌شود توسعه با درگیر کردن هر چه بیشتر زنان در اقتصاد و زندگی عمومی، به رهایی زنان و برابری

^۱ -feminist Theory

^۲ -Tiano

^۳ -Integration Theory

جنسیتی منجر می شود. در نظریه «حاشیه ای شدن»^۱ بیان می شود که توسعه سرمایه داری، زنان را بیش از پیش از ایفای نقش های تولیدی باز می دارد و به قلمرو خصوصی و خانه محدود می کند. در این نوع توسعه زنان از لحاظ مالی به مردان وابسته می شوند. در نظریه «بهره کشی»^۲ نیز گفته می شود مدرنیته شدن به پیدایش نوعی نیروی کار ارزان زنانه می انجامد. زنان در بخش تولید صنعتی نقش مهم تری پیدا می کنند، اما از آن جا که نیروی کار درجه دوم بشمار می آیند، در معرض بهره کشی قرار می گیرند (Abbott & wallace, 2001).

بنابراین از آن جا که زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه دارند، ارتقای فعالیت کارآفرینانه در بخش زنان می تواند برای رشد و توسعه اقتصاد، افزایش درآمد و بهبود کیفیت زندگی آنان محرکی مؤثر بشمار آید (Mirghafouri & et al, 2008). اما فرآیند راه اندازی یک کسب و کار برای زنان بسیار مشکل است، زیرا آنان با کمبود مهارت ها، آموزش و سیستم حمایتی اجتماعی مواجه هستند. با این وجود تمایل به کارآفرینی در میان زنان یک تمایل قوی است به گونه ای که امروزه زنان صاحب کسب و کار نقش مهمی در سلامت اقتصاد جهان و تجارت میان جوامع دارند.

امروزه، نیمی از جمعیت ۲/۴ میلیاردی نیروی فعال در جهان را زنان تشکیل می دهند. بر اساس آمار مرکز کارآفرینی جهانی، از هر ۱۰۰ نفر در جهان ۷ زن کارآفرین می شود (Global Entrepreneurship Monitor, 2007). "در کشورهای ثروتمند، نرخ پایین رشد جمعیت به همراه پیر شدن جمعیت، دولت ها را به لزوم فعالیت اقتصادی زنان آگاه کرده است زیرا نیمی از جمعیت آن ها را زنان تشکیل می دهند و محروم شدن اقتصاد از توانایی های این قشر ضررهای فراوانی در پی خواهد داشت. در همین راستا دولت ها با اصلاح قوانین کار، تأسیس مراکز آموزشی و حمایت از زنان شاغل و کارآفرین، سعی کرده اند زمینه را برای ورود آن ها به بازار کار فراهم کنند. چرا که کارآفرینی موقعیتی را برای زنان ایجاد می کند، که در آن می توانند بزرگترین روپاها و آرزوهایشان را برآورده سازند" (Orhan & Don, 2001).

در واقع، برای بسیاری از زنان داشتن کسب و کار، بیش از آن که نتیجه یک دگرگونی در وضعیت شخصی باشد، نتیجه یک انگیزه درونی و یا میل به زندگی دلخواه و مستقل می باشد و هدف آن ها از اداره و رشد کسب و کار خود، کنترل تقدیر و سرنوشت، دست یابی به امنیت و برگشت به جامعه است (Brush, 1992).

^۱ -Marginal Theory

^۲ -Exploitation Theory

متخصصان علوم اجتماعی بر این باورند که در گذشته زنان کنترل اقتصاد و معیشت اشتراکی را بر عهده داشته و جامعه مادر سالار بوده است اما به دلایل بسیاری از جمله اختراعات گوناگون، پیشرفت در عرصه صنعت، تقسیم کار اجتماعی، افزایش سرمایه، برتری قوای جسمانی مرد و... تسلط آنان بر خانه و جامعه کمرنگ تر شده است.

از این رو، ایجاد تفکر کارآفرینی و ورود به کسب و کار در میان بانوان کشور، بویژه دانش آموختگان دانشگاهی که با توجه به دانش و مهارتی که در رشته تخصصی دانشگاهی خود فرا گرفته و امکان ایجاد کسب و کار به صورت فردی و یا گروهی در رشته تخصصی خود را دارند، باعث می شود که آن‌ها با بهره‌گیری از استعدادهای بالقوه خود، افرادی خلاق، نوآور و کارآفرین شوند و خود را باور نمایند که این خودباوری نه تنها منجر به تسلط و موفقیت آنان در زندگی شخصی‌شان می شود بلکه بسیاری از ناهنجاری های فکری و روانی را کاهش می دهد.

بررسی ها نشان می دهد که ویژگی های فردی زنان نقش بسزایی در فقر آنان دارد و فقر آنان دارای ابعاد چندگانه اقتصادی، اجتماعی و روانی است. توانمندی زنان و مشارکت آن‌ها در فرآیندهای گوناگون زندگی به عنوان یکی از نشانگرهای مهم موفقیت برنامه های مبارزه با فقر می باشد، توانمند سازی فرآیندی است که زنان به کمک آن اعتماد به نفس خود را افزایش داده و برای سازماندهی خودشان توانمند می شوند، هم چنین، از حقوق خود برای انتخاب مستقل و کنترل بر منابع، که منجر به از بین رفتن جایگاه فرودستی آنان می شود، دفاع می کنند (Keller and Mbweve, 1991 by malhatra & Schuler, 2002).

نظریه فمینیستی درباره توانمند سازی زنان، دو مانع عمده توسعه ای و غیر توسعه ای را در توانمندسازی زنان تأثیر گذار می دانند. موانع توسعه ای شامل موانع فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می شود و موانع غیر توسعه ای مربوط به ویژگی های زنان می باشند با این حال، در بررسی موانع توسعه ای نمی توان جنبه های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را از هم کاملاً تفکیک کرد و این سه از هم جدا نیستند، ولی با این حال مهم ترین راه دستیابی به توسعه مشارکت زنان را آموزش و پرورش آنان می دانند که در این زمینه خانواده و مدرسه را می توان به عنوان مهم ترین عامل در آموزش، تربیت و جامعه پذیری زنان قلمداد کرد (Nagi Road, 2003). در واقع برای این که زنان به سطوح بالای سیاست گذاری، مدیریتی و تصمیم گیری راه پیدا کنند، باید موانع ذهنی موجود در جامعه برداشته شود.

از این منظر یکی از مهم ترین قابلیت ها و توانمندی هایی که نقش مهم و برجسته ای در بروز ظرفیت های وجودی زنان و ارتقای نقش و جایگاه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آن‌ها ایفا می کند، برخورداری از قابلیت های کارآفرینی می باشد.

