

آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها:

(چهارچوبی برای برنامه ریزی، اجرا و ارزیابی برنامه های کارآفرینی)

دکتر محمدنقی ایمانی^۱

چکیده:

هدف این تحقیق تهیه چهارچوبی برای طراحی، اجرا و ارزیابی برنامه های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها بوده است. نوع تحقیق توصیفی - پیمایشی و جامعه آماری آن دوگروه فعال در دانشگاه‌های دولتی است که در اجرای طرح «کاراد» مراکز کارآفرینی در آنها تشکیل شده است (اعضای هیات علمی، مدیران). براساس جدول نمونه گیری «مورگان و کوهن» تعداد ۲۶۹ نفر (شامل ۱۰۲ نفر از مدیران و ۱۶۷ نفر از اعضای هیات علمی) با استفاده از شیوه نمونه گیری تصادفی طبقه ای به عنوان نمونه انتخاب گردید. با انجام مطالعات اولیه و مصاحبه های اکتشافی مؤلفه‌های اولیه در زمینه موضوع شناسایی و در یک ساختار منظم (مدل اولیه) قرار گرفت. با استفاده از این مولفه‌ها پرسشنامه ای تهیه و پس از به دست آوردن روایی و اطمینان از اعتبار آن (۰/۷۹۵)، داده ها از نمونه های مورد مطالعه جمع آوری گردید. این داده ها با توجه به سوالات تحقیق و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی چون آزمون t تک گروهی و تحلیل عاملی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده نشان داد که در برنامه‌های کارآفرینی برای آماده سازی دانش آموختگان کارآفرین در دانشگاه ها، باید به ۲۰ عامل در چهار دسته مؤلفه اصلی (فلسفه و اهداف، مبانی نظری، مؤلفه های برنامه کارآفرینی و عوامل محیطی) توجه شود و نیازهای گروه‌های مورد بررسی در این زمینه متفاوت است. درنهایت بر اساس یافته های تحقیق چهارچوبی برای طراحی، اجرا و ارزیابی برنامه های آموزش کارآفرینی پیشنهاد شد.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، برنامه کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، برنامه‌ریزی

مقدمه

واژه کارآفرینی بیش از دو قرن نیست که در ادبیات مدیریت و اقتصاد وارد شده و مانند سایر واژه‌ها تغییرات زیادی را به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده است. کارآفرینی ابتدا در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و یا ارزش اقتصادی شناخته شده و از قرن پانزدهم تاکنون، در کانون مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳، ص. ۵). پیراوان مکتب سوداگری یا مرکانتلیست‌ها، بازرگانانی را که در کار تجارت طلا و نقره دست داشتند، کارآفرین می‌دانستند. کارآفرین می‌دانستند. فیزیوکرات‌ها یا طبیعت‌گرایان منشأ ایجاد ثروت را زمین و فعالان کشاورزی را کارآفرین می‌گفتند. کلاسیک‌ها یعنی،

۱- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن

آدام اسمیت، ژان باتیست سه و جان استوارت میل، عوامل اصلی ثروت آفرینی را نیروی کار، سرمایه و مواد اولیه معرفی کرده‌اند و کشورهای مثل ایتالیا و انگلیس بعد از دوران رنسانس فعالیت‌های زیادی را روی این مسئله انجام دادند. بعد از مکتب کلاسیک‌ها، فرد جدیدی به نام شومپتر که از اعضای مکتب اقتصادی آلمان است و در واقع پدر کارآفرینی محسوب می‌شود، در سال ۱۹۴۸ چنین بیان می‌کند: «کارآفرین نیروی محرکه اقتصاد است». (گاسون، ۱۹۸۲) او می‌گوید کسانی که در هر فعالیت و کسب و کار تجاری، محصول جدیدی تولید می‌کنند، یا روش‌های جدیدی در فرآیند تولید، بازاریابی و... به کار می‌گیرند و یا از منابع جدیدی استفاده می‌کنند و یا موسسه جدیدی را تاسیس می‌کنند، دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند و نوآور محسوب می‌شوند. (دس، ۱۹۹۸، ص. ۱-۲)^۲

مطالعه کارآفرینی حیطه‌گسترده‌ای از رشته‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی را در بر می‌گیرد و دارای ماهیت میان رشته‌ای است. در این جا بود که روان‌شناسان به کمک علم اقتصاد آمدند و تلاش آنها در سه دهه ۵۰ تا ۷۰ معطوف به این نکته بود که آیا می‌توان افرادی را شناخت که نشدنی‌ها را شدنی کنند، افرادی که خیلی خلاق و جدی هستند، عزم و اراده و پشت‌کارشان زیاد است و... طبق نگرش روان‌شناختی، ویژگی‌های شخصی و معینی، افراد را مستعد کارآفرینی می‌کند. بنابراین یکی از مباحثی که درباره آن تحقیق شده، جستجو برای تعیین ویژگی‌های روان‌شناختی مشترک کارآفرین‌ها است. سؤالی که در این جا مطرح می‌شود اینست که آیا فقط ویژگی‌های فردی است که باعث موفقیت فرد می‌شود، یا نه؟ در این رابطه جامعه‌شناسان به کمک روان‌شناسان آمدند و مسایل اجتماعی را مطرح کردند که در واقع اصل موضوع شبیه به مثال معروف است که می‌گوید: اگر شما بذر خوبی داشته باشید، ولی زمین مناسبی نداشته باشید، ممکن است آن بذر در آن زمین رشد کند. اما اگر زمین مناسبی داشته باشید، ولی بذر خوبی نداشته باشید، ممکن است در آن زمین مناسب بذر هر طور شده رشد کند. این دو اندیشه با هم تلاقی دارند و به همین دلیل جوامع، دولت‌ها و سازمان‌ها به فکر شناسایی بستر مناسب برای رشد و پرورش کارآفرینان افتادند که مقوله جدیدی است. با این مقدمه وقت آن است که نگاهی به سایر کشورها بیندازیم و ببینیم که دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دولتی و مراکز صنعتی و حرفه‌ای چه نگرش و سیاستی نسبت به تحقیق و ترویج در زمینه کارآفرینی دارند. آلمان، انگلیس و آمریکا اولین کشورهای

1- Casson

2- Dess

که در این زمینه کار کردند و به ترتیب قدم جلو گذاشتند. در آلمان در سال‌های ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵ مطالعه و شناسایی بر روی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه‌ای که اتفاقاً دارای محدودیت‌های شدید مالی بودند، آغاز شد. اولین سیاست‌ها، سیاست‌های پشتیبانی از این افراد بود. به همین منظور اولین آموزشکده برای تربیت این افراد در آن سال‌ها در این کشور ایجاد شد. این آموزشکده‌ها در انگلیس بین سال‌های ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ و در سال‌های ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد. ژاپن در این زمینه خیلی کلاسیک کار کرد و اولین مدرسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۹۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان «سربازان فداکار اقتصادی ژاپن» اجرا کرد. در هندوستان، ابتدا توسعه کارآفرینی را در سه مرحله می‌توانیم ببینیم. مرحله اول از دهه ۱۹۵۰ شروع شد که هندوستان تازه از استعمار رها شده بود و یک کشور بسیار فقیر و بدون منابع بود. در این مرحله فقط ایجاد اشتغال مطرح بود و دولت به رغم تمام کمبودها، بیشترین کمک را به کارآفرینان کرد. در مرحله دوم یعنی در دهه‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ میلادی به کارآفرین و کارآفرینان مجرب که می‌توانند به توسعه کارآفرینان صنعتی در هندوستان یاری کنند، کمک شد. این مرحله به عنوان خوداتکایی و خود کفایی صنعتی مطرح شد.

