

بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

حیدر احمدی*

دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

مریم امیدی نجف‌آبادی

استادیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، در سال ۱۳۸۸ به عمل آمده است. جامعه آماری تحقیق، شامل ۱۲۹۰ نفر دانشجوی دوره‌های کارشناسی ارشد و ۴۵۶ نفر دانشجوی دوره دکتری بودند که بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۱۳ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی-نسبی انتخاب شدند. تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش، از نوع توصیفی، همبستگی بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق بود که پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. تجزیه و تحلیل آماری پس از استخراج داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS16 انجام پذیرفت. نتایج تحقیق نشان داد که به عقیده دانشجویان، آموزش‌های فعلی دانشگاه، آموزش‌های ارایه شده توسط آموزشگران و محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌باشند. همچنین به اعتقاد دانشجویان، از مهم‌ترین خصوصیات آموزش‌های فعلی دانشگاه، استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی و مهم‌ترین خصوصیات آموزشگران دانشگاه ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش، و مهم‌ترین خصوصیات محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، تناسب آن با توانایی‌ها و علایق دانشجویان می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

اشتغال و بیکاری از جمله موضوع‌های اساسی اقتصادی هر کشور است. به گونه‌ای که افزایش اشتغال و کاهش بیکاری، به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی جوامع تلقی می‌شوند. از طرفی اشتغال‌زایی مستلزم برنامه‌های کارآفرینی به‌ویژه در محیط‌های آموزش عالی می‌باشد. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌آید، زیرا یک فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا منجر به توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال، نوآوری، رقابت‌پذیری و... می‌شود (Verhul, 2001).

مطالعه جمعیت ورودی به دانشگاه‌های کشور در سال‌های اخیر بیان‌گر آن است که در سال ۸۳، تعداد ۳۵۰ هزار نفر، در سال‌های ۸۴ و ۸۵ تعداد ۷۳۰ هزار نفر، و در سال ۸۶ به بالاترین میزان خود یعنی یک میلیون نفر رسیده است و این بدین معنی است که بعد از چهار سال، سالانه با یک میلیون نفر فارغ‌التحصیل جویای کار مواجه خواهیم شد. بر اساس این برآورد تعداد افراد فارغ‌التحصیل در بخش کشاورزی طی چهار سال تحصیلی ۸۴ تا ۸۸ هر ساله بین ۳۶ تا ۱۲۰ هزار نفر بوده و در مجموع این سال‌ها نزدیک به ۲۲۰ تا ۴۶۰ هزار دانش‌آموخته از دانشگاه‌های دولتی و آزاد فارغ‌التحصیل شده‌اند که بخش عمده‌ای از این تعداد یا بیکارند و یا در بخش‌های غیرکشاورزی به کار اشتغال دارند. این آمار بیان‌گر آن است که ترویج کارآفرینی در دانشگاه‌ها، می‌بایست در حین تحصیل و نه پس از فراغت از تحصیل مورد توجه قرار گیرد. در این خصوص لامعی در سال ۱۳۸۲، در تحقیقی با عنوان «توسعه آموزش کارآفرینی در ایران»، بیان داشته که فعالیت‌های خوداشتغالی واحدهای کوچک کشاورزی (اعم از تولیدی، تبدیلی، تکمیلی و خدماتی)، زمانی توسعه می‌یابند که از افرادی توانمند، خلاق، فرصت‌جو، خطرپذیر و اهل کار و عمل پرورش یابند (لامعی، ۱۳۸۲). همچنین اسمیت در سال ۲۰۰۴، بیان می‌کند رفتار مبتنی بر کارآفرینی مولدان و شاغلان بخش کشاورزی و منابع طبیعی، ضرورتی انکار ناپذیر به‌شمار می‌آید (Smit, 2004).

در جهان امروز سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و کشورهای موفق هستند که قادر به بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش باشند. در سال‌های اخیر، باز تعریف دانشگاه، تحت عنوان «دانشگاه کارآفرین» با جایگاه و نقشی متفاوت از دانشگاه سنتی، تحولات زیادی را در بخش صنعت و دیگر بخش‌ها به‌وجود آورده است (شفیع‌زاده، ۱۳۸۶).