درباره معنا و مفهوم کارآفرینی برخی صاحب نظران اذعان نموده اند که مطالعه کارآفرینی با فقدان تعریف، کانون توجه و یک ساختار مفهومی مواجه است (Shane & Venkataramam, 2001). فقدان تعریفی مقبول در این حوزه مانع سازماندهی، کاربرد و قابلیت پیش‌بینی پژوهش‌های شده و موجب شده که تلاش‌های پژوهشگران در زمینه کارآفرینی، انباشتی از دانش فراهم نکند (Alvani & Budlaei, 2010). ولی با این همه می‌توان بر این نکته صحنه گذاشت که " کارآفرینی ریشه در نظریات اقتصاددانان فرانسه در قرن هفدهم میلادی دارد" (Dees, 2000). مفهوم واژه شناختی آن در بردارنده دلالت های معنایی است که از آن انجام کار یا فعالیتی غیر معمول که مستلزم درجاتی از خطرپذیری است، مستفاد می‌گردد.

بر این اساس، از یک منظر تاریخی، اصطلاح کارآفرینی " در قرن شانزدهم میلادی از واژه فرانسوی انتریپرندر^۱ به معنای متعهد شدن برسر زبان ها افتاد و اولین بار برای افرادی به کار برده شد که در مأموریت های نظامی خود را به خطر می انداختند" (Ahmadpour, 2000). طی فرایند کارآفرینی یک فرد کارآفرین فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند (Drucker, 1985). از دیدگاه ابطحی و همکاران (Abtahi & et al, 2010) کارآفرین فردی است که با استفاده از حداقل منابع اقتصادی، حداکثر بهره وری را ایجاد می کنند. این افراد ارزش آفرین، خلاق و نوآوری بوده که با استفاده از فن تخریب خلاق در مسیر پیشینه‌سازی مزایای اقتصادی عمل می‌کنند. "کارآفرین کسی است که بتواند از عهده ی تشخیص فرصت های شغلی جدید کسب و کار برآمده یا ایده های جدید درآمدزا، همراه با تدابیر و روش‌های کاربردی لازم برای خوداشتغالی ارائه دهد، هم‌چنین، از عهده ی واگذاری ایده به دیگران یا تأسیس یک بنگاه اقتصادی کوچک برآید" (Grami Nejad, 2006).

این نکته قابل انکار نیست که رشد و پرورش افراد برخوردار از شاخصه‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه، هیچ گاه در خلأ اتفاق نمی‌افتد. بلکه این مهم نیازمند یک جریان آموزشی هدفمند و قبول مسئولیت توسط نظام آموزشی و نهادهای وابسته به آن در سطوح و مقاطع تحصیلی گوناگون بویژه مقطع آموزش عالی می باشد. در واقع، باید بر این نکته تأکید کرد که پدیده تجاری سازی ایده ها در محیط علمی یا همان کارآفرینی دانشگاهی مدت‌های مدیدی است که توجه بسیاری از کشورها را به خود جلب نموده، به گونه ای که ممالکی هم چون امریکا، ژاپن و اتحادیه اروپا سیاست‌ها و خط مشی‌های کلانی را در راستای توسعه کارآفرینی دانشگاهی اتخاذ نموده اند (Henrekson & Rosenberg, 2000 ; Geuna & et al, 2001).

¹ -Entreprene

در واقع، " یکی از چالش‌های پیش روی جوامع گوناگون، وجود دانش‌آموختگان فاقد توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی و یک کسب و کار می‌باشد. این امر لزوم آماده‌سازی دانش‌آموختگان دانشگاهی را به وسیله توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می‌سازد" (Sabbaghe Yazdi, 2006). بنابراین، کارآفرینی آموزشی که طی آن دانشگاهها در نقش آموزش دهنده ظاهر می‌گردند، ثروت آفرین، نوآور و تجدیدکننده حیات اقتصادی می‌باشد. ضمن آن که وجود دانشگاههایی که کارآفرینی دانشگاهی را رونق می‌بخشند، موجب افزایش سطح تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاهی، انتقال فن‌آوری، افزایش رقابت‌پذیری و کاهش وابستگی به فناوری‌وارداتی می‌گردند (Mooghali, 2010).

نویسندگان ویژگی‌های گوناگونی را برای کارآفرینان ذکر کرده‌اند؛ بعضی از این ویژگی‌ها، روان‌شناختی هستند؛ به این نوع رویکرد که به دنبال تبیین ویژگی‌های شخصیتی است؛ رویکرد ویژگی‌ها گفته می‌شود. گیب (Gibb, 2000) با اشاره به برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های افراد کارآفرین و این که آنان می‌توانند نیازهای جدید را شناخته و برای ایجاد مشاغل جدید اقدام کنند، بر این باور است که دانشجویان باید به گونه‌ای پرورش یابند که قابلیت‌های کارآفرینانه در آن‌ها رشد یابد. مقیمی (Moghimi, 2001) با استناد به مکتب کارآفرینی انسانی، مهم‌ترین شاخصه‌های کارآفرینان موفق را عبارت از نیاز زیاد به موفقیت شخصی، نیاز کم به کنترل، فعالیت‌های خودتنظیمی، باور به توانایی خود در کنترل نتایج، تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، عزت نفس بالا و عدم انطباق‌پذیری می‌داند.

به باور نمکی و همکاران (Namaki & et al, 1988) ویژگی‌های شخصیتی که می‌توانند کارآفرینی زنان را تحت تأثیر قرار دهند عبارتند از: اعتماد به نفس، موفقیت‌طلبی، شیوه‌ی رهبری، مردم‌گرایی، آینده‌گرایی، ریسک‌پذیری و ترس از موفقیت.

زالی و همکاران (Zali & et al, 2007) نیز با استناد به مدل ارائه شده توسط مؤسسه توسعه کارآفرینی هند، پنج ویژگی اصلی کارآفرینی را در قالب توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و عزم و اراده فهرست می‌کنند. در این راستا شبیر و گریگور در تئوری خود اثرات عوامل ساختاری را بر توانایی‌های زنان در ورود به کسب و کار در نظر گرفتند. "عوامل ساختاری با توجه به اهداف شخصی زنان متفاوت دارد. این عوامل به سه دسته منابع داخلی، خارجی و ارتباطی (ارتباطات با خانواده، کارکنان، مشتریان، عرضه‌کنندگان) طبقه‌بندی شده‌اند. زنان کارآفرین با عقاید محکم و استوار خود نه تنها به عقاید کاری خود اطمینان دارند، بلکه خانواده و دوستان، برای عملی کردن این افکار آن‌ها را تشویق می‌کنند" (Shabbir & Gregorio, 1996). این عوامل در توسعه کسب و کار زنان ایرانی تأثیر بسزایی ندارد زیرا آن‌ها به دلیل تضاد نقش که با آن مواجه

هستند سعی در ایجاد مشاغلی دارند که دارای انعطاف پذیری زیادی هستند و به آن ها امکان می دهد که به راحتی تعادل بین کار و خانواده را حفظ نمایند (Gelard, 2009). این آزادی و انعطاف پذیری فعالیت های کارآفرینی به زنان کارآفرین اجازه می دهد تا بتوانند زندگی کاری را با زندگی شخصی و تعهدات خانوادگی تلفیق کنند. همچنین، ویژگی توفیق طلبی و انعطاف پذیری از ویژگی های بارز زنان کارآفرین ایرانی است که توانسته اند با این ویژگی ها در انجام وظایف خود موفق شوند (Gelard, 2004).