مطالعات قابل توجهی در زمینه کارآفرینی صورت گرفته است. برای نمونه سید محمد مقیمی (۱۳۸۳) به طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌های غیر دولتی ایران پرداخته و سه دسته از عوامل تاثیر گذار بر کارآفرینی سازمانی (عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای) را مورد مطالعه قرار داده است. نرگس حسن مرادی (۱۳۸۳) به منظور ارائه الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کار آفرین تحقیقی انجام داده که در آن الگوی دانشگاه کارآفرین با تأکید بر سه مؤلفه اصلی برون‌سیستمی شامل زیرساخت‌ها، مبانی نظری و اهداف و شش مؤلفه اصلی درون سیستمی شامل زمینه، درون داد، فرآیند، برون داد، ارزیابی و توسعه و پیامد در نظر گرفته است. جهانگیری (۱۳۸۲) در رساله خود با عنوان «طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی در سازمان‌های دولتی»، عوامل فردی و سازمانی را به عنوان متغیر مستقل و عناصر کارآفرینی را به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته است.

علاوه بر آن نظریه‌ها و مدل‌های مختلفی نیز در این زمینه ارائه شده است. از جمله؛ مدل رویدادی آلبرت شاپیرو (۱۹۷۵)، مدل رویدادی فرای (۱۹۹۳)، مدل رویدادی ویلیام بای گریو (۱۹۹۴)، مدل فرآیندی جفری تیمونز و دیگران (۱۹۸۵)، مدل فرآیندی «استیونسون» و دیگران (۱۹۸۹)، مدل فرآیندی چل و هاورس (۱۹۸۸)، مدل یک پارچه کارآفرینی نیاوالی و فوگل

(۱۹۹۴)، مدل چند بعدی ویلیام گارتنر (۱۹۸۵)، الگوی تحلیل تعامل علم و صنعت، دانشگاه کارآفرین به عنوان یک سازمان یادگیرنده، مراکز رشد دانشگاهی، مدل کارآفرینی درون سازمانی، مدل کارآفرینی کورنوال و پرلمن، مدل یادگیری یک پارچه، مدل کارآفرینی دانشگاه ویرجینیای غربی، نظریه خودمدیریتی «الیز»^۱ (۱۹۷۶)، «دایر»^۲ (۱۹۷۶)، «الگوی پرورش مدیر کارآفرین احمد پورداریانی» (۱۳۷۸) و مدل ABC «اوکیف و برگر»^۳ (۱۹۹۹-۱۹۹۳).

هدف از اجرای طرح کارآفرینی در دانشگاه‌ها تربیت دانشجویانی است که قادر باشند پس از دانش آموختگی شغل جدیدی همراه با نوآوری و خلاقیت ایجاد کنند. (دایره المعارف آموزش عالی، ۱۳۸۳، ص ۶۹۷) دانشگاه به عنوان یک نهاد اجتماعی باید آماده باشد که به ارزیابی و تحلیل منطقی وضع موجود جامعه بپردازد و هدف هایی را برای حرکت منسجم آینده کشور ترسیم نماید و در واقع، جامعه دانشگاهی به عنوان آگاه ترین قشر جامعه باید قادر باشد نقشه‌ای برای توسعه جامعه طراحی کند. دانشگاه های مختلف کشور به تدریج شروع به انجام اقدامات لازم در زمینه اجرای طرح و توسعه کارآفرینی نموده اند. کارآفرینانه نمودن دروس و شیوه های تدریس، برگزاری دوره ها و کارگاه های آموزشی کارآفرینی، انجام تحقیقات در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان، حمایت های علمی، مشاوره ای و مالی جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توسط دانشجویان، گسترش مهارت‌های فردی، و برگزاری دوره های کارآموزی، از جمله اقداماتی است که در کشورهای مختلف مد نظر بوده است.

نیاز جامعه به دانش آموختگانی با ظرفیت فکری و خلاقیت بالا که بتوانند بطور مستمر اطلاعات خود را به روز کرده و مهارت های جدیدی را فرا گیرند و در دنیای متحول بازار کار، کارآفرینی نمایند، بیش از پیش احساس می شود. (احمد پورداریانی، ۱۳۸۳) با توجه به اینکه هم انگیزش پیشرفت و هم کارآفرینی قابل آموزش و یادگیری اند (پیتر دراکر، ۱۹۸۵، ص ۴۹) و با برنامه ریزی و سیاست گذاری می توان انگیزش پیشرفت دانشجویان را بالا برد و در نتیجه روحیه کارآفرینی را در آنها تقویت کرده و در نهایت دانش آموختگان را به سمت کارآفرینی سوق داد، این سوالات مطرح می‌شود که:

- مؤلفه های برنامه های کارآفرینی برای آماده سازی دانش آموختگان کارآفرین در دانشگاه‌ها کدامند؟

- نیازهای مدیران و رهبران آموزشی، اعضای هیات علمی و دانشجویان در زمینه آموزش کارآفرینی کدامند؟

- چه چهارچوبی برای برنامه آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها می توان ارائه کرد؟
اینها سوالاتی است که پاسخ به آن در دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی چندان مورد توجه قرار نگرفته است. دغدغه آموزش عالی امروز آن است که دانش آموختگان قادر باشند از «دانش کارآمد»، دانش فناوری و مهارت های حرفه ای لازم برخوردار شوند، تا بتوانند دست به کارآفرینی بزنند و مشاغل تازه پدید آورند.

ویلسون و سرورا (۱۹۹۴)^۱ ساختار برنامه کارآفرینی را بر اساس اصول طراحی برنامه های آموزش بزرگسالان دارای چند مرحله می داند (ص ۳)

۱- **ارزیابی نیازها:** گام اول در طراحی برنامه اثربخش کارآفرینی ترسیم چشم انداز برنامه است. این امر از طریق شناسایی و درک نیازهای فراگیران و هماهنگ ساختن آن با نیازهای سازمانی صورت می گیرد. (مورفی، مکنیل و فالرتون، ۲۰۰۴، ص. ۵)^۲

۲- **تعیین اهداف و مأموریت های برنامه کارآفرینی:** (گاس و منزیس، ۱۹۹۹، ص. ۶)^۳ :
می گویند آموزش کارآفرینی به معنی افزودن فعالیت های اصلی به دانش نظری با تاکید بر مهارت ها و استعداد های دانشجویان است. این نوع آموزش دانشجویان را برای خلاقیت، نوآوری و کارگروهی برمی انگیزد.

۳- **روش های آموزش کارآفرینی:** دانشگاه ها برای رسیدن به اهداف و رسالت های خود در زمینه کارآفرینی از روش های مختلفی استفاده می کنند. برای مثال دانشگاه گالگری^۴ در آمریکا شیوه آموزش گروهی را به کار می گیرد. دانشگاه بازرگانی لندن دانشگاه سوینبورن^۵ و دانشگاه دورهام^۶ از یادگیری ترکیبی استفاده می کنند.