گیب در سال ۱۹۹۰، یکی از ابعاد گسترش فرهنگ کارآفرینی را متوجه آموزش کارآفرینی در تمامی سطوح نظام آموزشی، به‌ویژه آموزش عالی دانسته است. همچنین وی نقش حمایتی دانشگاه‌ها از آموزش کارآفرینی را شاهدهی بر علت توسعه کشورهای هم‌چون آمریکا، ژاپن و آلمان تلقی نموده است. وی این حمایت‌ها را شامل ارایه راهنمایی‌های عملی، مشاوره و برگزاری دوره‌های ویژه در خصوص کارآفرینی در درون دانشگاه‌ها یا خارج از دانشگاه بیان می‌کند (Gibb, 1990).

اهمیت ترویج کارآفرینی در دانشگاه به‌گونه‌ای است که نتایج برخی از مطالعات انجام شده تاثیر آن را بر رفتار خوداشتغالی و فعالیت‌های کارآفرینانه تایید نموده است. به طور مثال، نتایج تحقیق شریف‌زاده و زمانی در سال ۲۰۰۵ بیان‌گر آن است که دانشجویان کارآفرین به لحاظ آموزشی، فرصت‌های اقتصادی سودمند و جدید را بهتر تشخیص می‌دهند (Sharifzadeh & Zamani, 2005). همچنین چارنی و لیپ‌کاپ در سال ۲۰۰۰، بیان داشته‌اند آموزش کارآفرینی در افراد در ایجاد خودکفایی، تهور و فعالیت‌های کارآفرینی نقش مثبت دارد (Charney & Libecap, 2000).

یکی از لازمه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، اهمیت به قوه ابتکار و خلاقیت دانشجویان در محیط‌های آموزشی می‌باشد. لیکن واقعیت‌های موجود در دانشگاه‌ها گویای این حقیقت است که بیشتر محیط‌های آموزشی، بر اساس محتوی-محوری و یا در برخی موارد آموزشگر-محوری بنا شده‌اند. در این خصوص «دیوید ملک کله‌لند» عامل عمده عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه را مربوط به عدم درک و توجه به خلاقیت‌های فردی بیان نموده است (هزارجریبی، ۱۳۸۴).

از جمله مشکلاتی که آموزش عالی کشور در ارتباط با ایجاد فرآیند کارآفرینی با آن مواجه است، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود (میراسماعیلی و رشمه، ۱۳۸۷):

- بیشتر درس‌های دانشگاهی به شیوه نظری ارایه می‌گردد و تلاش جدی برای کاربردی کردن آنها نشده است.
- بازار کار هماهنگ با تحولات علوم و تکنولوژی در حال دگرگونی است، از این‌رو بازار کار به برخی تخصص‌های تازه نیازمند است که لزوماً دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در دوران تحصیل مهارت‌های لازم را فرا نمی‌گیرند.
- آموزش و روش‌های آموزشی در اکثر دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به نحوی نیست که فرد را کارآفرین بار بیاورد.
- دانشگاه‌ها از طرح‌ها و ابتکارات دانشجویان که کم هم نیستند، حمایت نمی‌کنند.
- همچنین در هر نظام آموزشی مسایلی وجود دارد که تحقق اهداف آن نظام را با چالش مواجه کرده و اثربخشی برنامه‌ها را دچار تزلزل می‌نماید. برخی از این نارسایی‌ها و چالش‌ها که توسط بلاک^۱ و استامپ^۲ ارایه شده عبارتند از (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰):
- چالش در ایجاد متدولوژی‌های تحقیق برای اندازه‌گیری اثربخشی کارآفرینی؛
- چالش در محتوی و شیوه‌های آموزشی؛
- چالش در کیفیت مدرسان کارآفرینی؛
- چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در دانشکده‌ها نسبت به کسب و کار؛

¹ Block

² Stump

- چالش در ایجاد یک پیکره عمومی (مشترک) در زمینه دانش‌های مختلف؛
 - چالش در اثربخشی روش‌های آموزشی (Sexton & Bowman, 1987).
- لذا با عنایت به مطالب اشاره شده فوق، بررسی وضعیت آموزش‌های ارایه شده در دانشگاه، آموزش‌های ارایه شده توسط آموزشگران و محتوای درسی، لازمه ترویج کارآفرینی در دانشگاه می‌باشد که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