از نظر هیسریچ و پترز (Hisrich & Peters, 1998) کارآفرینان زن در انگیزه شروع فعالیت کسب و کار، نوع مهارت ها و توانایی هایی که دارند و زمینه های شغلی با کارآفرینان مرد متفاوت هستند. همچنین، عواملی که در فرآیند شکل گیری و ایجاد کسب و کار موثر هستند برای کارآفرینان زن، بویژه در زمینه نظام حمایتی، تأمین منابع، اعتبارات و سرمایه و سایر مسائل، متفاوت از کارآفرینان مرد هستند. با این حال، براساس فرهنگ ایرانی، خانه داری، تربیت فرزندان، تأمین و حفظ منافع همسر از وظایف جدا نشدنی زنان ایرانی بشمار می آید.

به هر حال، با استناد به مجموعه مطالبی که در زمینه مبانی نظری کارآفرینی و آموزش قابلیت های مرتبط به آن ارائه گردیده، این پژوهش در صدد است تا به پرسش های زیر پاسخ دهد:

۱- آیا میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه کاشان از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

۲- آیا میان دانشجویان دختر دانشکده های گوناگون دانشگاه کاشان از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

۳- آیا میان دانشجویان دختر سال اول و سال چهارم دانشگاه کاشان از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

۴- آیا بین قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دختر با سابقه آموزش و نیز پیشرفت تحصیلی (معدل) آنان رابطه معناداری وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

بررسی سوابق پژوهشی مرتبط با کارآفرینی به ویژه کارآفرینی زنان نشان دهنده نقش و اهمیتی است که فرایندهای آموزشی در ایجاد و پرورش توانمندی ها و قابلیت های کارآفرینی افراد ایفا می کنند.

دیفلی (Diffley, 1983) در پژوهش خود با عنوان « قابلیت های مهم کسب و کار برای زنان کارآفرین » ده قابلیت را برای زنان کارآفرین مهم می داند که عبارتند از: آگاهی از نیازهای

مشتریان، توانایی کاربرد مهارت‌های ارتباطی کتبی و شفاهی، آگاهی از عوامل مؤثر بر روابط انسانی، درک اهمیت مدیریت زمان و نیازهای شغلی، توانایی بررسی صورت‌های مالی، دانش مربوط به حساب‌های دریافتی و پرداختی، آگاهی از گام‌های اساسی برای شروع یک کسب و کار، توانایی خودارزیابی از دانش، مهارت و توانایی‌های فردی، دانش عمومی تجاری و صنعتی و آگاهی از سود خالص و ناخالص.

بریندلی (Brindley, 2005) در پژوهش خود تأکید می‌کند که آموزش کارآفرینی باید موجبات دانش ریسک‌پذیری و توانایی ارزیابی ریسک و مخاطره را فراهم آورد تا زنان کارآفرین بدانند که قادر به حفظ کسب و کار خود می‌باشند یا خیر.

یافته‌های استوارد و چستر (Steward & Chester, 1982) در بررسی تفاوت‌های جنسی در انگیزه‌های اجتماعی بشر شامل موفقیت، وابستگی و قدرت نشان داد که مردان و زنان از نظر انگیزه پیشرفت با یکدیگر تشابه دارند، هم‌چنین ترس از موفقیت در هر دو جنس به یک میزان مشاهده می‌شود.

هیسریچ و براش (Hisrich & Brush, 1984) در پژوهشی با عنوان «زنان کارآفرین: مدیریت، مهارت‌ها و مشکلات کسب و کار» در ۱۸ ایالت آمریکا به این نتایج دست یافتند که بزرگ‌ترین مشکلات زنان کارآفرین، نداشتن آموزش کسب و کار و تأمین اعتبار می‌باشد. از نظر این پژوهشگران، این مشکلات ناشی از عدم تجربه کاری زنان می‌باشد، لذا زنان نیازمند آموزش‌هایی از قبیل آموزش‌های مالی، مدیریتی، کسب و کار و... می‌باشند.

نتایج پژوهش دموری و همکاران (Damuri & et al, 2010) در جهت شناسایی و رتبه‌بندی مهم‌ترین انگیزه‌ها برای کارآفرینی در میان دانشجویان دختر بیان‌گر آن است که اصلی‌ترین انگیزه کارآفرینی دختران دانشجو، فراهم‌سازی شرایط برای زندگی بهتر، و پس از آن مفید بودن برای جامعه، دستیابی به استقلال و شناخت و بروز استعدادها و توانایی‌های شخصی است.

نتایج پژوهش گلرد (Gelard, 2005) در شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان ایرانی حاکی از آن است که نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی مهم‌تر از عوامل شبکه‌ای، سازمانی و محیطی است و نیز مهم‌ترین انگیزه‌ها برای آنان در کسب و کار، رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه است، هم‌چنین مهم‌ترین ویژگی‌های آنان توفیق‌طلبی و خلاقیت است.

امینی و همکاران (Amini & et al, 2010) در پژوهش خود به این نکته اشاره می‌کنند که سطح خوداتکایی زنان با سهم دریافتی آن‌ها از درآمدشان رابطه مستقیم دارد. اشتغال به فعالیت‌های

اقتصادی خارج از خانه، کارفرما بودن، داشتن فعالیت های اقتصادی متعدد و... از جمله مهم ترین عوامل مؤثر بر خود اتکایی آن ها بشمار می رود.

یافته های پژوهش صالحی و رستمی (Salehi & Rostami, 2009) در بررسی تأثیر آموزش های دانشگاهی در پرورش ویژگی های کارآفرینی دانشجویان بیانگر آن است که برنامه های آموزشی دانشگاه بستری مناسب را برای شکوفایی و آموزش قابلیت های کارآفرینی دانشجویان فراهم نمی کند. هم چنین، میان روحیه کارآفرینی و جنسیت رابطه معناداری وجود ندارد.

مصلح شیرازی (Moslehe shirazi, 2005) به بررسی و مقایسه ویژگی های کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه پرداخته و به این نتیجه دست یافت که بین دانشجویان دختر و پسر از نظر هیچ یک از ویژگی های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد.

نتایج پژوهش های فیض (Feyz, 2009) در بررسی تأثیر جنسیت بر ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان نشان داد که در مجموع بین بیشتر ویژگی های کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه سمنان تفاوتی وجود ندارد و فقط در دو ویژگی توفیق طلبی و تحمل ابهام تفاوتی اندک در میان آن ها دیده می شود.