۴- **چگونگی طراحی برنامه آموزشی کارآفرینی:** بررسی مبانی و پیشینه تحقیق نشان دهنده سه رویکرد اصلی می باشد: در رویکرد اول کارآفرینی به صورت یک دوره مستقل ارائه می شود و در رویکرد دوم کارآفرینی به صورت یک برنامه مطرح می شود. (گاس و منزیس، ۱۹۹۹، ص ۲۴). در رویکرد سوم، این دوره ها ممکن است بر اساس زمینه هایی که دانش کارآفرینی را در بر می گیرد، طراحی شوند. منزیس و گاس (۱۹۹۹) دانش کارآفرینی را به سه

1-Wilson & Cervero

2-Murphy, Mcneil & Fullerton

3-Gass & Menzies

4- Calgary

5- swinburne

6- Durham

دسته جهت گیری و آگاهی، خلق تحولات و حفظ و رشد کارآفرینان فعلی تقسیم می کنند. (مورفی، مکنیل و فالرتون، ۲۰۰۴، ص. ۱۴)

۵- **آماده سازی هیات علمی:** ویژگی های هیات علمی به عنوان یکی از مولفه هایی که در برنامه کارآفرینی دانشگاه ها مورد تاکید قرار گرفته است (بنت^۱، ۱۹۸۸، ص. ۲۲) و (لاویز^۲، ۱۹۸۹، ص. ۱۲۷).

۶- **ایجاد مرکز کارآفرینی فناوری در دانشگاه ها:** ایجاد مرکز کارآفرینی به عنوان یکی از الزامات برنامه های کارآفرینی باید مد نظر قرار بگیرد. این مرکز علاوه بر ایجاد محیط یادگیری کارآفرین می تواند در غلبه بر تصورات غلط بین اعضای هیات علمی و شکستن مقاومت ها موثر باشد. (ویبر^۳، ۱۹۹۳، ص. ۹۱)

۷- **سازمان و مدیریت دانشگاه ها:** ساختار سازمانی و مدیریت دانشگاه یکی از مولفه های مؤثر بر موفقیت برنامه های کارآفرینی به شمار می رود. (صمد آقایی، ۱۳۸۲: ص. ۱۹۹) این مؤلفه از دو مولفه فرعی (ساختار سازمانی و مدیریت) تشکیل شده است. لیهام^۴ (۱۹۸۹، ص. ۱۹۷) ویژگی هایی را شناسایی کرده است که طی آن رهبری دانشگاه بر ارتقاء کارآفرینی کمک می کند.

همچنین از مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق چند مرحله اساسی را می توان برای توسعه برنامه کارآفرینی دانشگاه استخراج کرد. (استفنسون^۵، ۱۹۹۶، ص. ۲۲) که عبارتند از: آگاهی و ارتقاء شناخت در زمینه کارآفرینی، جهت گیری کارآفرینی، آموزش کارآفرینی (شیوه های آموزش)، افزایش خدمات حمایتی، ایجاد شبکه و حمایت از تحقیقات کارآفرینی و انتشار اطلاعات ذیربط.

۱- **آگاهی و ارتقای شناخت در زمینه کارآفرینی:** این مولفه خود از چند مولفه فرعی تشکیل شده است. که عبارتند از، شناسایی قهرمانان پیشرو، ایجاد بصیرت مشترک و نشان دادن نقش برنامه کارآفرینی در رفع نیازها. (مورفی، مکنیل و فالرتون، ۲۰۰۴، ص. ۲۵)

۲- **جهت گیری کارآفرینی:** همسو کردن عوامل مؤثر در تحقق اهداف برنامه های کارآفرینی و غلبه بر مقاومت های آنان از مولفه هایی است که در مطالعات صورت گرفته و برنامه های آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها مورد توجه قرار گرفته است. (همان منبع ص ۲۵)

1- Bennett

2-Lewis

3-Wearer

4-Williham

5- Lois Stephenson

- ۳- آموزش کارآفرینی (شیوه های تدریس): این مؤلفه شامل چندین مولفه فرعی می باشد که عبارتند از: آموزش مفاهیم پایه کار آفرینی، آموزش مهارت ها و ویژگی های کارآفرینی، طراحی برنامه آموزش کارآفرینی (شامل طراحی با منابع محدود و منابع کافی هیات علمی) انتخاب مدل ارائه برنامه های آموزشی و فعالیت های خاص کارآفرینی برای دانشجویان.
- ۴- گسترش خدمات حمایتی: گسترش خدمات حمایتی برای توسعه کارآفرینی و تحقق اهداف برنامه کارآفرینی نیازمند مرکزی برای برنامه ریزی و هدایت این برنامه هاست و مطالعات صورت گرفته نیز وجود چنین مرکزی را به عنوان عامل ضروری در توسعه برنامه های کارآفرینی معرفی می کند.
- ۵- ایجاد شبکه: از جمله مولفه هایی که برای توسعه برنامه آموزشی کارآفرینی در نظر می گیرند، ایجاد شبکه های ارتباطی است. این مولفه از چند مولفه فرعی تشکیل شده است، که عبارتند از: ارتباط بین دنیای نظر و عمل، سهم شدن در منابع اطلاعات و فعالیت ها، جذب مشارکت های مردمی، تسهیل ارتباط با مجامع علمی، استفاده موثر از آزمایشگاه ها و پژوهش های دانشگاهی.
- ۶- حمایت از تحقیقات و انتشار اطلاعات کارآفرینی: حمایت از تحقیقات کارآفرینی از طریق پیش بینی سیاست های حمایتی مناسب و انتشار نتایج تحقیقات برای سهم شدن دیگران در تجارب، از مولفه هایی است که می توان از مطالعه منابع موجود در این زمینه استخراج کرد. این مولفه دارای چند مولفه فرعی می باشد، که عبارتند از: سیاست های حمایتی در زمینه تحقیقات کارآفرینی و انتشار اطلاعات کارآفرینی.
- ۷- ارزیابی و بازنگری برنامه های کارآفرینی: شامل مؤلفه های فرعی، ویژگی ها و شایستگی های اعضای هیات علمی، تنوع و عمق برنامه های کارآفرینی، استاندارد ها و نمرات علمی دانشجویان، کیفیت و عمق منابع می باشد.

روش شناسی تحقیق

نوع تحقیق از توصیفی- پیمایشی است جامعه آماری تحقیق شامل دو گروه فعال در دانشگاه های دولتی (مدیران، کارشناسان و اعضای هیات علمی) است که در اجرای طرح «کاراد» مراکز کار آفرینی در آنها تشکیل و فعال شده است. برای انتخاب نمونه ها ابتدا فهرست دانشگاه های دولتی مجری طرح کاراد تهیه شد. سپس آمار تعداد مدیران و اعضای هیات علمی این دانشگاه ها با استفاده از آمارهای منتشره از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان

مدیریت و برنامه ریزی کشور استخراج گردید. از بین این دانشگاه ها تعداد ۱۷ دانشگاه (۵۷٪) به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. آنگاه براساس جدول نمونه گیری «کرجسی، مورگان و کوهن»^۱ (سکاران، ترجمه صائبی و شیرازی، ۱۳۸۰، ص ۳۳۳) تعداد ۲۶۹ نفر (شامل ۱۰۲ نفر از مدیران و ۱۶۷ نفر از اعضای هیات علمی) با استفاده از شیوه نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه انتخاب گردید.