اهداف تحقیق

هدف کلی این تحقیق بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاه برای ترویج کارآفرینی است که در میان دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات به عمل آمده است. اهداف اختصاصی آن عبارتند از:

۱. بررسی ویژگی‌های فردی دانشجویان؛
۲. بررسی وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی؛
۳. بررسی وضعیت آموزش‌های ارایه شده توسط آموزشگران دانشگاه برای ترویج کارآفرینی؛
۴. بررسی وضعیت محتوای آموزشی فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و از جنبه جمع‌آوری اطلاعات از نوع تحقیقات توصیفی، همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی واحد علوم و تحقیقات تشکیل داده‌اند. تعداد کل دانشجویان این دانشکده ۱۷۴۶ نفر (شامل ۱۲۹۰ نفر دانشجوی دوره‌های کارشناسی ارشد و تعداد ۴۵۶ نفر دانشجوی دوره‌های دکتری) بودند که بر اساس جدول کرجسی و مورگان (۱۹۹۸) تعداد ۳۱۳ نفر شامل ۲۱۲ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۸۱ نفر دانشجوی دوره دکتری، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که برای نمونه‌گیری، از روش تصادفی نسبی استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق بود که به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق، پرسشنامه در اختیار متخصصین و صاحب‌نظران موضوعی قرار گرفت و پس از انجام اصلاحات، مورد تایید واقع شد. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق نیز، با انجام آزمون مقدماتی از تعداد ۳۰ نفر از دانشجویان، آلفای کرونباخ به دست آمده برای هر یک از متغیرها به ترتیب، آموزش‌های فعلی دانشگاهی (۰/۸۴)، آموزش‌های ارایه شده توسط آموزشگران (۰/۹۲)، محتوای آموزشی فعلی دانشگاه (۰/۹۳) به دست آمد. سئوالات براساس طیف لیکرت ۵ مقوله‌ای (از بسیار نامناسب تا کاملاً مناسب) تنظیم شد و پس از جمع‌زدن^۱ گویه‌ها در سطح

¹ compute

فاصله‌ای سنجیده شد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، از آماره‌های میانگین، میانه، نما و ضریب‌تغییرات استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با نرم افزار SPSS16 انجام پذیرفت.

یافته‌ها

هدف اول: بررسی ویژگی‌های فردی دانشجویان

یافته‌های حاصل از ویژگی‌های فردی دانشجویان بیان‌گر آن است که از تعداد ۳۱۳ نفر دانشجوی مورد مطالعه، تعداد ۱۷۵ نفر (۵۵/۹ درصد) دانشجوی پسر و تعداد ۱۳۸ نفر (۴۴/۱ درصد) دختر می‌باشند. بیشترین فراوانی سنی در طبقه ۲۶-۳۰ سال (۴۶/۹ درصد) قرار دارد. تعداد ۲۱۷ نفر از دانشجویان (۶۹/۳ درصد) مجرد، تعداد ۱۸۷ نفر (۵۹/۷ درصد) صرفاً دانشجوی و تعداد ۱۲۶ نفر (۴۰/۳ درصد) دانشجوی و شاغل می‌باشند. تعداد ۲۴۵ نفر (۷۸/۳ درصد) هیچ‌گونه تجربه‌ای در خصوص راه‌اندازی یک کسب و کار مستقل نداشته و تعداد ۲۵۸ نفر (۸۲/۴ درصد)، هیچ آموزشی در ارتباط با کارآفرینی ندیده‌اند.

هدف دوم: بررسی وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

برای ارزیابی آموزش‌های فعلی دانشگاه از تعداد ۱۴ گویه استفاده شده که بر اساس طیف لیکرت (بسیار نامناسب: ۱، نامناسب: ۲، متوسط: ۳، مناسب: ۴، کاملاً مناسب: ۵) تنظیم شده بودند. کمترین و بیشترین امتیاز برای هر پاسخگو به ترتیب $14 \times 1 = 14$ و $14 \times 5 = 70$ بوده است. یافته‌های حاصل در جدول ۱ نشان می‌دهد اکثر دانشجویان (۳۸/۳ درصد)، آموزش‌های فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌دانند.

جدول ۱- وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی ($n=313$)

وضعیت	فراوانی	درصد	درصدتجمعی
بسیار نامناسب (۱-۱۴)	۱۰۶	۳۳/۹	۳۳/۹
نامناسب (۱۵-۲۸)	۱۲۰	۳۸/۳	۷۲/۲
متوسط (۲۹-۴۲)	۷۱	۲۲/۷	۹۴/۹
مناسب (۴۳-۵۶)	۱۶	۵/۱	۱۰۰

در اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی «استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی» با کمترین ضریب‌تغییرات (۰/۳۶۳۶) در رتبه اول جای گرفت که وضعیت این گویه نسبت به سایر گویه‌ها مطلوب‌تر بوده است. پس از آن «هدایت دانشجویان به انجام پروژه‌های عملی» با ضریب‌تغییرات (۰/۳۷۶۱) قرار دارد. در آخرین رتبه جدول نیز «توام بودن دروس نظری با کار عملی و کارورزی» با ضریب‌تغییرات (۰/۶۰۳۷) قرار دارد که از وضعیت مطلوبی برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه برخوردار نیست.

جدول ۲- اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۳۶۳۶	۰/۸۴	۲/۳۱	استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی
۲	۰/۳۷۶۱	۰/۸۲	۲/۱۸	هدایت دانشجویان به انجام پروژه‌های عملی
۳	۰/۴۱۰۶	۰/۸۵	۲/۰۷	شرایط مناسب برای مشارکت دانشجویان در فرآیند آموزش
۴	۰/۴۲۱۸	۰/۸۹	۲/۱۱	آموزش‌های مبتنی بر مشاوره فنی- مدیریتی و پژوهشی
۵	۰/۴۲۵۰	۰/۸۵	۲/۰۰	افزایش ظرفیت‌ها و مهارت‌های مربوط به کارآفرینی در دانشجویان
۶	۰/۴۴۵۸	۰/۸۶	۱/۹۳	آموزش‌هایی در رابطه با تحلیل اقتصادی و اجتماعی
۷	۰/۴۴۷۲	۰/۸۹	۱/۹۹	آموزش اصول و فنون مذاکره و بازاریابی اقتصادی در بخش کشاورزی
۸	۰/۴۵۳۱	۰/۸۷	۱/۹۲	شناساندن ظرفیت‌های موجود کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور
۹	۰/۴۵۶۹	۰/۸۵	۱/۸۶	متناسب بودن آموزش‌ها با نیازهای شغلی دانشجویان
۱۰	۰/۴۵۷۲	۰/۹۱	۱/۹۹	توجه به علائق و توانایی دانشجویان در ایجاد شغل و کسب و کار مستقل
۱۱	۰/۴۶۳۱	۰/۸۸	۱/۹۰	متناسب بودن آموزش‌ها با نیازهای جامعه
۱۲	۰/۴۷۰۸	۰/۸۹	۱/۸۹	شناساندن مراحل و قوانین راه‌اندازی یک کسب و کار مستقل
۱۳	۰/۴۹۴۴	۰/۸۹	۱/۸۰	تلفیق آموزش کارآفرینی در برنامه درسی گروه‌های آموزشی
۱۴	۰/۶۰۳۷	۱/۲۰	۱/۹۹	توام بودن دروس نظری با کار عملی و کارورزی

طیف لیکرت: ۱= بسیار نامناسب ۲= نامناسب ۳= متوسط ۴= مناسب ۵= کاملاً مناسب

هدف سوم: بررسی وضعیت آموزش‌های ارائه شده توسط آموزشگران دانشگاه برای ترویج کارآفرینی برای ارزیابی عملکرد آموزشگران دانشگاه از تعداد ۱۴ گویه استفاده شد که بر اساس طیف لیکرت (بسیار نامناسب: ۱، نامناسب: ۲، متوسط: ۳، مناسب: ۴، کاملاً مناسب: ۵) تنظیم شده بود و کمترین و بیشترین امتیاز برای هر پاسخگو به ترتیب $14 \times 1 = 14$ و $14 \times 5 = 70$ بوده است. یافته‌های حاصل از تحقیق در جدول ۳، نشان می‌دهد که اکثر دانشجویان (۳۵/۸ درصد)، آموزش‌های ارائه شده توسط آموزشگران دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌دانند.

جدول ۳- وضعیت آموزش‌های ارائه شده توسط آموزشگران برای ترویج کارآفرینی (n=۳۱۳)

وضعیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بسیار نامناسب (۱-۱۴)	۶۴	۲۰/۵	۲۰/۵
نامناسب (۱۵-۲۸)	۱۱۲	۳۵/۸	۵۶/۳
متوسط (۲۹-۴۲)	۱۱۰	۳۵/۱	۹۱/۴
مناسب (۴۳-۵۶)	۱۷	۵/۴	۹۶/۸
کاملاً مناسب (۵۷-۷۰)	۱۰	۳/۲	۱۰۰

در اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های ارائه شده توسط آموزشگران دانشگاه برای ترویج کارآفرینی، «ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش» با ضریب تغییرات ۰/۳۲۸۰ در رتبه اول

جای گرفته است. این موضوع بدین معنی است که از نظر دانشجویان، وضعیت این گویه برای نقشی که آموزشگران در جهت ترویج کارآفرینی در دانشگاه دارند، نسبت به سایر گویه‌ها مطلوب‌تر می‌باشد. در آخرین رتبه جدول نیز «تشویق دانشجویان به راه‌اندازی کسب و کار مستقل» با ضریب تغییرات ۰/۴۴۱۹ قرار دارد.

جدول ۴- اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های ارایه شده توسط آموزشگران برای ترویج کارآفرینی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۳۲۸۰	۰/۸۲	۲/۵۰	ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش
۲	۰/۳۵۲۲	۰/۸۷	۲/۴۷	انعطاف‌پذیری در استفاده از روش‌های تدریس متنوع و نوین
۳	۰/۳۶۵۷	۰/۹۴	۲/۵۷	برخورداری از توان علمی و مهارت عملی در خصوص موضوع درسی
۴	۰/۳۷۲۹	۰/۹۱	۲/۴۴	تلفیق مباحث آموزشی با نوآوری‌های تازه در درس
۵	۰/۳۹۸۲	۰/۹۰	۲/۲۶	میزان آشنایی استادان با علم کارآفرینی
۶	۰/۳۹۸۳	۰/۹۲	۲/۳۱	هدایت دانشجویان به انجام پروژه علمی جهت بالا بردن توان حل مسئله
۷	۰/۳۹۸۴	۰/۹۲	۲/۳۱	توانایی در مشاوره شغلی و کاریابی
۸	۰/۴۰۱۷	۰/۹۲	۲/۲۹	تشویق و حمایت از تفکر و طرح‌های خلاق دانشجویان
۹	۰/۴۰۳۴	۰/۹۴	۲/۳۳	آگاهی دادن به دانشجویان در مورد نیازهای جامعه و اشتغال
۱۰	۰/۴۱۳۹	۰/۸۹	۲/۱۵	هدایت دانشجویان به شرکت در بازدیدهای علمی
۱۱	۰/۴۱۴۰	۰/۸۹	۲/۱۵	هدایت دانشجویان به انجام کارهای گروهی
۱۲	۰/۴۳۱۸	۰/۹۵	۲/۲۰	بیان و تشریح فنون و مفاهیم مختلف در ارتباط با موضوع کارآفرینی
۱۳	۰/۴۳۷۲	۱/۱۵	۲/۶۳	مشارکت دادن دانشجویان در برنامه درسی و تدریس
۱۴	۰/۴۴۱۹	۰/۹۹	۲/۲۴	تشویق دانشجویان به راه‌اندازی کسب و کار مستقل

طیف لیکرت: ۱= بسیار نامناسب ۲= نامناسب ۳= متوسط ۴= مناسب ۵= کاملاً مناسب

هدف چهارم: بررسی وضعیت محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

برای ارزیابی محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه از تعداد ۱۰ گویه استفاده شد که بر اساس طیف لیکرت (بسیار نامناسب: ۱، نامناسب: ۲، متوسط: ۳، مناسب: ۴، کاملاً مناسب: ۵) تنظیم شده بودند و کمترین و بیشترین امتیاز برای هر پاسخگو به ترتیب $10 \times 1 = 10$ و $10 \times 5 = 50$ بوده است. یافته‌های حاصل از تحقیق در جدول نشان می‌دهد اکثر دانشجویان (۴۳/۸ درصد)، محتوای آموزشی فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌دانند.

جدول ۵- وضعیت محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی (n=۳۱۳)

وضعیت	فراوانی	درصد	درصدتجمعی
بسیار نامناسب (۱-۱۴)	۷۶	۲۴/۳	۲۴/۳
نامناسب (۱۵-۲۸)	۱۳۷	۴۳/۸	۶۸/۱
متوسط (۲۹-۴۲)	۹۲	۲۹/۴	۹۷/۵
مناسب (۴۳-۵۶)	۸	۲/۵	۱۰۰

در اولویت‌بندی میزان تناسب محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی، «تناسب محتوای آموزشی با توانایی و علائق دانشجویان» با کمترین ضریب‌تغییرات (۰/۳۴۹۳) در رتبه اول جای گرفته است. این موضوع به این معنی است که از نظر دانشجویان، وضعیت این گویه برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه نسبت به سایر گویه‌ها مطلوب‌تر می‌باشد. پس از آن «ایجاد تفکر و مهارت کارگروهی در بین دانشجویان» با ضریب‌تغییرات ۰/۳۶۴۴ قرار گرفته است. در آخرین رتبه جدول «هدایت دانشجویان به سمت استقلال و خوداتکایی» با ضریب‌تغییرات ۰/۴۳۶۵ قرار دارد که دارای بیشترین ضریب‌تغییرات بوده و از وضعیت مطلوبی برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه برخوردار نمی‌باشد و می‌بایست بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

جدول ۶- اولویت‌بندی میزان تناسب محتوای آموزشی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

رتبه	ضریب‌تغییرات	انحراف‌معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۳۴۹۳	۰/۸۰	۲/۲۹	تناسب با توانایی و علائق دانشجویان
۲	۰/۳۶۴۴	۰/۸۲	۲/۲۵	ایجاد تفکر و مهارت کارگروهی در بین دانشجویان
۳	۰/۳۷۰۲	۰/۸۷	۲/۳۵	افزایش خلاقیت و نوآوری در دانشجویان
۴	۰/۳۸۲۷	۰/۸۰	۲/۰۹	تناسب با نیازهای شغلی و بازار کار
۵	۰/۳۸۵۲	۰/۸۹	۲/۳۱	تناسب با پیشرفت‌های علمی و تکنولوژی روز
۶	۰/۳۹۲۶	۰/۸۶	۲/۱۹	تناسب با تجارب گذشته دانشجویان و مهارت‌های آنها
۷	۰/۴۰۴۵	۰/۸۹	۲/۲۰	تاکید بر عمل‌گرایی و تکنیک‌های حل مسئله
۸	۰/۴۰۶۶	۰/۸۵	۲/۰۹	وجود دانش‌هایی در ارتباط با قوانین کسب و کار
۹	۰/۴۲۳۴	۰/۸۳	۱/۹۶	مضامین کارآفرینی در سرفصل دروس تلفیق شده
۱۰	۰/۴۳۶۵	۰/۸۶	۱/۹۷	هدایت دانشجویان به سمت استقلال و خوداتکایی

طیف لیکرت: ۱= بسیار نامناسب ۲= نامناسب ۳= متوسط ۴= مناسب ۵= کاملاً مناسب

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

ترویج کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش عالی است. در این خصوص باید توجه نمود که تنها به‌کارگیری روش‌های آموزشی متداول (اگر چه از لحاظ انتقال دانش و اطلاعات می‌تواند سودمند باشد)،

اثربخشی چندانی در شکل‌گیری مهارت‌ها، ویژگی‌ها و رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان نخواهند داشت. لذا در تدوین شیوه‌های آموزشی بایستی دقت شود، و به‌گونه‌ای باشند که امکان به روز نمودن خلاقیت‌ها و ایده‌پردازی‌ها را در دانشجویان ایجاد نماید. دانشجویان بایستی به نحوی آموزش ببینند که به دنبال یافتن مسئله و پیدا کردن راه‌حل‌های مناسب برای آن باشند. آنها در برنامه آموزش کارآفرینی بایستی بیاموزند که چگونه افرادی نوآور و خلاق باشند. در این خصوص آموزش دیدن در محیط واقعی کارآفرینانه، از جمله راهکارهای دستیابی به اهداف ترویج کارآفرینی است. با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر، جهت ترویج کارآفرینی در دانشگاه می‌توان به نکات زیر اشاره نمود:

- اکثر دانشجویان آموزش‌های فعلی دانشگاه، آموزش‌های ارائه شده توسط استادان و همچنین محتوای آموزشی فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی، مناسب نمی‌دانند. نتایج حاصل از این تحقیق با پژوهش‌های عزیزی (۱۳۸۲)، خدمتی‌توسل (۱۳۷۹) و غفاری (۱۳۸۷) همخوانی دارد. به نظر می‌رسد برنامه‌های آموزشی موجود، در جهت ترویج کارآفرینی در دانشگاه تدوین نشده است. این نکته ضرورت بازبینی و انجام تغییر یا اصلاحات در هر یک از عوامل مورد مطالعه و استفاده از الگوهای جدید را در امر آموزش بیان می‌کند. در این خصوص می‌توان با استفاده از استادان متخصص کارآفرینی در کنار سایر اساتید دانشکده و یا برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی برای استادان دانشکده، بازبینی سرفصل دروس و تلفیق مطالب مرتبط با موضوعات کارآفرینی در برنامه درسی دانشجویان و... عملکرد عوامل فوق را برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه بهبود بخشند.

- از نظر دانشجویان مهم‌ترین ویژگی محتوای آموزشی فعلی دانشگاه در ارتباط با ترویج کارآفرینی، «متناسب بودن محتوای آموزشی با توانایی‌ها و علایق آنها» و همچنین «ایجاد تفکر و مهارت کارگروهی در بین دانشجویان» و از مهم‌ترین ویژگی‌های آموزش‌های ارائه شده توسط آموزشگران، «ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش» و از مهم‌ترین ویژگی‌های آموزش‌های فعلی دانشگاه «استفاده از روش‌های نوین تدریس به‌جای روش‌های سنتی» می‌باشند. لذا پیشنهاد می‌شود ضمن بهره‌گیری مناسب از این ویژگی‌ها، سایر گویه‌های مورد مطالعه نیز مورد توجه کافی قرار گیرند، تا آنها نیز در دستیابی به اهداف ترویج کارآفرینی در دانشگاه مثرثمر واقع گردند.

منابع و ماخذ

۱. احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: نشر پردیس. صفحه ۷۵.
۲. خدمتی‌توسل، ص. (۱۳۷۹). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه تهران.

۳. شفیعی‌زاده، ح. (۱۳۸۶). *دانشگاه کارآفرین: دانشگاه هزاره سوم*. مجموعه مقالات همایش سراسری علمی- پژوهشی آموزش عالی در هزاره سوم. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن. صفحات ۱۲۱-۱۱۱.
۴. عزیزی، م. (۱۳۸۲). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دانشگاه شهید بهشتی. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
۵. غفاری، ه. (۱۳۸۷، دی). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور اراک. مجموعه مقالات همایش ملی توسعه کارآفرینی در آموزش‌های علمی- کاربردی کشاورزی، صفحات ۴۱۰-۳۹۴.
۶. لامعی، ب. (۱۳۸۲). *توسعه آموزش کارآفرینی در ایران: موانع و راهکارها*. تهران: وزارت کار و امور اجتماعی، موسسه کار و تامین اجتماعی. صفحه ۱۳۴.
۷. میراسماعیلی، ا.، و رشمه، ج. (۱۳۸۷، آبان). چالش‌های فراوی دانشگاه کارآفرین. همایش ملی بهره‌وری: میثاق راهبردی دولت، صنعت و دانشگاه. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت. صفحات ۳۷۷-۳۷۰.
۸. هزارجریبی، ج. (۱۳۸۴). کارآفرینی. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی. صفحات ۸۶-۸۵.
9. Charney, A., & Libecap, G. D. (2000). *Impact of entrepreneurship education, insights*. A Kauffman Research Services. The Kauffman centre for entrepreneurial education, Missouri, USA.
10. Gibb, A. (1990). In pursuit of frameworks for the development of growth models of the small business. *International small business Journal*, 19(1), 15-31.
11. Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. (1987). Evaluation of an innovative approach to teaching entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 25(1), 35-43.
12. Sharifzadeh, D., & Zamani, A. (2005). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British Study. *Small Business Economics*, 8(6), 463-478.
13. Smit, A. B. (2004). *Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in agriculture*. Agricultural Economics Research Institute, Wageningen University and Research Institute, The Netherlands.
14. Verhul, I. (2001). *An eclectic theory of entrepreneurship*. Tinbergen. Institute discussion paper institute for development strategies, Indiana University.