نتایج پژوهش محمدی و همکاران (Mohammadi & et al, 2011) با عنوان « بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی » نیز بیانگر آن است که بین ویژگی های شخصیتی زنان با تمایل آن ها به کارآفرینی رابطه ی معناداری وجود دارد.

پژوهش گل شکوه و همکاران (Gol shokouh & et al, 2009) با هدف بررسی رابطه بین سبک های تفکر، انگیزه پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان نشان داد سبک تفکر قانون گذاری، انگیزه پیشرفت، خلاقیت، سبک تفکر جزیی نگر و پیشرفت تحصیلی پیش بینی کننده کارآفرینی هستند.

رضایی و رهسپار (Rezaei & Rahsepar, 2009) نیز در پژوهش خود به بررسی ویژگی های کارآفرینی دانشجویان پرداخته و نشان دادند که دانشجویان دختر و پسر در مؤلفه های روحیه کارآفرینی، نیاز به موفقیت و نیاز به استقلال دارای تفاوتی معنا دار بوده ولی در زمینه مرکز کنترل درونی، خلاقیت و ریسک پذیری این تفاوت معنا دار نمی باشد.

نتیجه پژوهش جهانگیری و ثقفی (Jahangiri & saghafi, 2008) در رابطه با بررسی و سنجش ویژگی های کارآفرینی مدیران نشان می دهد که کارآفرین بودن با سابقه کار، جنسیت و پست سازمانی رابطه ندارد.

یافته های پژوهش بهرامی (Bahrami, 2006) نیز با عنوان روان شناسی اشتغال زنان با تأکید بر وضعیت موجود در سطح ملی و بین المللی کشورهای اسلامی در بردارنده این نتایج است که بین

زنان و مردان از نظر استعداد و توانایی هیچ گونه تفاوتی وجود ندارد، هم‌چنین در نظر گرفتن شرایط و ویژگی‌های خاص زنان در محیط شغلی کارآیی آن‌ها را افزایش می‌دهد.

پژوهش هزارجریبی و ابراهیمی (Hezarjaribi & Ebrahimi, 2011) به بررسی و مقایسه رابطه بین ویژگی‌های کارآفرینی شاغلین سازمانی (زن و مرد) و رضایت شغلی آن‌ها پرداخته و نشانگر آن است که بین ویژگی‌های کارآفرینی اعتماد به نفس، کنترل درونی، نگرش مثبت، نیاز به توفیق، نیاز به استقلال و آینده‌نگری در زنان و مردان تفاوت معناداری نبود درحالی که بین خلاقیت، نوآوری، گرایش به رفاه اقتصادی و ریسک‌پذیری بین زنان و مردان تفاوت معنادار بوده و مردان این ویژگی‌ها را بیش‌تر داشتند. هم‌چنین، از نظر میانگین روحیه کارآفرینی تفاوت معناداری بین دو جنس وجود داشته و مردان میانگین روحیه کارآفرینی بالاتری نسبت به زنان داشتند.

جواهری و قضاتی (Javaheri & Ghazati, 2004) در پژوهش خود نابرابری‌های جنسیتی موجود در جامعه ایران را بیشتر جنبه اجتماعی و فرهنگی می‌دانند، که این از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد. در این زمینه نقش خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، ناهماهنگی انتظارات نقشی و مناسبات حاکم بر سازمان کار مورد توجه قرار می‌گیرد.

در مطالعه فلاح و همکاران (Falah, 2008) که به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی پرداخته شده، ذکر می‌شود که از نظر ویژگی‌های روان‌شناختی، زنان کارآفرین عمدتاً آینده‌نگر، نوگرا و خوداتکا هستند. بیش از نیمی از آنان در کلاس‌های مرتبط با کسب و کار شرکت نموده‌اند و از نظر مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، بیش‌تر آن‌ها در شرکت‌های تعاونی عضویت دارند.

روش پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع و هدف‌های پژوهش از روش تحقیق «توصیفی-پیمایشی» استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان دختر و پسر دوره کارشناسی از دانشکده‌های ریاضی، فیزیک، شیمی، مهندسی، علوم انسانی و معماری و هنر دانشگاه کاشان در سال تحصیلی ۹۰-۹۱ بوده است که تعداد ۴۱۲ نفر به عنوان گروه نمونه به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه سنجش قابلیت‌های کارآفرینی و نیز پرسشنامه مشخصات عمومی دانشجویان می‌باشد. این پرسشنامه به وسیله بدری و همکاران (Badri & et al, 2006) جهت ارزیابی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان تدوین و مورد استفاده قرار گرفته است. ضریب پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۹، برآورد و گزارش شده است. پرسشنامه ابتدا بر روی ۳۴ نفر از دانشجویان که به صورت تصادفی انتخاب شدند

آزمایش و آلفای کرونباخ نمره کل ۰/۹۲ و برای مؤلفه های استقلال طلبی، کنترل درونی، خلاقیت، انگیزه پیشرفت و ریسک پذیری به ترتیب ۰/۸۵، ۰/۷۸، ۰/۸۸، ۰/۷۵، ۰/۸۹ بدست آمده است. این پرسشنامه شامل ۵۰ پرسش بسته است که مهارت ها و قابلیت های کارآفرینی دانشجویان را در پنج مؤلفه استقلال طلبی، کنترل درونی، خلاقیت، انگیزه پیشرفت و ریسک پذیری مورد سنجش و اندازه گیری قرار می دهد. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش در دو سطح آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، واریانس و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون های t تک متغیره و آزمون تحلیل واریانس یک طرفه) انجام شده است.

یافته ها

پرسش نخست: آیا میان دانشجویان دختر و پسر از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول ۱- میانگین و انحراف معیار نمره کل کارآفرینی و مؤلفه ها در دو گروه دختر و پسر

متغیر	آماره	استقلال طلبی	ریسک پذیری	انگیزه پیشرفت	کنترل درونی	خلاقیت	کارآفرینی
دختر	تعداد	۲۳۹	۲۳۹	۲۳۹	۲۳۴	۲۳۹	۲۳۴
	میانگین	۴/۱۵	۳/۴	۲۰/۶۷	۷/۱۲	۲۵/۱۲	۷۲/۹۵
	انحراف معیار	۱/۰۲	۱/۷	۳/۴	۲/۴	۴	۵/۷
پسر	تعداد	۱۷۳	۱۷۳	۱۷۳	۱۶۷	۱۷۳	۱۶۷
	میانگین	۴/۱۱	۴/۰۶	۲۱	۶/۸	۲۶/۱۸	۷۴/۳۴
	انحراف معیار	۱/۱۱	۱/۸	۳/۶۴	۲/۴۱	۴/۶۵	۶/۳۱

برای سنجش میزان قابلیت های کارآفرینی دانشجویان پنج مؤلفه استقلال طلبی، ریسک پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی و خلاقیت دانشجویان در نظر گرفته شد. همان گونه که در جدول ۱ مشاهده می شود، میانگین نمره کل کارآفرینی دانشجویان دختر برابر ۷۲/۹۵ است و در مؤلفه های استقلال طلبی و کنترل درونی دارای میانگین بالاتری نسبت به پسران می باشند و در دیگر مؤلفه ها از میانگین کمتری برخوردارند.