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه استفاده می شود. با توجه به اینکه پرسشنامه استاندارد در این زمینه وجود ندارد، لذا براساس مبانی نظری تحقیق، همین طور براساس مطالعات انجام شده توسط جنینگز (۱۹۹۴)، فری (۱۹۹۴)، واندروورف و بروش (۱۹۸۹)، پتیر کیلیبی (۱۹۷۱)، سکسون (۱۹۸۴)، بروخاوس و هورویتز (۱۹۸۶)، لیپسون (۱۹۸۸)، نلسون و نک (۱۹۸۲)، کلانت و هیل (۲۰۰۱)، اشکوده اوپلاکر (۲۰۰۱)، تامپسون (۱۹۹۹)، کولفر (۲۰۰۱)، کروگر (۲۰۰۳)، شین و اکوردت (۲۰۰۳)، علی جهانگیری (۱۳۸۲)، یعقوب انتظاری (۱۳۸۲)، حداد عادل (۱۳۷۹)، صمد آقایی (۱۳۷۸)، مقیمی (۱۳۸۳)، (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳)، (سالازار، سال ۱۳۷۶)، پرسشنامه ای در مقیاس ۵ درجه ای تهیه شد. و بعد از به دست آوردن روایی و اعتبار آن بر اساس نظریات متخصصان و ضریب آلفای کرونباخ، با پیش بینی امکان افت تعداد ۳۶۰ پرسشنامه در بین نمونه های مورد مطالعه توزیع گردید. از این تعداد ۳۲۵ پرسشنامه تکمیل و اعاده شد و از این تعداد ۱۰ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن حذف و ۳۱۵ پرسشنامه با استفاده از روش های آماری مناسب (محاسبه فراوانی و درصد پاسخ ها، تحلیل عاملی^۲، مقایسه میانگین ها و ضریب توافق) مورد تجزیه تحلیل قرار گرفت.

یافته ها

یافته های مربوط به سوال اول:

«مؤلفه های برنامه های کارآفرینی برای آماده سازی دانش آموختگان کارآفرین در دانشگاه ها کدامند؟»

داده های حاصل از اجرای پرسشنامه در خصوص این مؤلفه ها با استفاده از تحلیل عاملی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج آن به شرح زیر است.

1 -Krejcie and Morgan(1970), Cohen(1969)

2-Factor Analysis

عامل اول: سیاست های حمایتی از برنامه های کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۵۴ و ۰/۶۳۴ و ۰/۶۳۱) به ترتیب به تسهیل ارتباط با بخش های دانشگاهی دیگر، استفاده مؤثر از امکانات آزمایشگاه ها و پردیس های دانشگاهی در زمینه کار آفرینی و برگزاری دوره های توجیهی برای آشنایی با کار آفرینی و کارآفرینان مربوط می شود.

عامل دوم: اهداف و وظایف مرکز کارآفرینی و فناوری برای اجرای برنامه های کارآفرینی در دانشگاه: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۷۲۵، ۰/۶۸۷ و ۰/۵۹۴) به ترتیب مربوط به کمک به دانشجویان در زمینه توسعه تفکر بین رشته ای، ایجاد مرکز کار آفرینی و فناوری و توسعه استفاده خلاقانه از فناوری های ارتباطات و اطلاعات (ICT) مربوط می شود.

عامل سوم: اصول و شیوه های آموزش برنامه های کارآفرینی در دانشگاه: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۵۹۶، ۰/۵۷۶ و ۰/۵۷۳) به ترتیب به استفاده از روش حل مساله، روش پروژه های کار آفرینی و تأکید بر آینده با استفاده از تجارب گذشته مربوط می شود.

عامل چهارم: معیارهای ارزیابی برنامه های کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۷۸، ۰/۶۷۴ و ۰/۶۲۹) به ترتیب تعداد دانشجویان در زمینه کار آفرینی، پیش بینی سیاست های حمایتی (مادی) برای اساتید و دانشجویان کار آفرین و کار آفرینی و تنوع و عمق برنامه های کارآفرینی مربوط می شود.

عامل پنجم: نیازهای مدیران و رهبران آموزشی در زمینه کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۷۴۴، ۰/۷۱۱ و ۰/۶۵۸) به ترتیب به استفاده خلاقانه از فناوری های ارتباطات و اطلاعات (ICT)، مسئولیت پذیری و توانایی های ارتباطی مربوط می شود.

عامل ششم: نیازهای دانشجویان در زمینه کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۵۴۶، ۰/۵۳۹ و ۰/۵۱۱) به ترتیب فرصت جویی، انعطاف پذیری و مسئولیت پذیری مربوط می شود.

عامل هفتم: سازمان و مدیریت اجرای برنامه های کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۵۵، ۰/۵۹۰ و ۰/۵۵۰) به ترتیب به غیر متمرکز بودن ساختار سازمانی، استفاده از نظریات اعضای هیات علمی، کارکنان و دانشجویان و کانال های ارتباطی سریع و همه جانبه مربوط می شود.

عامل هشتم: نیازهای اعضای هیات علمی در زمینه کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۳۱، ۰/۶۱۶ و ۰/۵۶۷) به ترتیب به انعطاف پذیری، مشارکت پذیری و نیاز به پیشرفت مربوط می شود.

عامل نهم: مبانی نظری مربوط به مدل آموزش: در این عامل بیشترین وزن (۰/۶۲۴، ۰/۶۱۷ و ۰/۵۵۸) به ترتیب به الگوی مهندسی مجدد در طراحی برنامه کارآفرینی، نظریه جرأت آفرینی و نظریه سازمان های یادگیرنده مربوط می باشد.

عامل دهم: اهداف و برنامه های کارآفرینی در دانشگاه: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۵۸۹ و ۰/۵۷۳ و ۰/۵۶۴) به ترتیب به کسب مهارت های دسترسی و مدیریت سرمایه، افزایش توانایی های استفاده خلاقانه از فناوری برای ایجاد تغییر و تحول و کسب توانایی های لازم در شناسایی موانع و چالش های محیطی کار آفرینی و چگونگی مدیریت آنها مربوط می شود.

عامل یازدهم: مراحل اجرای برنامه های کارآفرینی در دانشگاه: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۵۸۳، ۰/۵۴۹ و ۰/۴۸۰) به ترتیب به جهت گیری کارآفرینی (همسو کردن تمامی عوامل مؤثر در اجرای برنامه کارآفرینی)، افزایش آگاهی و شناخت عوامل انسانی در زمینه کارآفرینی و ایجاد محیط های آزمایشگاهی برای توسعه کارآفرینی مربوط می شود.

عامل دوازدهم: چگونگی آموزش کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۲۷، ۰/۵۷۰ و ۰/۵۲۲) به ترتیب به آموزش چگونگی ایجاد و توسعه مهارت های ویژه کار آفرینی، استفاده از انجمن ها و مجامع علمی و دانشگاهی و محیط های کار آفرین برای ارتقای یادگیری تجربی و آموزش مهارت های پایه و مفاهیم کارآفرینی مربوط می شود.

عامل سیزدهم: محتوا و مواد آموزشی برای آماده سازی اعضای هیات علمی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۳۱، ۰/۶۲۳ و ۰/۵۴۳) به ترتیب به مهارت های ارتباطی و یادگیری از فراگیران و مشارکت کنندگان و فراهم کردن منابع اطلاعاتی لازم برای تحقیقات کارآفرینی مربوط می شود.

عامل چهاردهم: ایجاد بصیرت مشترک و افزایش آگاهی در زمینه برنامه های کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۵۶۸، ۰/۵۲۴ و ۰/۵۲۴) به ترتیب به افزایش شناخت و درک عوامل انسانی از کار آفرینی و ویژگی های کار آفرینان، غلبه بر مقاومت های اعضای هیات علمی و تدوین و اجرای سیاست های حمایتی برای تشویق کار آفرینان و مربوط می شود.

عامل پانزدهم: فلسفه و اهداف مدل آموزش : در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۵۷) و (۶۳۴) مربوط به نهادینه کردن کار آفرینی به عنوان بخشی از برنامه های آموزشی دانشگاه ها ارائه چهارچوبی برای تدوین برنامه کار آفرینی در دانشگاه ها می شود.

عامل شانزدهم: آماده سازی اعضای هیات علمی برای اجرای برنامه های کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۲۲، ۰/۶۱۸ و ۰/۵۶۴) به ترتیب به افزایش توانایی اعضای هیات علمی در ایجاد محیط یادگیری کارآفرین در کلاس درس، آموزش اعضای هیات علمی در زمینه کار آفرینی، و افزایش توانایی اعضای هیات علمی در ترکیب دانش نظری با نیازهای محیطی مربوط می شود.

عامل هفدهم: رویکردهای مربوط به برنامه های کارآفرینی در دانشگاه: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۵۹۸) به رویکرد اول (کار آفرینی به عنوان یک دوره مجزای تحصیلی ارائه می شود و موضوعات کارآفرینی در آن لحاظ می شود)، مربوط می شود.

عامل هیجدهم: فرایند ارزیابی برنامه های کارآفرینی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۷۸) به تدوین معیارهای ارزیابی برنامه آموزش کار آفرینی در دانشگاه ها، مربوط می شود.

عامل نوزدهم: عوامل فنی و قانونی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۵۲) به عوامل قانونی مربوط می شود.

عامل بیستم: عوامل اقتصادی و اجتماعی: در این عامل بیشترین وزن عاملی (۰/۶۷۳) به عوامل فرهنگی - اجتماعی (ویژگی های فرهنگی جامعه از نظر میزان پذیرش تغییر یا مقاومت در برابر آن، رفتارهای فرد گرایانه یا جمع گرایانه، فرهنگ سازمانی دانشگاه ها در زمینه پذیرش تغییر و پرورش خلاقیت و نوآوری و...)، مربوط می شود.

بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده های مربوط به سوال اول تحقیق مؤلفه های اصلی برنامه کارآفرینی شناسایی گردید. این مؤلفه ها در چهار دسته اصلی (فلسفه و اهداف مدل، مبانی نظری مدل، عوامل و مؤلفه های مربوط به طراحی، اجرا و ارزیابی برنامه های آموزش کار آفرینی و عوامل محیطی) قرار گرفت.

یافته های مربوط به سوال دوم تحقیق:

نیازهای مدیران و رهبران آموزشی، اعضای هیات علمی ودانشجویان در زمینه آموزش کارآفرینی کدامند؟

در پاسخ به سوال دوم تحقیق، نیازها و مهارت های سه گروه مورد مطالعه (مدیران و رهبران آموزشی، اعضای هیات علمی ودانشجویان) شناسایی شد و در این زمینه ترکیب جدیدی از نیازها به دست آمد.

جدول (۱) آماره t محاسبه شده برای مقایسه میانگین مشاهده شده با میانگین نظری در هر یک از نیازهای دانشجویان

گویه	میانگین	انحراف معیار	t	تفاوت از میانگین	فاصله اطمینان (۹۵٪)
				حد پایین	حد بالا
نیاز به پیشرفت	۴/۳۷۷۸	۰/۸۱۸۷۷	۱۹/۰۴۳	۰/۸۷۷۸	۰/۹۶۸۴
نیاز به استقلال	۴/۶۳۱۷	۰/۵۹۵۳۲	۳۳/۷۴۱	۱/۱۳۱۷	۱/۱۹۷۷
نیاز به اعطاف پذیری	۴/۰۶۳۵	۰/۶۷۴۲۱	۱۴/۸۳۴	۰/۵۶۳۵	۰/۶۳۸۲
نیاز به خلاقیت	۴/۶۱۲۲	۰/۴۸۸۰۴	۴۰/۲۵۳	۱/۱۱۲۲	۱/۱۶۶۵
نیاز به ریسک پذیری	۴/۴۸۲۵	۰/۷۳۷۲۱	۲۳/۶۵۴	۰/۹۸۲۵	۱/۰۶۴۳
نیاز به کسب توانایی های ارتباطی	۳/۹۴۲۹	۱/۰۶۳۲۴	۷/۳۹۲	۰/۴۴۲۹	۰/۵۶۰۷
نیاز به اراده و پشتکار	۴/۱۲۰۶	۱/۰۸۷۵۹	۱۰/۱۲۸	۰/۶۲۰۶	۰/۷۴۱۲
نیاز به مسئولیت پذیری	۳/۸۳۱۷	۱/۱۲۰۲۹	۵/۲۵۶	۰/۳۳۱۷	۰/۴۵۵۹
نیاز به کنترل درونی	۳/۸۳۱۷	۰/۶۶۳۱۴	۸/۸۷۹	۰/۳۳۱۷	۰/۴۰۵۳
نیاز به مهارت های ICT	۳/۵۲۳۸	۰/۹۳۸۵۱	۶۶/۶۳۹	۳/۵۲۳۸	۳/۶۲۷۹
	$n = 315$			$df = 314$	
	$\alpha = 0.05$				سطح معنی داری

جدول شماره ۱ نمرات پاسخ دهندگان در مورد هر یک از نیازهای دانشجویان در برنامه های کارآفرینی را نشان می دهد. همان طور که مشاهده می شود، آماره t محاسبه شده برای هر یک از نیازها نشان می دهد که این مقدار با درجه آزادی ۳۱۴ و آلفای ۰/۰۵، بزرگ تر از مقدار t بحرانی (۲/۳۲) است. لذا فرض صفر مبنی بر عدم تفاوت بین میانگین مشاهده شده و میانگین

جامعه (۳,۵) رد می شود. در نتیجه هر یک از نیازهای مورد مطالعه برای دانشجویان به عنوان نیاز اصلی در برنامه های کارآفرینی محسوب می شوند.

جدول ۲) آماره t محاسبه شده برای مقایسه میانگین مشاهده شده با میانگین نظری در هر یک از نیازهای مدیران و رهبران آموزشی

گویه	میانگین	انحراف معیار	t	تفاوت از میانگین	فاصله اطمینان (۰/۹۵)
				حد پائین	حد بالا
نیاز به پذیرش تغییر	۴/۷۵۲۴	۰/۴۹۴۱۹	۴۴/۹۷۸	۱/۲۵۲۴	۱/۱۹۷۶
نیاز به فرصت جویی	۳/۹۸۴۱	۰/۶۶۰۳۴	۱۳/۰۱۲	۰/۴۸۴۱	۰/۴۱۰۹
نیاز به جسارت و خطر پذیری	۴/۴۸۵۵	۰/۵۷۸۳۳	۳۰/۰۵۲	۰/۹۸۵۵	۰/۹۲۱۰
نیاز به خلاقیت و نو آوری	۴/۵۸۷۳	۰/۷۸۶۷۳	۲۴/۵۲۹	۱/۰۸۷۳	۱/۰۰۰۱
نیاز به آینده نگری و پیشگام بودن	۴/۵۱۷۵	۰/۵۰۰۴۹	۳۶/۰۸۱	۱/۰۱۷۵	۰/۹۶۲۰
نیاز به مهارت های ارتباطی و کار گروهی	۴/۱۳۰۲	۰/۴۶۴۲۱	۲۴/۰۹۳	۰/۶۳۰۲	۰/۵۷۸۷
نیاز به رویارویی با چالش های محیطی	۳/۶۰۰۰	۱/۱۱۱۰۳	۱/۵۹۷	۰/۱۰۰۰	-۰/۰۲۳۲
نیاز به پیشرفت و پشتکار	۴/۲۱۲۷	۱/۱۱۲۶۸	۱۱/۳۶۸	۰/۷۱۲۷	۰/۵۸۹۳
نیاز به مهارت های مدیریتی (فنی، انسانی و ادراکی)	۴/۰۶۰۳	۰/۶۷۶۸۶	۱۴/۶۹۲	۰/۵۶۰۳	۰/۴۸۵۳
نیاز به مشارکت پذیری	۴/۵۷۸۸	۰/۵۲۶۱۵	۳۶/۱۵۸	۱/۰۷۸۸	۱/۰۲۰۱
	n = ۳۱۵			df = ۳۱۴	
	۳,۵ = میانگین نظری			۰/۰۵ = سطح معنی داری	

جدول شماره ۲ نمرات پاسخ دهندگان در مورد هر یک از نیازهای مدیران و رهبران آموزشی در برنامه های کارآفرینی را نشان می دهد. همان طور که مشاهده می شود، آماره t محاسبه شده برای هر یک از نیازها (به جز نیاز به رویارویی با چالش های محیطی) نشان می دهد که این مقدار با درجه آزادی ۳۱۴ و آلفای ۰/۰۵، بزرگ تر از مقدار t بحرانی (۲/۳۲) است. لذا فرض صفر مبنی بر عدم تفاوت بین میانگین های مشاهده شده و میانگین جامعه (۳,۵) به جز در یک مورد رد می شود. در نتیجه هر یک از نیازهای مورد مطالعه برای مدیران و رهبران آموزشی به عنوان نیاز اصلی در برنامه های کارآفرینی محسوب می شوند.