جدول ۲- نتایج آزمون t در نمره کل کارآفرینی و مؤلفه ها در دو گروه دختر و پسر

متغیر	T	df	sig
استقلال طلبی	-۰/۳۷	۴۱۰	۰/۷۱
ریسک پذیری	۳/۹۲	۴۱۰	۰/۰۰
انگیزه پیشرفت	۰/۸۸	۴۱۰	۰/۳۸
کنترل درونی	-۱/۴۸	۳۹۹	۰/۱۴
خلاقیت	۲/۴۹	۴۱۰	۰/۰۱
کارآفرینی	۲/۳	۳۹۹	۰/۰۲

برای مقایسه میانگین مؤلفه‌های کارآفرینی در دو گروه دختر و پسر و تعیین تفاوت بین آن‌ها از آزمون t استفاده شده است. همان گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد دو گروه دختر و پسر در نمره کل کارآفرینی با هم تفاوت معنی دار دارند. به عبارت دیگر دانشجویان پسر با میانگین کارآفرینی ۷۴/۳۴ دارای قابلیت های کارآفرینی بیش‌تر نسبت به دانشجویان دختر با میانگین کارآفرینی ۷۲/۹۵ می باشند. هم چنین، تفاوت دانشجویان دختر و پسر در ویژگی ریسک پذیری و ویژگی خلاقیت معنی دار است.



پرسش دوم: آیا میان دانشجویان دختر دانشکده های گوناگون از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول ۳- میانگین و انحراف معیار نمره کل کارآفرینی و مؤلفه ها به تفکیک دانشکده

دانشکده	آماره	استقلال طلبی	ریسک پذیری	انگیزه پیشرفت	کنترل درونی	خلاقیت	کارآفرینی
میانگین	۴/۰۶	۳/۵	۲۰/۲	۶/۸۵	۲۵/۴۵	۷۳	
انحراف معیار	۰/۸۴	۱/۷۴	۳/۳۸	۲/۹۳	۴/۶۴	۶/۳	ریاضی
میانگین	۴/۲۵	۳/۷	۲۰/۷	۷/۶	۲۵/۸۲	۷۴/۵	
انحراف معیار	۱/۱۶	۱/۷	۳/۰۶	۲/۵	۳/۷	۵/۳	فیزیک
میانگین	۴/۱۱	۴/۴	۲۱/۰۶	۷/۲	۲۵/۳	۷۳/۵	
انحراف معیار	۰/۹	۱/۳۱	۲/۷۵	۲/۴۲	۴/۱۴	۵	شیمی
میانگین	۴/۱۴	۴/۰۱	۲۰/۶	۶/۷	۲۵/۸	۷۳/۴	
انحراف معیار	۱/۱۴	۱/۷	۳/۸	۲/۱۲	۴/۵	۶/۹	مهندسی
میانگین	۴/۰۴	۳/۵	۲۱/۳	۷/۰۴	۲۵/۷	۷۳/۹	
انحراف معیار	۱/۰۷	۱/۸	۳/۷	۲/۲۷	۴/۴	۵/۹	علوم انسانی
میانگین	۴/۴	۳/۷۳	۲۰/۵	۶/۷	۲۴/۶	۷۲/۳	
انحراف معیار	۱/۰۸	۱/۹۵	۳/۳	۲/۵	۴/۲	۵/۰۳	

جدول ۳ نشان می دهد دانشکده فیزیک در نمره کل کارآفرینی نسبت به دیگر دانشکده ها دارای میانگین بالاتر و دانشکده معماری و هنر از میانگین کمتری برخوردار است. هم چنین، مؤلفه های استقلال طلبی، ریسک پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی و خلاقیت به ترتیب در دانشکده های معماری و هنر، شیمی، علوم انسانی و فیزیک دارای بیشترین میانگین می باشند.

جدول ۴- نتایج تحلیل واریانس مربوط به نمره کل کارآفرینی و مؤلفه‌ها به تفکیک دانشکده

متغیر	مجموع مجزورات	Df	میانگین مجزورات	F	Sig
استقلال طلبی	۴/۱۳	۵	۰/۸۳	۰/۷۹	۰/۵۶
ریسک پذیری	۱۵/۹۹	۵	۳/۲	۱/۱۵	۰/۳۳
انگیزه پیشرفت	۱۸/۵	۵	۳/۷	۰/۳۲	۰/۹
کنترل درونی	۳۵/۴۸	۵	۷/۰۹	۱/۲۹	۰/۲۷
خلاقیت	۲۷/۴۶	۵	۵/۵	۰/۳۴	۰/۸۹
کارآفرینی	۵۴/۵۴	۵	۱۰/۹	۰/۳۳	۰/۹

همان‌گونه که در جدول ۴ مشهود است، تفاوت بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌ها معنادار نیست.

پرسش سوم آیا میان دانشجویان سال نخست و چهارم دانشگاه کاشان از نظر قابلیت‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

جدول ۵- میانگین و انحراف معیار نمره کل کارآفرینی و مؤلفه‌ها در دو گروه دانشجویان سال اول و چهارم

متغیر	T	df	sig
استقلال طلبی	۱/۰۸	۹۲	۰/۲۸
ریسک پذیری	۰/۰۰۸	۹۲	۰/۹۹
انگیزه پیشرفت	۰/۶۹	۹۲	۰/۵
کنترل درونی	-۰/۳۳	۹۰	۰/۷۴
خلاقیت	-۱/۰۱	۹۲	۰/۳۱
کارآفرینی	۰/۱۹	۹۲	۰/۸۵

برای سنجش تفاوت بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دختر سال نخست و سال چهارم پنج مؤلفه استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت و همچنین،

نمره کل کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می دهد میانگین نمره کل کارآفرینی دانشجویان سال نخست (۷۲/۹) بیش تر از سال چهارم (۷۲/۷) است.

جدول ۶- نتایج آزمون t در نمره کل کارآفرینی و مؤلفه ها در دو گروه دانشجویان سال اول و

چهارم

متغیر	آماره	استقلال طلبی	ریسک پذیری	انگیزه پیشرفت	کنترل درونی	خلاقیت	کارآفرینی
سال	تعداد	۴۱	۴۱	۴۱	۳۹	۴۱	۴۱
نخست	میانگین	۴/۳	۳/۵	۲۰/۸	۷/۱۵	۲۴/۵	۷۲/۹
	انحراف معیار	۱/۱۵	۲/۰۴	۳/۳	۲/۶	۴/۳	۵/۷
سال	تعداد	۵۳	۵۳	۵۳	۵۳	۵۳	۵۳
چهارم	میانگین	۴/۰۵	۳/۵۵	۲۰/۴	۷/۳	۲۵/۳	۷۲/۷
	انحراف معیار	۱/۷	۱/۶	۳	۲/۲	۳/۷	۵/۴

نتایج جدول ۶ نشان می دهد که تفاوت بین قابلیت های کارآفرینی دانشجویان سال اول و سال چهارم معنادار نیست.

پرسش چهارم: آیا بین سابقه آموزش و نیز پیشرفت تحصیلی (معدل) دانشجویان دختر و قابلیت های کارآفرینی آنان رابطه معناداری وجود دارد؟

جدول ۷- همبستگی بین سابقه آموزش و معدل با کارآفرینی

متغیر	تعداد	r	sig
سابقه آموزش و کارآفرینی	۲۳۴	۰/۱۲	۰/۰۷۲
معدل و کارآفرینی	۲۰۳	۰/۰۰۰۱	۰/۹۹

بر اساس جدول ۷ همبستگی معناداری میان سابقه آموزش و معدل با کارآفرینی وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

با عنایت به مطالب بالا، بررسی و ارزیابی برنامه های درسی و اقدام های دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی در زمینه ایجاد، آموزش و پرورش مهارت ها و قابلیت های کارآفرینی دانشجویان از نقش و اهمیت زیادی برخوردار می باشد. آموزش این قابلیت ها با توجه به شرایط جدید و پیچیده جوامع انسانی در قرن بیست و یکم و وجود معضل بارز و مشهودی هم چون بیکاری تحصیل کرده ها و فارغ التحصیلان دانشگاهی دارای اهمیت زیادی می باشد. در این راستا تحلیل و ارزیابی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان (به عنوان مشتریان اصلی نظام آموزش عالی و کسانی که یادگیری آن ها بهترین معرف برنامه درسی تجربه شده است) و بررسی میزان موفقیت برنامه های درسی رسمی و از پیش تعیین شده دانشگاهی در زمینه ایجاد و پرورش قابلیت های کارآفرینی دانشجویان می تواند تصویری روشن و مستند از واقعیات و معضلات آموزش عالی ایران در این عرصه به دست دهد تا از راه آن ضمن شناسایی کمبودها و نقاط ضعف، سیاست ها و اقدام های لازم را جهت اصلاح و ارتقای وضعیت موجود تدوین و به مرحله اجرا گذاشت.

پرسش نخست: آیا میان دانشجویان دختر و پسر از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

یافته های جدیدست آمده از این پژوهش نشان می دهد که میان دانشجویان دختر و پسر از نظر نمره کل کارآفرینی و مؤلفه های خلاقیت و ریسک پذیری تفاوت معناداری وجود دارد. البته، در سه مؤلفه دیگر این تفاوت معنادار نمی باشد. این یافته ها با بخشی از نتایج پژوهش رضایی و رهسپار (Rezaei & Rahsepar, 2009)، هزارجریبی و ابراهیمی (Hezarjaribi & Ebrahimi, 2011) و فیض (Feyz, 2009) مطابقت دارد. در واقع احتمال می رود دانشجویان پسر به خاطر تمایلات و تجارب اجتماعی و محیطی گسترده تر و یادگیری های غیر رسمی که از این راه بدست می آورند، دارای عملکرد بهتری در زمینه کارآفرینی و مؤلفه های خلاقیت و ریسک پذیری هستند. البته، باید به این نکته اشاره کرد که اصولاً قابلیت های کارآفرینی به عنوان پدیده ای عام مطرح هستند که افراد می توانند در صورت آموزش مناسب نسبت به شکوفایی و پرورش آن اقدام نمایند. با این حال، این نتایج با یافته های پژوهش های مصلح شیرازی (Moslehe Shirazi, 2005)، بهرامی (Bahrami, 2006)، جهانگیری و ثقفی (Jahangiri & Saghafi, 2008) و صالحی و رستمی (Salehi & Rostami, 2009) مطابقت ندارد.

پرسش دوم: آیا میان دانشجویان دختر دانشکده های گوناگون از نظر قابلیت های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

نتایج نشان می‌دهد که دانشجویان دختر دانشکده‌های گوناگون دانشگاه از نظر قابلیت‌های کارآفرینی با هم تفاوت معناداری ندارند. در واقع می‌توان بر این نکته تأکید کرد که دانشجویان رشته‌ها و دانشکده‌های گوناگون صرف نظر از گرایش‌ها و حوزه‌های تخصصی که در آن مشغول به تحصیل هستند، نیازمند برخورداری از تجارب و فرصت‌های یادگیری^۱ و دوره‌های آموزشی هستند که با تأکید ویژه بر روی ابعاد گوناگون کارآفرینی، بتواند مجموعه‌ای از توانمندی‌ها و قابلیت‌های مربوط به کسب و کار و تولید شغل را در آن‌ها بوجود آورد. "اغلب دانشکده‌ها فقط آموزش را در گستره رسالت خویش بدون هیچ برنامه و تمهیداتی بمنظور تزریق اندیشه کارآفرینی و ارزش‌آفرینی فراگیران در دستورکار خود قرار می‌دهند و شاید کم‌تر برنامه‌هایی با درون‌مایه کارآفرینی داشته باشند و در پی آن شاهد فراغت هزاران دانش‌آموخته‌ای می‌شویم که کم‌ترین نشاط نوآوری و اندیشه‌آفرینی در آنان نیست و همواره پی‌جوی کار و اشتغال در هر زمینه‌ای، ولو بی‌ارتباط با نوع تخصص و رشته تحصیلی ایشان می‌باشند" (Hosseini Largani, 2009, P:120).

پرسش سوم: آیا میان دانشجویان سال اول و چهارم دانشگاه کاشان از نظر قابلیت‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

نتایج حاصل از پاسخ‌های داده شده به پرسش سوم این پژوهش نشان می‌دهد که میان دانشجویان سال اول و سال آخر از نظر قابلیت‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد. این یافته ضمن آن که با نتایج پژوهش‌های بدری و همکاران (Badri & Et Al, 2006) و صالحی و رستمی (Salehi & Rostami, 2009) در مورد تمام نمونه (دختر و پسر) مطابقت دارد، نشان می‌دهد که برنامه‌های درسی و آموزش‌های دانشگاهی در پرورش قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان قادر به ایفای نقش مثبت و سازنده‌ای نمی‌باشند. در ادبیات برنامه‌درسی از مفهومی با عنوان برنامه‌درسی تجربه شده یاد می‌شود که نوعاً میزان یادگیری‌های واقعی و عملی فراگیران و میزان موفقیت نظام‌های آموزشی را در تحقق اهداف مورد نظر خود می‌سنجد. برنامه‌درسی تجربه شده معرف برداشت‌ها و ادراک‌های فراگیران از برنامه‌درسی اجرایی و پیشرفت‌های حاصل توسط آن‌هاست. اهمیت این برنامه‌درسی در آن است که نشان می‌دهد در تحلیل نهایی، یادگیرندگان تصمیم‌گیرندگان اصلی یاددهی-یادگیری و برنامه‌درسی بوده و به آن تعیین می‌بخشند (Mehr Mohammadi, 2008).