می‌شود. در نتیجه هر یک از نیازهای مورد مورد مطالعه برای مدیران و رهبران آموزشی به عنوان نیاز اصلی در برنامه های کارآفرینی محسوب می شوند.

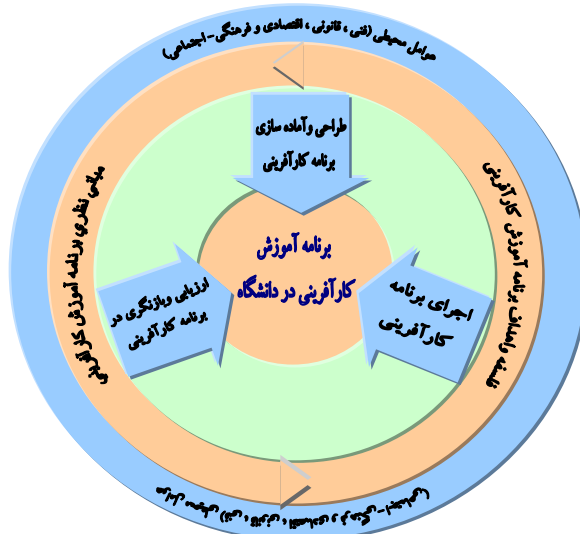
یافته های مربوط به سوال سوم تحقیق:

چه چهارچوبی برای برنامه آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها می توان ارائه کرد؟
بر اساس پاسخ به سوالات قبلی و بررسی های انجام شده، مشخص شد که برنامه های آموزش کارآفرینی همانند سایر برنامه ها دارای سه مرحله اصلی است و در هر مرحله باید شاخص های خاصی در نظر گرفته شود که در جدول و نمودار زیر خلاصه شده است.

جدول (۴) چهارچوب برنامه ریزی، اجرا و ارزیابی برنامه های کارآفرینی در دانشگاه ها

۱- طراحی برنامه آفرینی :	۲- اجرای برنامه کارآفرینی	۳- ارزیابی برنامه کارآفرینی
نیازهای مدیران و رهبران آموزشی	افزایش آگاهی و ایجاد بصیرت مشترک	فرایند ارزیابی
نیازهای دانشجویان	سیاست های مربوط به خدمات حمایتی	معیارهای ارزیابی
نیازهای اعضای هیات علمی	توسعه شبکه های ارتباطی تحقیقاتی	
هدف های برنامه کار آفرینی دانشگاه ها	مراحل اجرای برنامه کار آفرینی آموزش کارآفرینی	
رویکردهای طراحی و اجرای برنامه آموزش کارآفرینی		
اصول و شیوه های طراحی و ارائه برنامه های آموزش کارآفرینی		
آماده سازی اعضای هیات علمی انتخاب محتوا و مواد آموزشی		
برای آماده سازی هیات علمی تدوین اهداف و وظایف مرکز کارآفرینی و فناوری		
طراحی سازمان و مدیریت دانشگاه ها.		

شکل (۱) مدلی برای طراحی، اجرا و ارزیابی برنامه های کارآفرینی در دانشگاه ها.



شکل (۱) مدل مؤلفه های برنامه کار آفرینی

بحث و نتیجه گیری

نتایج این تحقیق در زمینه مؤلفه های اصلی برنامه های کارآفرینی با تحقیقات انجام شده در برخی از دانشگاه های سایر کشورها مورد حمایت قرار می گیرد. برای نمونه مک نیل، فالرتون و مورفی (۲۰۰۴)^۱ با بررسی برنامه های کار آفرینی در بیش از پانزده دانشگاه جهان به چهارچوب مشابهی رسیدند. به نظر آنان گام اول در طراحی برنامه اثربخش کارآفرینی ترسیم چشم انداز برنامه است. این امر از طریق شناسایی و درک نیازهای فراگیران و هماهنگ ساختن آن با نیازهای سازمانی است. (مورفی، مکنیل و فالرتون، ۲۰۰۴، ص ۵) از این رو ارزیابی نیازها مستلزم شناسایی چند دسته نیاز است که عبارتند: از نیازهای دانشجویان، نیازهای مدیریت و نیازهای اعضای هیات که علمی همین نتایج در تحقیق حاضر نیز شناسایی شدند. در این تحقیق چند دسته نیاز برای کار آفرینان شناسایی شد. بعضی از این نیازها در هر سه گروه (مدیران، اعضای هیات علمی و دانشجویان) مشترکند. نیاز به استقلال از این دسته نیازها محسوب می شود. (مقیمی (۱۳۸۳) کارآفرینان سازمانی را افرادی می داند که اغلب در

1 - McNeil, Fullerton & Murphy (December, 2004)

فعالیت‌های کارآفرینی سازمان‌ها و بدون حمایت سازمانشان درگیر هستند. البته این فقدان حمایت موضوع مهمی نیست. به نظر وی اگر مدیریت بتواند فرایندها و رفتارهای مناسبی را در یک سازمان ایجاد کند، کارآفرینان سازمان‌ها می‌توانند در محیط نسبتاً مناسبی فعالیت کنند. کارآفرینی سازمانی را می‌توان خلق، تقویت، اداره و حمایت کرد. (مقیمی، ۱۳۸۳، صص ۸۵-۸۶). نیازهای ارتباطی هم جزو نیازهای مهم هر سه گروه محسوب می‌شود. «ویلیامز و تس» (۱۹۹۵) معیار موفقیت کارآفرینان انسان مدار را تمایل زیاد آنها به تعامل با افراد و ارتباط واقعی با کارکنان و رضایت‌مشتریان می‌داند. (ویلیامز و تس^۱، ۱۹۹۵، ص ۲)

به نظر «کرورو و ویلسون» (۱۹۹۴)^۲ تحقق اصول آموزش برنامه‌های کارآفرینی، نیازمند شناسایی نیازها و علایق مختلف است. از نظر شلدون (۱۹۹۵) دانشگاه کارآفرین به همان میزان که به اصلاح و بهبود ساختارهای کلان و زمینه‌های سازمانی و مدیریتی وابسته است، به رشد و ارتقای سطح قابلیت‌های افراد و بروز خلاقیت‌ها و نوآوری آنان نیز بستگی دارد. (شلدون^۳، ۱۹۹۵، ص ۶۱-۷۳). موضوعی که در این تحقیق نیز مورد تأکید قرار گرفت.

از دیدگاه «کریستن سن» قابلیت‌های افراد و مخصوصاً کارکنان دانشگاه همچون کوه یخی است که تنها ده درصد آن قابل مشاهده است و بخش اعظم آن پنهان بوده و از طریق مدیریت و رهبری کارآفرین آشکار و بارز می‌گردد. در واقع خلق دانشگاه کارآفرین اساساً و در گرو آشکار سازی یا آزاد سازی حجم عظیم قابلیت و استعداد انسانی است. (حسن مرادی، ۱۳۸۳) برای این منظور توجه به سازمان و مدیریت دانشگاه با توجه به ویژگی‌های مورد مطالعه، ضروری می‌باشد. «باندورا»^۴ (۱۹۷۷)، «پوتر»^۵ (۱۹۵۴) و «ورون»^۶ (۱۹۶۶) تلاش کرده‌اند تا فرایندهای شناختی که به انگیزش شخصی (خود انگیختی) و خود مدیریتی منجر می‌شود، تشریح کنند. تحقیقات آنها نشان داد افرادی که انتظار موفقیت دارند و باور دارند که نتایج بیرونی به دنبال آنها به دست خواهد آمد، مهارت‌های خود مدیریتی قوی‌تری دارند تا افرادی که انتظار شکست دارند و نمی‌توانند بین تلاش‌های خود و وقایع بیرونی زندگی ارتباط برقرار کنند. مهارت‌ها و نیازهایی که در مدل پیشنهادی مطرح شده، در بردارنده چنین رویکردی است.

1-Williams & Tse

2- Cervero & Wilson, 1994

3-Sheldon

4-Bandura

5-Potter

6-Veron

عوامل محیطی، سیاست های دانشگاه، اجرای برنامه و ارزشیابی و بازخورد، از مؤلفه های مورد توجه در یافته های تحقیق حاضر نیز به شمار می روند. بررسی مدل های مورد استفاده در دانشگاه های «بابسون»^۱، «مدرسه بازرگانی لندن»^۲، «دانشگاه مک گیل کانادا»^۳، «دانشگاه استرلینگ اسکاتلند»^۴، «دانشگاه فناوری سواين بورن استراليا»^۵، دانشگاه «کالگری کانادا»^۶، «دانشگاه دورهام انگلیس»^۷، «مدرسه بازرگانی مارشال در دانشگاه کالیفرنیا جنوبی»^۸، «دانشگاه واشینگتن»^۹ و... نشان دهنده توافق این مدل ها با مدل پیشنهادی در این تحقیق است.

«دیوید کایربی» (۲۰۰۲) می گوید: «تحقیق و دانش درباره چگونگی آموزش کارآفرینی بر خلاف تقاضا برای آن از رشد چندانی برخوردار نبوده است» (صص ۴-۵). اما این امیدواری وجود دارد که در آینده نزدیک پیشرفت هایی در این زمینه ها صورت بگیرد تا مشخص شود در دوره های کارآفرینی چه چیزی آموزش داده شود؟ چگونه آموزش داده شود؟ و در چه شرایطی این آموزش اتفاق بیفتد. وی وضع فعلی آموزش کار آفرینی را در بردارنده سه محور اصلی می داند که عبارتند از: موضوع کار آفرینی یاددهی کارآفرینی و آموزش کارآفرینی دانشگاه هایی که خود را برج عاج نشین می دانند و با واقعیت های جامعه بیگانه اند. به نظر «کایربی» (۲۰۰۲) برای یاد دهی و یادگیری مؤثر کار آفرینی این عناصر کافی نیستند و سه تحول اساسی در این زمینه لازم است تا آموزش مؤثر اتفاق بیفتد:

- از کارآفرینی به آموزش رفتار کارآفرینانه،
- از یاددهی به یادگیری
- از برج عاج نشینی به دانشگاه کارآفرین.

-
- 1-Boston
 - 2-London School of Business
 - 3-McGill University
 - 4-Stirling University
 - 5-The Swinburne University of Technology
 - 6-University of Calgary Alberta, Canada
 - 7-University of Dorham Marshall
 - 8-School of Business, Los Angeles, California
 - 9-University of Washington

سه تحول اساسی در پداگوژی آموزش، ساختار دانشگاه و آموزش برای این تحولات (آموزش کارآفرینی) ضرورت دارد. این تحولات باید به صورت موازی اتفاق بیفتد تا احتمالات جدیدی در زمینه خلق ثروت در جامعه ایجاد کند. باید در نظر داشت که تمام این تحولات در بستری یکپارچه صورت می گیرد. بستری که در آن از فرصت های مقتضی برای بهبود استفاده می شود. تهیه برنامه های آموزشی بر اساس الگوی پیشنهادی چنین بستری را فراهم کرد.

«اوکیف و برگر»^۱ (۱۹۹۳-۱۹۹۹) عملکرد افراد را در سه زمینه کلی طبقه بندی می کنند، تمایلات، رفتار و شناخت. آنها چنین فرض می کنند که بهبود عملکرد و انگیزش افراد در حد متوسط است. ولی اثربخشی، شناخت و رفتار افراد سطح آن را تعیین می کند. اگر به یک بعد توجه کنیم آثار سایر جنبه ها را نادیده گرفته ایم.

از این رو در تدوین برنامه های آموزش کارآفرینی باید تمام جنبه های مؤثر شناسایی و لحاظ شود. حاصل این برنامه تسلط ما بر خود و یادگیری چگونگی خود مدیریتی است. امروزه خود مدیریتی به عنوان بخشی از برنامه های آموزشی دانشجویان جدید در آمده است. (۱۹۹۸ Ellis) یافته های این تحقیق نیز بر آن تاکید دارد.

بر اساس یافته های این تحقیق و تحقیقات مشابهی که در برخی از کشور انجام شده است، برای ایجاد محیط دانشگاهی تقویت کننده و توسعه دهنده فرایندهای خود مدیریتی و خود تنظیمی می بایست این عوامل به عنوان بخشی از رسالت های دانشگاه نهادینه شود.

برای این منظور، گام اول و بهترین گام آن است که اصول خود مدیریتی در توسعه حرفه ای، مدیریت و فعالیت های آموزشی لحاظ شود و در رسالت های سازمانی، ارزش ها، اهداف، رهبری و انتظارات مورد تاکید قرار بگیرد. برگر (۲۰۰۱) معتقد است که رسالت دانشگاه باید پرورش دادن دانشجویان خود فرمان باشد. افرادی که می دانند برای رسیدن به اهداف، چگونه خودشان را برانگیخته و مدیریت کنند، موضوعی که یافته های این تحقیق نیز بر آن تأکید دارد.

وسپر و گارتنر (۱۹۹۷) نیز با ارزیابی برنامه های کارآفرینی در دانشگاه ها چند معیار اصلی را مطرح می کند: شایستگی های اعضای هیات علمی، تنوع و ژرفای برنامه های درسی در زمینه کار آفرینی، معیارهای موفقیت علمی و کیفیت منابع مورد استفاده (ص ۴۰۵-۴۰۷) با بررسی یافته های این تحقیق معیارهای فوق به همراه معیارهای دیگری چون: برگزاری دوره ها و کار

گاه های آموزشی در زمینه شیوه های آموزش کارآفرینی برای اساتید، پیش بینی انگیزه های مادی برای اساتید و دانشجویان کار آفرین، سیاست های حمایتی و کمک های مالی در زمینه تحقیقات کار آفرینی، تعداد دانشجویان کار آفرینی و سیاست های حمایتی تدوین شده در زمینه حمایت و پشتیبانی از کار آفرینان را مورد تاکید قرار می دهد.

یکی از مهم ترین عوامل موثر در توسعه کارآفرینی، اتخاذ سیاست های سازگار با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، قانونی و تکنولوژیکی کشور است (آریون و ماری، ۲۰۰۳)^۱.