پرسش چهارم: آیا بین سابقه آموزش و نیز پیشرفت تحصیلی (معدل) دانشجویان دختر و قابلیت‌های کارآفرینی آنان رابطه معناداری وجود دارد؟

¹ -learning experiences and opportunities

در بررسی پرسش شماره چهار، یافته‌ها حاکی از آن است که سابقه آموزش کارآفرینی و نیز پیشرفت تحصیلی با نمره کل کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در دانشجویان دختر همبستگی معناداری ندارد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش گل شکوه و همکاران (Gol shokouh & et al, 2009) همخوانی ندارد.

با توجه به نتایج و یافته‌های حاصل از این پژوهش و در راستای پاسخگویی^۱ هر چه بیشتر برنامه درسی آموزش عالی به نیازها و چالش‌های گوناگون باید بر این نکته مهم تأکید کرد که تلاش در جهت القا و آموزش توانمندی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی به دانشجویان به وسیله برنامه‌های درسی باید به عنوان یک اولویت جدی در دستورکار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان آموزش عالی ایران قرار بگیرد. یکی از راههای توسعه کارآفرینی زنان، توسعه انگیزه‌های آنان برای کارآفرینی و تبیین اهمیت و جایگاه اجتماعی این انگیزه‌ها می‌باشد. در حقیقت، آن چه که موجب کاهش نرخ کارآفرینی زنان شده نوع نگاه ما به زنان و بسترهای فرهنگی و اجتماعی است که از گذشته‌های دور شکل گرفته است، ولی به هر حال بایستی زمینه‌های تغییر چنین نگرشی را فراهم کرده و بیش از این اجازه ندهیم نصف جمعیت آماده به کار ما جهت اجرای طرح‌های توسعه بیرون‌گود مانده و ما را در پشت سر گذاشتن توسعه یاری نکنند. از این رو می‌توان گفت فرهنگ سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی‌های زنان در فعالیتهای اقتصادی، شناخت و تقویت انگیزه‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه زنان و هم‌چنین تدوین برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای حرفه‌ای زنان توسط نظام آموزشی کشور بویژه آموزش عالی، ایجاد و گسترش مراکز پژوهش و توسعه کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی، کسب و کارهای الکترونیکی، جهت‌دهی واحدهای درسی دانشگاهی به سمت آموزش‌های کارآفرینی، تدوین کتب درسی کارآفرینی ویژه رشته‌ها و دانشکده‌های گوناگون (مهندسی، علوم پایه و علوم انسانی)، آموزش تخصصی اساتید دانشگاهها در زمینه قابلیت‌های کارآفرینی و..... باید به صورت جدی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی مورد توجه قرار بگیرد.

References

- 1- Abbott, P. Wallace, C. (2001). *Sociology of Women*, translated by Manijeh Najm Iraqi, Tehran: Publication Nay. (Persian)
- 2- Abtahi, H. Shareefzad. F. Ebrahimpour, H. (2010). A survey of social entrepreneurship concepts, theories and models and designing conceptual model. *organizational culture management spring-summer*. 8(21):pp.87-110. (Persian)

¹ -accountability

- 3- Ahmadpour dariani, M. (2000). Entrepreneurship: Definitions, Theories and Patterns. Pardis Company No. 57. Tehran. (Persian)
- 4- Akbari, k. (2001). The role of educational and research system in the of entrepreneurship development, proceedings of entrepreneurship and advanced information technologies. (Persian)
- 5- Alvani, Seyed mehdi, boudlaei, Hassan. (2010).phenomenology in entrepreneurship studies. Iranian journal of management sciences. 5(19):pp.33-61. (Persian)
- 6- Amini, A. ahmadi, M. Shapourabadi, M.A. (2010). An evaluation of economic self-reliance of rural women and delineation of related economic factors. Woman in development and politics (women's research). 7(4 (27) (development and politics)):pp.7-29. (Persian)
- 7- Arasti, Z. (2006). Iranian women entrepreneurs: the effective socio cultural structures of business start-up. Woman in development and politics (women's research). 4(1-2 (14)):pp.93-119. (Persian)
- 8- Azizi, M. (2003). Review of the incidence and development of entrepreneurship in the final year undergraduate and postgraduate students martyr beheshti university, master's thesis, facul of education and psychology Shahid Beheshti University. (Persian)
- 9- Azizi, M. Sabbaghiyan, Z. (2009). Comparison of some characteristics of entrepreneurs, mal and femal, in encyclopedia of entrepreneurship, pp. 1345 - 1341. (Persian)
- 10- Geraminezhad, A. (2006). Entrepreneur (management - industry). First edition, Ettehad Press. (Persian)
- 11- Badri, E. liaghatdar, M.J. abedi, M.R. jafari, E. (2006). A survey of entrepreneurship capabilities of isfahan university students. Journal of research and planning in higher education. 12(2 (40)):pp.73-90. (Persian)
- 12- Bahrami, F. (2006). Career psychology of occupation of women (with emphasis on the national and international islamic countries), Shia women, year 3, no. 8. (Persian)
- 13- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: women and risk, journal of women entrepreneurship, 11(2):pp.144-161.
- Brush, Candida G. (1992). "Research on Women Business Owners Past Trends: A New Perspective and Future Directions." Entrepreneurship: Theory and Practice 15(4):pp.5-30.
- 14- Dees, J.G. (2000). Enterprishing nonprofits. Harvard business review, 76.pp. 55 - 67.
- 15- Damuri, D. Nejati Ajibishe, M. Monfared, Sh. (2010). Identifying and ranking motivations for entrepreneurship among femaleuniversity students