در الگوی گزینه های تأثیر گذار بر کارآفرینی (زاهدی، ۱۳۸۲، ص ۱۲۹) گزینه های محیطی سومین دسته از گزینه های تأثیر گذار محسوب می شوند. زیرمجموعه این عوامل عبارتند از: گزینه های سیاسی، گزینه های اقتصادی، گزینه های قانونی، گزینه های اداری و گزینه های فرهنگی که همچون چتری بر همه ارتباطات و روابط بین آحاد جامعه سایه افکنده است.

طبق نظر منزیس و گاس (۱۹۹۹) آموزش کار آفرینی جنبه های کاربردی را بر اساس توانایی ها و استعداد های فراگیران، با دانش نظری تلفیق می کند. علاوه بر آن بر انگیزش فراگیران در زمینه خلاقیت و نوآوری تأکید دارد.

یافته های این تحقیق نیز نشان داد که تأکید بر آموزش تلفیقی و ایجاد توانایی های کارآفرینی هم به عنوان شیوه های آموزش و هم به عنوان فلسفه و هدف آموزش حائز اهمیتند. در این زمینه الگوی ارائه شده با مدل های آموزش کارآفرینی در دانشگاه های بابسون، مک گیل و دورهام مطابقت دارد.

منابع

- احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۷۸)، کارآفرینی تعاریف، الگوها و نظریات. تهران. انتشارات پردیس ۵۷.
- احمد پور داریانی، محمود و همکاران. (۱۳۸۳)، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب. تهران. امیرکبیر.

- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، محمد. ۱۳۸۰، *نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار*. ماهنامه تدبیر، شماره ۹۰، بهمن ۱۳۷۷. صص. ۲۲-۱۰.
- جهانگیری، علی. (۱۳۸۲)، *طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی*. رساله دکترا، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- حسن مرادی، نرگس. (۸۳-۸۴). *پروژه تدوین الگوی دانشگاه کارآفرین*. تهران، دانشگاه آزاد اسلامی
- صمد آقایی، جلیل. (۱۳۷۸)، *شناسایی بستر سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان*. در شرکت‌های تابعه بنیاد مستضعفان، تهران
- انتظاری یعقوب. *پژوهش تعامل علم و صنعت از چشم‌انداز اقتصاد مبتنی بر دانش*. تهران.
- سالازار، ملیتو. (۱۳۷۶) *مقدمه ای بر کارآفرینی*. ترجمه: سیامک نطق، سازمان بهره‌وری ملی ایران
- صمد آقایی، جلیل. (۱۳۸۲)، *سازمان‌های کارآفرین*. تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی
- قورچیان، نادرقلی و همکاران. (۱۳۸۳)، *دایرةالمعارف آموزش عالی*. (جلد دوم)، تهران: بنیاد دانشنامه بزرگ فارسی.
- مقیمی، سیدمحمد. (۱۳۸۳). *پژوهش طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌های غیردولتی ایران*.
- مقیمی، سیدمحمد. سال (۱۳۸۳). *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی*. انتشارات دانشگاه تهران
- مقیمی، فضل ا. (۱۳۸۱)، *کارآفرینی، سنجش و پژوهش*. گاهنامه مرکز مطالعات سازمان سنجش آموزش کشور، شماره ۳.
- Bennett, J. (1988, Spring). What lies in the future for department chairpersons? In Educational Record, 52-55.
- Blenker, Per, Poul Dreisler, H. Meibom & John Kjeldsen (2003), Entrepreneurship education and university context, PILE Group,

Aarhus School of Business, Haslegaardsvej 10, DK- 8210 Aarhus V, Denmark

-Brockhaus, R.H./ Horwitz, P.S.(1986) The psychology of the entrepreneur. in: Sexton, D. L./ Smilor, R. W. (Eds), The art and science of entrepreneurship, Cambridge, MA: Ballinger. 25-48.

-Casson, M. (1982). The Entrepreneur: An Economic Theory, Oxford: Martin Robinson.

-Drucker, P.F. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles, London: Butterworth.

-Ellis, D. (1998). Becoming a master student. Boston: Houghton Mifflin.

-Gartner, William B. and Nancy M. Carter,(2003), "Entrepreneurial Behaviour and Firm Organizing Processes," in Zoltan J. Acs and David B. Audretsch (eds.), Handbook of Entrepreneurship Research, New York: Springer Publishers, pp. 195-222.

-Gibb, A. (2002), "In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative deconstruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge." International Journal of Management Reviews_4(3): pp. 233-269.

-Jennings D.F. (1994). Multiple Perspectives of Entrepreneurship, Ohio: South Western Publishing.

-Kirby, David A., (2002), "Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge?", International Council for Small Business – the 47th World Conference, San Juan, June 16-19, 2002.

-Krueger, Norris F Jr., (2003), "The Cognitive Psychology of Entrepreneurship," in Zoltan J. Acs and David B. Audretsch (eds.), Handbook of Entrepreneurship Research, New York: Springer Publishers, pp. 105-140.

-Louis, K. S. (1989). Entrepreneurs in academe: Exploration of behaviors among life scientists. In Administrative Science Quarterly, 34(1), 110-131.

-McMullan, W.E. / Gillin, L.M. (2001) Entrepreneurship education in the nineties: Revisited. in: Brockhaus, R. H. / Hills, G. E. / Klandt, H. / Welsch, H. P. (Eds.), Entrepreneurship education: A global view, Hants: Ashgate Publishing Limited. 57-77.

- McNeil, Sue ,Fullerton, M.Sc & Murphy(2004), Entrepreneurship in Atlantic Canadian Universities Environments An Examination of Models, Best Practices, And Program Development, Acadia Centre for Small Business & Entrepreneurship.
- Menzies, T., & Gasse, Y. (1999). Entrepreneurship and Canadian universities: Report of a national survey of entrepreneurship education. Retrieved August 23, 2001 from <http://www.bus.brocku.ca/~tmenzies>
- Nelson, Lita, (2001), "The Entrepreneurial University", in Teich et al., AAAS Science and Technology Policy Yearbook 2001, The American Association for the Advancement of Science, Washington.
- O'Keefe. E. J., & Berger, D.S. (1999). Self-management for college students: The ABC approach.(2nd ed.) NY: Partridge Hill Publishers.
- Porter, Michael E., (2000), "Clusters and Government Policy," *Wirtschaftspolitische Blaetter*,47(2), 144-154.
- Samuelsen 1996: The first global workshop on the "Start and Improve Your Business" Programme - Geneva, 11 - 12, 1996.
- Sexton Donald and Kasarda John(1992), Entrepreneurship, PWS-KENT Publishing Co,
- Shane, Scott and Jonathan Eckhardt,(2003), "The Individual-Opportunity Nexus," in Zoltan J.Acs and David B. Audretsch (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, New York: Springer Publishers, pp. 161-194.
- Shapero, A. and L. Sokol (1982). The social dimensions of entrepreneurship.*Encyclopedia of Entrepreneurship*. C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper. Englewood Cliffs, N J, Prentice Hall: 72-90.
- Stephenson, L. (1996). The implementation of an entrepreneurship development strategy in Canada: The case of the Atlantic Region. Paris France: Organization for Economic Cooperation and Development.
- Vesper, K., & Gartner, W. (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education.In *Journal of Business Venturing*, 12(5), 403-421.
- Vroom, A.H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.

-Wholiham, J. (1989). Entrepreneurship campus: A personal view based on 25 years in academia. In *Journal of Creative Behavior*, 23(3), 194-197.