- using a fuzzy topsis approach: case of female students of university of yazd. *Womens studies*. 7(3 (21)):pp.7-29. (Persian)
- 16- Diffley, G.H. (1983). Important business competencies for the women entrepreneur, *business education forum*, 37(7):pp.31-33.
- 17- Drucker, P. (1985). *The discipline of innovation*. Harvard business review. P: 67.
- 18- Falah jelou dar R., Faraj elah hosseini s.j. Hosseini, S. M. Mirdamadi S.M. (2008). Factors contributing to the success of rural women's entrepreneurship in north of iran. *Roosta va towse' e*. 10(4):pp.87-115. (Persian)
- 19- Feyz, D. (2009). The effect of gender on entrepreneurial personality characteristics of students: case of university of semnan. *Womens studies*. 7(3 (20)),pp:25-44. (Persian)
- 20- Gelrad, P. (2004), *Designing model for job creation improvement for Iranian women*, thesis for phd , Azad university. (Persian)
- 21- Gelard, P. (2005). Factors affecting iranian women entrepreneurship. *Woman in development and politics (women's research)*. 3(1)pp:101-123. (Persian)
- 22- Gelard, P. (2009). Family: iranian women's entrepreneurship development strategies. *Woman in development and politics (women's research)*. 7(2 (25)):pp.131-149. (Persian)
- 23- Geuna, A. Salter, A. Steinmueller, W.E. eds., (2003). "science and innovation", edward elgar. Henrekson, m. And rosenberg. N., 2000: incentives for academic entrepreneurship.
- 24- Gibb, A. (2000)." entrepreneurship at university should reach all faculties", [http:// next ware. Science mag. Org/cgi/content](http://nextware.org/cgi/content).
- 25- Gol shokouh, F. Ahadi, H. Enayati, M.S. Asgari, P. Heidari, A.R. Pasha, GH. (2009). The relationship between thinking styles, motivation, innovation, creativity and entrepreneurship, students' academic achievement. *The New Psychology*, 4 (10) :pp.105-118. (Persian)
- 26- Hezarjaribi, J., Ebrahimi, M. (2011). Investigating and comparing the relationship between entrepreneurial characteristics of organizational personnel (male & female) and their job satisfaction. *Journal of applied sociology*. 21(4 (40)):pp.1-18. (Persian)
- 27- Hisrich, R. D., Brush, C. G. (1984), *The women entrepreneur: management. skills and business problems*. *Journal of Small business. Management*, 22(1).
- 28- Hisrich, R., peters, M. (1998). *Entrepreneurship (forth edition)*, newyork: mc graw hill.
- 29- Hosseini largani, S.M., Mirarab razi, R., Rezaei. S. (2009). *Entrepreneurship education in new millennium as an infrastructure for*

- university graduates employment. Journal of research and planning in higher education. 14(4 (50)):pp.119-137. (Persian)
- 30- Jahangiri, A. Kalantari Saghafi, R. (2008). Measured characteristics of entrepreneurial managers (case study: tci), entrepreneurship development, first year, first issue, pp. 87-110. (Persian)
- 31- Javaheri, F., Ghazati, S. (2004). Barriers of Women Entrepreneurship: The Study of Influence of Sexual Injustice on Women Entrepreneurship in Iran. Journal of Iran Sociology. Vol 5. No 2. pp 161-178. (Persian)
- 32- Malhatra, S., R. Schuler C. B. (2002) measuring womens empowerment as a variable in international development, <http://sitere.sources.worldbank.org>
- 33- Mehr Mohammadi, M. (2009). Dliberation in Centralized system of education. In Mahmoud Mehrmohammadi. Curriculum, views, approaches and perspectives (second edition). Tehran: Publication of the Astan Quds Razavi. (Persian)
- 34- Mirghafouri S.H.A., Sayadi Touranlou H., Fahimi Hanzaei, S. (2007). Identifying and ranking the barriers to women's entrepreneurial activities using madm techniques (a case study on female entrepreneurs of yazd province). The journal of womens' studies (journal of scientific and research on women's studies). (Persian)
- 35- Moghimi, M. (2001). Organization and management research approach, Tehran: termeh. (Persian)
- 36- Mooghali, A. (2010), The impact of organizational factors on academic entrepreneurship. Iranian journal of management sciences. 5(19).pp:103-118. (Persian)
- 37- Moslehe Shirazi, A.N. (2005). Comparative entrepreneurship characteristics of male and female students of Shiraz University, and a celebration of women entrepreneurs, entrepreneurship seminar, Shiraz, 16-17 July. (Persian)
- 38- Nagi Road, Mohammad, A. (2003). Barriers of women s participation in the political, cultural and economic activities of Iran after the revolution. Tehran: kavir. (Persian)
- 39- Namaki, M. Erritsen, G. Beyer, C. (1988): encouraging entrepreneurs in developing countries, long rang planning vol 21, n4.
- 40- Orhan, M, Don. S. (2001). Why women enter in to entreneurship an explanatory model, women in management reviw, vol 18.pp.232-247.m=muriel
- 41- Rezaei, M.H. Rahsepar, T. (2009). A survey of students' entrepreneurship traits (a case study of darab islamic azad university). Quarterly journal of new approach in educational administration . 2(4).pp:45-62. (Persian)

- 42- Ritzer, G. (2007). *Sociological theory in the contemporary era*. Translated by Mohsen salasi. Tehran: Elmi. (Persian)
- 43- Robinson, Sh. (2001). An examination of entrepreneurial motives and their influence on the way rural women small business owners manage their employees." *Journal of developmental entrepreneurship* 6(2).pp:151-167.
- 44- Salehi Omran, A. Rostami, F. (2009). "effects of academic education in nurturing entrepreneurship characteristics of students", *journal of educational management and planning system*, volume 1, number 2, pp.34-22. (Persian)
- 45- Sabbaghe Yazdi, S.R. (2006). "Instructional content and delivery methods of entrepreneurship education in universities and propose a plan for the kn toosi university" project report.
- 46- Seymour, N. (2003). *Women entrepreneurs in the developing world*, p.3.
- 47- Shabbir, A. Silvana Di, G. (1996). An examination of the relationship between women personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of pakistan, *journal of business venturing*.p.p.50v-529.
- 48- Shaemi. A, Etebariyan. A, Kheirmand. M. (2011). Educational needs analysis of women entrepreneurs in isfahan. *Woman in development and politics (women's research)*. 9(3 (34)):pp.151-180. (Persian)
- 49- Shakouri, A. Rafat jah, M. Jafari, M. (2007). An analysis of factors affecting women's empowerment components. *Woman in development and politics (women's research) spring-summer*. 5(1):pp.1-26. (Persian)
- 50- Shane, S. Venkataraman, S. (2001). "entrepreneurship as a field of research': a response to zahra & dess, singh, and Erikson", *academ of management review*, 26, pp.13-16.
- 51- Stewart, A. J. Chester, N. L. (1982). *Sex Differences in Human socialmotives: Achievement, Affiliation and Power*. In A.J. Stewart, ed. *Motivation and society*, san Francisco: Jossey - Bass, pp. 172-218.
- 52- The global Entrepreneurship Monitor (2002), (2004), (2005), (2006), (2007) executive report "executive report london business school", babson college ewing marion kauffman foundation, www.gem-consortium.org.
- 53- Women's institute, (2002). *Theories of gender in planning policy*, report of meeting the challenges and prospects of development, institution of higher education and research, planning and management. (Persian)
- 54- Zali, Mr. Madhushi, M. Kordnaich, A. (2007). Evaluation of entrepreneurship characteristics of students (Case Study: Mazandaran University). *journal of agricultural science*, no. 3, pp. 81. (Persian)



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی