

شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور

وحید سلطانزاده^۱

محمد رضا اردلان^۲

سیروس قنبری^۳

چکیده

زمینه: یکی از مباحثی که ضرورت توجه به آن در نظام آموزش عالی احساس می‌شود کارآفرینی آموزشی است، دانشگاه‌ها برای اینکه بتوانند به عنوان یک عنصر کلیدی در راستای توسعه همه جانبه کشور گام بردارند نیازمند توسعه کارآفرینی آموزشی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن هستند.

هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور انجام شد. روش: روش تحقیق آمیخته (کیفی-کمی) بود، در بخش کیفی از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی و در بخش کمی از روش توصیفی-پیمایشی بهره گرفته شد. نمونه آماری در بخش کیفی متخصصان و صاحب نظران حوزه کارآفرینی، مدیریت آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی و برنامه‌ریزی درسی و مدیریت آموزش عالی در کشور بود و جامعه آماری در بخش کمی تمامی دانشجویان گروه علوم تربیتی دانشگاه‌های دولتی کشور بود. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی هدفمند و در بخش کمی خوشه‌ای به صورت چند مرحله‌ای بود که تعداد ۲۲۵ نفر به عنوان نمونه آماری جهت بررسی انتخاب شدند. برای تعیین حجم نمونه مورد نظر از فرمول کوکران استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختار یافته و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تأیید متخصصان و اساتید قرار گرفت، مقدار شاخص‌های نسبت روایی محتوایی یا CVR برابر با ۰/۷۹ و شاخص روایی محتوایی یا CVI ۰/۶۱ به دست آمد. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۰ محاسبه شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق تحلیل عاملی اکتشافی در نرم افزار SPSS انجام شد. یافته‌ها: بر اساس نتایج پژوهش شش عامل ساختار اقتصادی (۳ عامل فرعی)، ساختار فرهنگی (۳ عامل فرعی)، ساختار اجتماعی (۲ عامل فرعی)، ساختار آموزشی (۴ عامل فرعی)، ساختار محیط بیرونی (۲ عامل فرعی) و ویژگی‌های فردی (۲ عامل فرعی) مؤثر بر توسعه کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی شناسایی شد. نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که کارآفرینی آموزشی تحت تأثیر عوامل مختلفی هستند این عوامل در شش حوزه کلان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی، محیط بیرونی و فردی گسترده شده است.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی آموزشی، دانشگاه‌های دولتی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه بوعلی سینا همدان، همدان ایران (نویسنده مسئول) vahid.soltanzadeh@gmail.com

۲. دانشیار و عضو هیات علمی، دانشگاه بوعلی سینا همدان، همدان، ایران ardalanmr@yahoo.com

۳. دانشیار و عضو هیات علمی، دانشگاه بوعلی سینا همدان، همدان، ایران siroos.ghanbari@gmail.com

پیشگفتار

امروزه همزمان با افزایش ارتباطات در سطوح ملی و بین‌المللی و نیز همزمان با تغییر و تحولات پرشتاب و فزاینده، شاهد رقابت‌های روز افزون در سطح جهانی هستیم (ابراهیم آبادی، طاهرپور و عسگری، ۱۳۹۸: ۱۰۴). در این بین با نگاهی به روند رشد و توسعه جهانی در می‌یابیم که با افزایش و گسترش فن‌آوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طور فزاینده بیشتر می‌شود (علی آبادی، عزیزی، عالم تبریز و داوری، ۱۳۹۷). در همین راستا امروزه دانشگاه‌های مختلف جهان، در حال انتقال از نسل دوم به مثابه دانشگاه‌های پژوهش محور به نسل سوم به مثابه دانشگاه‌های کارآفرین هستند. در این زمینه هاینس، کاستین و بریدسیستل^۱ (۲۰۱۱) اعتقاد دارند که شاهرگ حیات دانشگاه در قرن حاضر توسعه دانش کارآفرینی^۲ و تبدیل شدن با دانشگاه کارآفرین است.

در سطح بین‌الملل سیاست‌های کلان دانشگاه‌ها رو به سوی توسعه کارآفرینی و افزایش اطلاع در مورد آن دارد (هوبیکوگلو و سانلی^۳، ۲۰۱۵: ۱۱۵۷). در آخرین دهه‌های قرن بیستم، کشورهایی مانند استرالیا، بزریل، هند، کره جنوبی، انگلستان، ایرلند، فرانسه، آلمان، هلند توجه خود را معطوف به برنامه‌های آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها کرده‌اند (ویلکوف و دیمیتروسکو^۴، ۲۰۱۵). با اعتقاد به این مسئله که فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها می‌توانند به عنوان کارآفرینان آینده، ایجاد کنندگان نوآوری و پویایی در کسب و کارهای تازه باشند (وو، وو و لی^۵، ۲۰۱۷: ۱۳۱). در این خصوص دانشگاه‌های برتر دنیا به این نتیجه رسیدند که از طریق آموزش‌های رسمی دانشگاهی می‌توان کارآفرینی را در بین دانشجویان افزایش داد (کارتو-اورتیز، گالینو، مورا-کاسترو و فانگمیر^۶، ۲۰۱۷) و تلاش کرد با تجاری سازی دانش علاوه بر توسعه منابع مالی دانشگاه، دانشجویان را نیز به سوی استفاده از دانش آموخته

-
1. Hynes, Costin, & Birdthistle
 2. Entrepreneurship
 3. Hobikoglu & Sanli
 4. Vilcova & Dimitrescub
 5. Wu, Wu & li
 6. Cantu-Ortiz, Galeano, Mora-Castro & Fangmeyer

شده در راه کسب درآمد و سود حاصل از آن سوق دهند (قربانی، ۱۳۹۶). به عنوان نمونه در حدود دو دهه قبل در کشور آمریکا مراکز آموزشی که دوره‌های کارآفرینی را آموزش می‌دادند بسیار کم بودند؛ در حالی که در سال ۲۰۰۵ به بیش از ۲۰۰۰ مورد رسیده است (گورا و دانا، ۲۰۱۸). همچنین در طول دهه گذشته آموزش و پرورش کارآفرینی در آمریکا به طور فزاینده‌ای در حوزه‌های مختلف پژوهش و آموزش افزایش یافته، به طوری که تعداد نشریات علمی در آموزش و پرورش کارآفرینی در سال ۲۰۱۵ بیش از ۴۰۰ درصد افزایش در مقایسه با سال ۲۰۰۰ نشان می‌دهد (میراندا، چاموررا-مرا و ربیو^۲، ۲۰۱). در ایران نیز با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی از سال ۱۳۸۳ و راه‌اندازی دانشکده کارآفرینی با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت کار و دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۵ و حتی قبل تر در قالب مراکز کارآفرینی دانشگاهی، حوزه کارآفرینی وزارت کار، شهرداری تلاش‌هایی در خصوص آموزش کارآفرینی صورت گرفته است (اردلان و سلطانزاده، ۱۳۹۴: ۴۹۴).

در مقابل پژوهشگران بیان می‌کنند که از جمله مشکلات برون‌داد نظام آموزشی شکاف بین آموخته‌ها و مهارت‌های کارآفرینی آنها است (ملاعلیا، ۱۳۹۷: ۳۲). دانشگاه‌ها می‌توانند با افزایش انگیزه و مهارت فارغ‌التحصیلان، ترکیب دانش، تجربه و توسعه زیر ساخت‌های حمایتی برای پرورش کارآفرینی در این رسالت گام‌های اساسی بر دارند، تا افزون بر نقش اولیه خود (ترویج دانش و گسترش پژوهش) دامنه‌ای گسترده تر از فعالیت‌ها را سرلوحه هدف خود قرار دهند و بدین وسیله ارتباطی نزدیک‌تر با جامعه پیرامون خود برقرار کنند (سیفی، ۱۳۹۸). از فواید کارآفرینی آموزشی می‌توان به توان ایجاد رقابت فرهنگی در میان دانشگاه‌ها برای شناسایی و پرکردن شکاف بین آنچه که بازار می‌خواهد و آنچه در حال حاضر ارائه می‌شود، اشاره کرد (فینی، گرمیلدی و مویلی^۳، ۲۰۲۰: ۱۰۵). این مهم فوایدی نظیر، توسعه فرهنگ کارآفرینانه با هدف سرعت دادن به رشد اقتصادی، قانونی کردن کارآفرینی،

1. Gurau & Dana
2. Miranda, Chamorro-Mera & Rubio
3. Fini, Grimaldi & Meoli

رونق مشاغل و ایجاد مشاغل جدید، تغییر نگرش به کارآفرینی، آماده کردن دانشجویان برای ورود به بازار کار، مشارکت دانشجویان در توسعه کارآفرینی و... را برای دانشگاه‌ها و در نهایت جامعه در بر خواهد داشت (حسین زاده، ۱۳۹۷). در نتیجه می‌توان بیان کرد که یادگیری کارآفرینی احتمال موفقیت دانش‌آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد (رنالت^۱، ۲۰۰۶). در نهایت جایگاه و اهمیت حیاتی کارآفرینی آموزشی و تأثیر آن بر فرایندها و پیامدهای آموزشی در نظام‌های آموزشی منجر به شکل‌گیری و توسعه تلاش‌های زیادی در راستای تقویت و توسعه اقدامات کارآفرینانه در کشورهای مختلف شده است (دین، آنوار و یوسمن^۲، ۲۰۱۶).

یکی از ویژگی‌های بارز دانشگاه‌های موفق امروزی برخورداری از ویژگی‌های کارآفرینی است که خلاء موجود در این زمینه در نظام آموزش عالی کشور کاملاً محسوس و ملموس است. دانشگاه‌های دولتی کشور در حال حاضر با مشکلات عدیده‌ای همچون عدم اشتغال دانش‌آموختگان، مهاجرت افراد توانمند در قالب فرار مغزها؛ مهارت آموزی کم دانشجویان؛ بی‌انگیزه شدن دانشجویان؛ عدم توجه به کارآفرینی و ایجاد خلاقیت در دانشجو؛ افزایش کمی دانشجو به ویژه در دوره‌های تحصیلات تکمیلی بدون توجه به کیفیت؛ تعامل ضعیف بین صنعت و دانشگاه و جزیره‌ای عمل کردن مواجه هستند، که می‌توان ریشه این مسائل را در پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری و عدم توجه به ابعاد مختلف کارآفرینی، تمرکز بر آموختن دانش نظری به جای دانش علمی-کاربردی، عدم توجه به خلاقیت و توان ابتکاری یادگیرندگان جستجو کرد. این در حالی است که با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی کشور، جوان بودن جمعیت، موضوع اشتغال‌پذیری و کارآفرینی و توسعه الگوی‌های کارآفرینی به عنوان یک چالش و مسئله برای نظام آموزش عالی همچنان مطرح است. نگاهی به سیاست‌های کلان، سند چشم‌انداز بیست ساله نظام، برنامه‌های پنج

1. Renault

2. Din, Anuar & Usman

ساله توسعه، نقشه جامع علمی کشور و سایر اسناد فرادستی نیز نشان می‌دهد که مسئله کارآفرینی در نظام‌های آموزشی همواره به عنوان یک دغدغه مورد توجه بوده است، اما در عمل شاهد کم توجهی در دانشگاه‌ها به این مسئله بوده‌ایم. با توجه به آنچه که مطرح شد این پژوهش درصدد آن است که به شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی بپردازد، این مهم در راستای مطالعات دانشگاهی می‌تواند فرایندی اثر گذار در زمینه شناخت و ایجاد دانش نظری و تجربی در این حوزه باشد. صاحب نظران اعتقاد دارند که، کارآفرینی موتور رشد اقتصادی و نماد اصلی نوآوری در یک کشور است. در نتیجه آن در سال‌های اخیر مبانی تئوریکی کارآفرینی در دانشگاه‌ها تقویت و مظاهر عملی آن در عرصه صنعت و خدمات نمود بیشتری به خود گرفته است. برای تقویت همه جانبه این محور اقتصادی، رویکردها، استراتژی‌ها و راه کارهای مختلفی در ادبیات کارآفرینانه ارائه شده است. بر این اساس پژوهش حاضر به صورت کمی به دنبال پاسخگویی به این سوال باشد که عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور کدام‌ها هستند؟

دانشگاه‌ها که در راستای اهداف ملی و توسعه کشور گام برمی دارند رسالت مهمی را در جهت توسعه کارآفرینی و توسعه اقتصاد ملی بر عهده می‌گیرند (آنتال، کینگما، مور و استریتر، ۲۰۱۴). در اقتصاد مبتنی بر دانش، از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود به معرفی راه حل برای نیازهای صنعتی و اجتماعی با بهره برداری از دانش بپردازند (یلدیریم و اسکون، ۲۰۱۲). در نتیجه دانشگاه‌ها با توجه به ظرفیت‌هایی که به عنوان نهاد تولید و توزیع کننده دانش دارند (شهرکی پور، ندری و شیرمحمدی، ۱۳۸۹)، به عنوان دانشگاه‌های کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه فناوری ایفاء می‌کنند (مارتین و لوکو، ۲۰۱۴) و اگر دانشگاه‌ها نتوانند به نهاد کارآفرین تبدیل شوند، در توسعه ملی، منطقه‌ای و رقابت بین‌المللی شکست خواهند خورد (مرزبان، مقیمی و عربیون، ۱۳۸۹).

1. Antal, Kingma, Moore & Streeter
2. Yildirim & Askun
3. Martin & Iucu

مطالعات کارآفرینی به طور سنتی استدلال می کنند که فعالیت های کارآفرینی در جهت ترویج رشد اقتصادی و توسعه کشور حرکت می کند (استام و استل^۱، ۲۰۱۱؛ فونتلساز، گونزالس، مایکاس و مونترو^۲، ۲۰۱۵). اما امروزه مشخص شده است که دامنه فعالیت های کارآفرینی بسیار گسترده و متنوع است (ورشام^۳، ۲۰۱۲). کارآفرینی آموزشی یکی از مفاهیم جدیدی است که در حوزه کارآفرینی در یک دهه اخیر رواج بیشتری یافته است (ویسمن^۴، ۲۰۱۴). پژوهشگران، کارآفرینی آموزشی را راه حل جبران و اصلاح بسیاری از محدودیت ها و چالش های نظام های آموزشی عنوان کرده اند و بر این باورند که اصلاح بسیاری از محدودیت ها و چالش های نظام های آموزشی به واسطه توسعه فرهنگ کارآفرینی و گسترش اقدامات و فعالیت های کارآفرینانه به شرط فراهم بودن موقعیت های ضروری و مناسب می تواند منجر به حل بسیاری از چالش های اجتماع و بهبود کارکردها و رویکردهای اجتماعی شود (هس و کاپان^۵، ۲۰۰۷؛ اسکلانلان^۶، ۲۰۱۱؛ هانگ، هانگ، کیو و لوزهانگ^۷، ۲۰۱۲). مان^۸ (۲۰۱۸) کارآفرینی آموزشی را به عنوان تحریک برخی تغییرات در سیستم آموزش عمومی تعریف کرده است. تغییراتی که باعث در هم شکستن، دگرگونی و یا تغییر اساسی در نحوه آموزش خواهد شد. مطابق این تعریف هر تغییری، تغییر به منظور کارآفرینی آموزشی نیست، فقط تحولات بنیادی که باعث تغییر کیفیت آموزش می شود مد نظر است. علاوه بر این ایده در هم شکستن، دگرگونی و تحولات بنیادی در نحوه ارائه آموزش سازگار با مفهوم شومپتر از کارآفرینی یعنی تخریب خلاق است، که به یک مکانیسم نوآوری بی رحم اشاره می کند، که فرایندهای جدید آموزش را جایگزین موارد قدیمی می کند. همچنین شایان ذکر است که مطابق این تعریف، هدف نهایی کارآفرینی

-
1. Stam & Stel
 2. Fuentelsaz, González, Maicas, & Montero
 3. Worsham
 4. Wiseman
 5. Hess & Kappan
 6. Scanlan
 7. Hong Hong, Cui, & Luzhuang
 8. Man

آموزشی بهبود در ارائه آموزش و نه فقط به دست آوردن سود پولی است (موسک و بادرو، ۲۰۱۹: ۱۲۸). عمر آتالای و یمینی^۱ (۲۰۱۷) کارآفرینی آموزشی را به عنوان فرایند شناسایی یک مشکل آموزشی می دانند که با روشی خلاقانه حل می شود به گونه ای که بر ارزش محیط اطراف (زمینه خرد) و همچنین آموزش گسترده تر (سطح کلان) می افزاید. این تعریف حاکی از آن است کارآفرینی آموزشی به معنی ابداع روش های خلاقانه برای حل مشکلات آموزشی است.

کارآفرینی آموزشی، دارای سه عنصر اصلی قابل یادگیری و اکتساب است: چهارچوب تئوری و فلسفی، ویژگی های شخصیتی و مهارت های کلیدی. سه عنصر مذکور نشان می دهد که کارآفرینی آموزشی صرفاً مبتنی بر نظریه نیست و تلفیقی از نظر و عمل را طلب می کند. شاید به همین دلیل است که در تبیین های مرتبط با کارآفرینی آموزشی تأکید بسیاری بر امر یادگیری شده است (هاینس و همکاران، ۲۰۱۱). کاپ^۲ (۲۰۰۵) در تحلیل خود درباره کارآفرینی آموزشی از آن به عنوان یک فرآیند یادگیری یاد می کند و بیان می کند که مطالعه بیشتر در این خصوص ممکن است ابعاد کاملاً جدیدی از کارآفرینی آموزشی را به نمایش بگذارد. بر این اساس کاکرویس و کتیکیدیس^۳ (۲۰۱۲) استدلال می کنند بخشی از فرایند ایجاد کارآفرینی آموزشی، تئوری های کارآفرینی به همراه یادگیری کارآفرینی است (ص: ۱۹۹). باید عنوان کرد که کارآفرینی آموزشی به عنوان یک رویکرد سیستماتیک از ابعاد کارآفرینی با سیاست های آموزشی همراه است که نیازمند تدارک گسترده دوره های کارآفرینی با توجه کامل به استعداد ذاتی و نیازهای فراگیران است (نیگرا، تانگرا، کروگر و رابینسون^۴، ۲۰۱۲). کارآفرینی آموزشی فرایندی است که لازمه آن برنامه ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی بوده و اجرای برنامه آن از سطح مدارس در مقاطع ابتدایی تا مقاطع

1. Omer Attali & Yemini

2. Cope

3. Kakouris & Ketikidis

4. Neergaard, Tanggaard, Krueger & Robinson

بالای تحصیلی در دانشگاه گسترده شده است، که باعث می‌شود فراگیران با استفاده از تخصص، قدرت ابتکار، خلاقیت، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال پایدار و درآمدزایی داشته باشند (کاکوریس و گیورگیداس^۱، ۲۰۱۶).

آنچه می‌بایست مورد توجه قرار گیرد تفاوت بین کارآفرینی آموزشی و آموزش کارآفرینی است، آموزش کارآفرینی فرایند آگاهانه و هدف‌گرا است که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌شوند. در واقع فعالیتی به حساب می‌آید که از آن برای انتقال مهارت‌های مورد نیاز برای راه‌اندازه کسب و کار استفاده می‌شود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌ها افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت، این مهم می‌تواند در هر محیطی اتفاق افتد (سراوانی، ۱۳۹۵). اما کارآفرینی آموزشی به طرح ایده‌های نو و مبتکرانه و به دنبال موقعیت‌ها و فرصت‌هایی است که منجر به افزایش کارایی و بهبود عملکرد سازمان‌های آموزشی می‌شود (هپ، وستریگ و لفلر^۲، ۲۰۱۷: ۷۵۳)، کارآفرینی آموزشی مسلط بر فرایندها و پیامدهای نظام‌های آموزشی به منظور ارتقاء و توسعه اقدامات کارآفرینانه است (وارد^۳، ۲۰۱۶). اقداماتی همچون طرح ایده‌های جدید، اعمال رهبری جدید، مقابله جدی با عملکرد ضعیف سیستم‌های آموزشی، تقویت شبکه‌های ارتباطی، تقویت انگیزه‌های کارآفرینانه، افزایش افراد با استعداد و تعلیم دیده در نظام‌های آموزشی و فراهم ساختن منابع و سرمایه‌های مالی که در جهت فعالیت‌های کارآفرینانه در نظام‌های آموزشی مورد توجه قرار می‌گیرد (اوپتاکا^۴، ۲۰۱۴).

پژوهشگران بیان می‌کنند که روند جهانی کارآفرینی آموزشی تحت تأثیر کیفیت، پاسخگویی و حمایت محیطی قرار دارد که می‌تواند نظام‌های آموزشی را پویاتر کند به گونه‌ای که فرصت انجام اقدامات کارآفرینی به میزان قابل توجهی افزایش یابد (امری و افی^۵،

1. Kakouris & Georgiadis
2. Hynes, Westerberg & Leffler
3. Warda
4. Oplatka
5. Omri & Afi

۲۰۲۰). در این زمینه با پویا شدن آموزش، دامنه کارآفرینی آموزشی در آموزش عالی از اهمیت بیشتری برخوردار شده است و به دلیل ارتباطات مستقیم این بخش با توسعه اقتصادی، شاهد مورد توجه قرار گرفتن کارآفرینی آموزشی در نظام‌های آموزشی هستیم (فیچر و تیمان، ۲۰۱۸).

موسوی، صالحی عمران، فراستخواه و توفیقی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل توسعه دانشگاه کارآفرین در ایران گزارش کردند که شرایط علی (تعهد و گرایش مدیریت و رهبری به کارآفرینی، بین‌المللی شدن)، زمینه‌ای (انعطاف پذیری قوانین و مقررات و حمایت مالی و سرمایه‌گذاری کارآفرینانه)، مداخله‌گر (پیمان متعهدانه دانشگاه و صنعت، حمایت‌های فرا سازمانی)، راهبردها (برنامه درسی با رویکرد کارآفرینی، آموزش‌های رسمی و غیررسمی کارآفرینی، هماهنگی کربدورهای کارآفرینی) و پیامدها (بهبود و تضمین کیفیت، توسعه اجتماعی و اقتصادی و رضایت‌مندی دانشجویان) توسعه دانشگاه کارآفرین است. عبدلهی و مقصودی (۱۳۹۶) گزارش کردند روش‌های اثربخش آموزش کارآفرینی به ترتیب عبارتند از: یادگیری انفرادی، کار با افراد با تجربه، آموزش در محیط واقعی، یادگیری از طریق نرم افزارها، فعالیت گروهی، آموزش مجازی، کار انفرادی عملی و اجرای نمایشنامه است. پای خسته، علم بیگی و بطاحی (۱۳۹۶) گزارش کردند که در شکل‌گیری شایستگی‌های توسعه پایدار کارآفرینانه، هفت بعد تفکر سیستمی، نگاه تلفیقی متنوع سازی و تفکر بین رشته‌ای، تفکر بصیرت‌گرا، شایستگی هنجاری، شایستگی اقدام، شایستگی بین فردی و مدیریت استراتژیک نقش دارد. در مطالعه یوسفی (۱۳۹۵) مشخص شد که آموزش کارآفرینی بر ارتقا و اثربخشی مشاغل دانشجویان نقش دارد، همچنین مشخص شد که آموزش کارآفرینی بر توسعه و ایجاد مشاغل دانشجویان نقش دارد. اجاقی، رضایی، نادری، و جعفری (۱۳۹۵) گزارش کردند که آموزش‌های کارآفرینی در سطح کلان، متأثر از محیط سیاسی، محیط اقتصادی، محیط فرهنگی و در سطح خرد متأثر از اهداف آموزش

کارآفرینی، محتوای دروس کارآفرینی، برنامه‌ها و سیاست‌های دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، مهارت‌های مدرسان و مربیان کارآفرینی و روش تدریس است. سراوانی (۱۳۹۵) گزارش کرد مؤثرترین راهکار آموزش کارآفرینی و ارتقاء آن در دانشگاه اجرای طرح کارورزی فارغ التحصیلان دانشگاهی با وزن ۲۰/۶ درصد در رتبه اول و پس از آن هدایت پژوهش‌ها و پایان نامه‌های تحصیلی به حوزه بازار کار با وزن ۱۱/۱ درصد در رتبه دوم و تقویت ارتباط بین دانشجویان با پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد با وزن ۱۰/۷ درصد در جایگاه سوم است. حجازی، نوه ابراهیم، بهرنگی و زین آبادی (۱۳۹۴) گزارش کردند که سیاست‌ها و حوزه قلمرو آموزش بر برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی تاثیر دارد. رضایی (۱۳۹۲) گزارش کرد که موانع درون دانشگاهی کارآفرینی، موانع سیاست گذاری، موانع مدیریتی، ناتوانی دانشگاهیان و موانع بیرونی، فرهنگی-شناختی، ساختاری و اطلاعاتی-شبکه سازی و راهکارها آن تحول در نقش دانشگاه‌ها به عنوان شرایط علی، شرایط فرهنگی، شرایط محیطی و بستر سازی به عنوان شرایط زمینه‌ای، عوامل انگیزشی، مهندسی مجدد و تغییرات مدیریتی به عنوان شرایط مداخله گر، شبکه سازی داخلی و بیرونی به عنوان فرایندها و تعاملات و ارتقاء فعالیت‌های دانشگاهی و آکادمیک به عنوان پیامد هستند. نادری بنی (۱۳۹۲) گزارش کرد که آموزش و پژوهش کارآفرینانه به عنوان فعالیت های اصلی و طراحی ساختار سازمانی کارآفرینانه، مدیریت منابع انسانی و مالی کارآفرینانه و فعالیت‌های کارآفرینانه نهادهای واسطه‌ای به عنوان فعالیت‌های پشتیبانی می‌توانند در کارآفرینی دانشگاهی نقش عمده‌ای را ایفا نمایند. مقوله هسته‌ای در آموزش کارآفرینانه شامل اهداف و محتوی کارآفرینانه و در پژوهش کارآفرینانه شامل فن آفرینی، نوآوری و ارزش آفرینی است. دلیجه (۱۳۹۱) گزارش کرد که پنج مانع عمده برای کارآفرینی دانشجویان عبارتند از: نظام آموزشی، دولت، دانشجویان، استادان و معلمان و اطلاع‌رسانی و تبلیغات. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، جنسیت عامل تعیین کننده‌ای برای کارآفرینی نیست. همچنین راهکارهای گسترش کارآفرینی و پرورش افراد کارآفرین در هشت حیطه

طبقه‌بندی شد که عبارتند از: خانواده، مدرسه، معلمان، دانشگاه، استادان، دانشجویان، دولت، صاحبان شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران.

فینی و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود گزارش کردند که مقررات و قوانین دانشگاه تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی آموزشی دارد. رنجیا^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی گزارش کرد که عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در نظام‌های آموزشی در بعد داخلی شامل مدیریت، ساختار سازمانی و فرهنگ تیم‌پذیری و در بعد بیرونی شامل وضعیت اقتصادی، نگرش و حمایت‌های دولت و مردم است. هاپ و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که برای توسعه رویکردهای کارآفرینی در آموزش عالی نیازمند ایجاد اهداف استراتژیک مبتنی بر چشم‌انداز مطلوب به آینده و ایجاد ساختارهای تحلیلی که بتوان برای کسب و کار و رویکرد کارآفرینی به آموزش و یادگیری به کار بست. وارد^۲ (۲۰۱۶) گزارش کرد که توسعه خدمات آموزشی جدید در راستای آموزش کارآفرینی فناوری در نظام آموزش عالی نیازمند ایجاد مرکز نوآوری و کارآفرینی، پرورش استادان و مدرسان کارآفرینی فناوری و طراحی و توسعه برنامه‌های دوره‌های کارآفرینی فناوری است. دین و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که برنامه کارآفرینی که توسط دانشگاه ارائه شده است در افزایش مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان بسیار مؤثر بوده است، همچنین مشخص شد که رابطه قوی بین طرح کسب و کار، تفکر ریسک‌پذیر و همچنین خودکارآمدی و اثربخشی برنامه وجود دارد. در مطالعه هس و هاسل^۳ (۲۰۱۵)، مشخص شد که کاهش بوروکراسی در سطوح مختلف نظام آموزش عالی، افزایش سواد اطلاعاتی، افزایش فناوری آموزشی، تمرکز زادی، جلب اعتماد ذینفعان نظام آموزش عالی به عنوان راهکارهای توسعه کارآفرینی آموزشی شناسایی شد. هدی، واکی و کاهایا^۳ (۲۰۱۵) نشان دادند که دانشجویان نیاز به برنامه‌های آموزشی برای مشارکت در تجارت و کسب و کار دارند، این مهم می‌تواند فرصتی برای افزایش علاقه‌ی دانشجویان

1. Rengiah
2. Hess & Hassel
3. Hadi, Wekke & Cahaya

در راستای کارآفرینی ایجاد کند. مارتین و لوکو (۲۰۱۴)، گزارش کردند که کارآفرینی آموزشی در راستای آموزش سازگاری حرفه‌ای، خودکارآمدی حرفه‌ای، مهارت شبکه سازی، مهارت کار تیمی قابل تبیین است. همچنین مشخص شد که وجود فرهنگ حمایتی در بستر نظام آموزش عالی به منظور ایجاد فضای باز و توسعه‌ای برای هموار سازی توسعه کارآفرینی آموزشی ضروری است.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها آمیخته (کیفی - کمی) است. در مرحله اول از طریق یک مطالعه کیفی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی کشور شناسایی شد. در این بخش از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی استفاده شد، در مرحله دوم، پژوهش کمی انجام شد، هدف این مرحله آن است که مشخص کند کدام یک از عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی معنادارند و کدامیک از آن‌ها معنادار نیستند و باید از الگو کنار گذاشته شوند، در این بخش، از روش تحقیق توصیفی - پیمایشی استفاده شد.

مشارکت کنندگان پژوهش در بخش کیفی شامل متخصصان و صاحب نظران حوزه کارآفرینی، مدیریت آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی و برنامه‌ریزی درسی و مدیریت آموزش عالی در کشور که مدرک تحصیلی مرتبط در حوزه کارآفرینی، سابقه پست‌های مدیریتی در بخش‌های مختلف دانشگاه، چاپ کتاب و مقاله در این حوزه و هدایت رساله‌های ارشد و دکتری مرتبط با کارآفرینی داشتند. در این بخش برای مطلع شدن از دیدگاه‌ها و نظرات متخصصان و صاحب‌نظران از روش نمونه‌گیری هدفمند^۱ از نوع غیر احتمالی با روش گلوله برفی با ۱۳ نفر استفاده شد.

1. Purposeful sampling

جامعه آماری پژوهش در مرحله کمی شامل تمامی دانشجویان گروه علوم تربیتی دانشگاه‌های دولتی کشور بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای در وهله اول و در ادامه بعد از شناسایی خوشه مورد بررسی از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شد. در این راستا دانشگاه‌های دولتی کشور بر اساس منطقه بندی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور به ۹ خوشه تقسیم بندی شدند و به صورت تصادفی منطقه ۱ (تهران و البرز) انتخاب شد، در مرحله بعد از میان دانشگاه‌های منطقه یک به صورت تصادفی یک دانشگاه انتخاب شد که دانشگاه خوارزمی بود، با بررسی اولیه مشخص که حدود ۳۷۱ نفر در رشته علوم تربیتی در گرایش‌های مختلف در مقاطع مختلف در حال تحصیل بودند، تعداد ۲۲۵ نفر جهت بررسی انتخاب شد و پرسشنامه‌های پژوهش بین آنها توزیع شد. برای تعیین حجم نمونه مورد نظر با توجه به حجم جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شد.

ابزار گردآوری داده‌های پژوهش در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. برای رعایت اصول اخلاق پژوهش، در جریان مصاحبه‌ها از مشارکت کننده خواسته شد تا صحبت‌های آنها ضبط و ثبت شود و پس از پایان مصاحبه به صورت دقیق مصاحبه بررسی و به روی کاغذ برگردانده می‌شود. بعد از گردآوری داده‌های به دست آمده از مصاحبه، فرایند تحلیل و تلخیص داده‌های کیفی آغاز شد. این داده با توجه به موضوع تحقیق تلخیص و کدگذاری شدند. در نتیجه کدگذاری و حذف داده‌های تکراری و تلخیص نهایی داده، ۹۳ مقوله شناسایی و استخراج شد که بر اساس نظرات صاحب نظران ۵۹ گویه مورد تأیید قرار گرفت. سپس مقوله‌هایی که به طور هدفمند بیانگر یک مقوله کلی‌تر بودند، شناسایی و در کنار هم قرار داده شدند و برای آنها یک عنوان کلی که می‌توانست شامل تمامی آنها باشد تعیین و نام‌گذاری شد. برای بررسی روایی در بخش کیفی در وهله اول از روش مثلث‌سازی^۱ بهره گرفته شد، در این راستا از طریق گردآوری شواهد از منابع مختلف شامل تئوری‌های گوناگون، منابع اطلاعاتی متنوع و صاحب نظران روایی مورد بررسی و تأیید قرار

1. Triangulation

گرفت، در ادامه نتایج تحلیل به ۴ نفر از مشارکت ارائه شد و فرایند رسیدن به کدها، مقوله‌های فرعی و اصلی برای آنها تشریح شد، یافته‌های حاصل از این کار، یافته‌های کلی پژوهش را تأیید کرد. همچنین از تکنیک زاویه بندی کریستینسن هم برای ارزیابی اعتبار و کیفیت یافته‌ها استفاده شد. در این خصوص سعی شد با درگیری مداوم و مستمر ذهنی با داده‌ها، وسعت اطلاعات و عمق دادن اطلاعات امکان پذیر شود. برای نیل به این هدف پس از کد گذاری داده‌ها توسط پژوهشگر، از دو نفر خواسته شد که برخی از مصاحبه‌ها را کد گذاری کنند تا صحت و اعتبار کد گذاری و مقوله‌های به دست آمده را ارزیابی کنند و نتایج این بخش مشابهت داشت با کد گذاری که در مرحله قبل صورت گرفته بود.

در مرحله دوم پژوهش برای گردآوری داده‌های کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پرسشنامه مذکور شامل ۵۹ گویه بسته پاسخ بر اساس طیف پنج درجه لیکرت بود، پرسشنامه شش بعد ساختار اقتصادی، ساختار فرهنگی، ساختار اجتماعی، ساختار آموزشی، ساختار محیط بیرونی، ویژگی‌های فردی را مورد سنجش قرار می‌دهد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تأیید متخصصان و اساتید قرار گرفت، مقدار شاخص‌های نسبت روایی محتوایی یا CVR برابر با ۰/۷۹ و شاخص روایی محتوایی یا CVI ۰/۶۱ به دست آمد که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد کافی و مناسب پرسشنامه است. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ در یک مطالعه مقدماتی بر روی نمونه ۴۰ نفری ۰/۹۰ محاسبه شد.

به منظور تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل تم که مبتنی بر کد گذاری باز است استفاده شد. در این مرحله داده‌های حاصل از مصاحبه‌های صورت گرفته به دقت بررسی شد، واحد اصلی تحلیل برای کد گذاری باز مفاهیم بودند، رونوشت مصاحبه‌ها برای یافتن مقوله‌های اصلی، مقوله‌ها، خرده مقوله‌ها به طور منظم بررسی شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی با استفاده از نرم افزار آماری SPSS21 در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. در سطح توصیفی از آماره‌های نظیر میانگین، انحراف استاندارد، کجی و

کشیدگی و در سطح استنباطی پس از اطمینان از رعایت پیش فرض‌های آمار پارامتریک از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بخش کیفی

نظرات مشارکت کنندگان پژوهش نشان داد که عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی در شش عامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی، محیط بیرونی و فردی قابلیت طبقه بندی دارد. به عنوان نمونه:

مشارکت کننده شماره ۶: "عوامل مختلفی بر کارآفرینی آموزشی در نظام آموزش عالی مؤثر هستند، باید گفت شرایط اقتصادی کشور برای حمایت از ایده‌های کارآفرینانه نقش کلیدی دارد، تدوین سازو کارهای مالی برای ارائه وام‌های اشتغال‌زا در جهت حمایت از کارآفرینی دانشگاهی از جمله این عوامل هستند"

مشارکت کننده شماره ۲: "نظام ارزشی موجود در دانشگاه نیاز به تحول دارد، نیازمند بازتعریف مجدد ارزش‌های حاکم بر دانشگاه‌ها هستیم، ارزش‌های جدید مبتنی بر کارآفرینی در محیط‌های آموزشی با تزیق شود تا بتوانیم شاهد تحول بنیادی و حرکت به سوی نسل سوم دانشگاهی باشیم"

مشارکت کننده شماره ۳: "یکی از عوامل مؤثر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی است، رشد تکنولوژی‌های نوین تمامی عرصه‌های رو درگیر خودش کرده و هیچ بخشی از جامعه نیست که تحت تأثیر این رشد فزاینده نباشد، دانشگاه‌ها نیز از امر مستثنی نیستند، توسعه بسترهای شبکه‌های ارتباطی در محیط کلاسی و آموزشی به منظور برقراری ارتباطات علمی یک الزام هست، بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز برای برقراری تعاملات بین‌المللی در سطح دانشگاه بسیار مؤثر می‌تواند باشد که دانشگاه هیان بویژه دانشجویان بتوانند تبادل تجربه و اطلاعات در خصوص کارآفرینی داشته باشند"

مشارکت کننده شماره ۱۲: "کارآفرینی آموزشی برای جامعه امروزی ما بسیار مهم هست، این مهم تحت تأثیر ساختار برنامه درسی، آموزش‌های رسمی و غیر رسمی در محیط دانشگاه است، آموزش ما باید به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که روحیه کارآفرینی را در فراگیران ایجاد کند، تجارب و مهارت‌های آنها را در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه بالا ببرد"

مشارکت کننده شماره ۱۱: "دانشگاه جدا از بافت و محیط پیرامونی خود نیست، همانطور که تأثیر می‌گذارد تأثیر پذیری چشمگیری نیز از محیط و تغییرات آن دارد، در این بین نقش حمایت‌گرایانه دولت برای ایده و فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاری در جهت توسعه کسب و کارهای نوپا بسیار اثر گذار است."

مشارکت کننده شماره ۹: "من باور دارم که ریشه‌های کارآفرینی رو باید در خود فرد جستجو کرد، که در دوران رشد و تحصیل تحت تأثیر محیط و آموزش وارد دانشگاه می‌کند، دانشجویان، اساتید و همه افراد در دانشگاه‌ها در زمینه کارآفرینی آموزشی هسته‌های مهمی محسوب می‌شوند، هنگامی موفقیت‌طلبی، خطر کردن، ریسک پذیر و شاخص‌های از این دست در دانشگاهیان رشد یافته باشد تأثیرات چشم‌گیری بر کارآفرینی آموزشی خواهد داشت"

مفاهیم و عامل‌های فرعی و عامل‌های اصلی استخراج شده حاصل از بخش کیفی مبتنی بر مصاحبه نیمه ساختار یافته در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. یافته‌های مرحله کیفی

عامل‌های اصلی	عامل فرعی (تم)	مفاهیم (کد)
تجاری سازی	برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی برای ارائه ایده‌های دانشجویان	ارتباط با صنعت و بازار
ایده‌ها	حمایت از ایده‌های جدید دانشجویان	شناسایی بازارهای جدید
ساختار اقتصادی	معرفی محصولات و دستاوردهای کارآفرینانه	
هوشمندی کسب و کار	سرمایه‌گذاری در حوزه کارآفرینی	حمایت مالی از ایده‌های خلاق
ساز و کارهای مالی	توسعه شرکت‌های دانش‌بنیاد دانشجویی	
	ارائه و توسعه وام‌های اشتغال‌زا برای دانشجویان	تعامل و همکاری با موسسات پولی و مالی
ساختار فرهنگی	تقویت فعالیت‌های گروهی	انعطاف‌پذیری در فرهنگ حاکم بر دانشگاه
	توسعه فرهنگ کار تیمی	
بازتعریف	تعریف و تزریق ارزش‌های جدید کارآفرینی به محیط آموزشی	ارائه یک جهان بینی مشترک با رویکرد کارآفرینانه

ارزش‌ها	تعریف هنجارهای رفتاری در راستای کارآفرینی	
شبکه	بهره مندی از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای	طراحی مرکز مشاوره کسب و کار در ساختار دانشگاه
ارتباطی	ارتباطات اعضای دانشگاه	توسعه بسترهای ارتباطی بین سرمایه گذاران و
اجتماعی	توسعه اعتماد و ارتباط اجتماعی	دانشگاهیان
اجتماعات	فراهم سازی فرصت برای الگو برداری از افراد موفق	طراحی و اجرای پانل‌های تخصصی در راستای
یادگیری	در حوزه کارآفرینی	کارآفرینی به منظور تبادل نظرات
آموزش	فراهم سازی فرصت برای برقراری ارتباط میان افراد به منظور انتقال تجارب و دانش کارآفرینی	طراحی و تدوین بسته‌های آموزش کارآفرینی
	افزایش تجارب و مهارت‌های دانشجویان در خصوص فعالیت کارآفرینانه	توسعه روحیه کارآفرینی در دانشجویان
آموزش	برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های تخصصی آموزش کارآفرینی	حمایت از طرح و ایده‌های کارآفرینانه اعضای هیئت علمی
اعضای هیئت علمی	برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی برای اعضای هیئت علمی	توسعه روحیه خلاقیت و نوآوری در اعضای هیئت علمی
ساختار آموزشی	فراهم سازی فرصت تعامل اعضای هیئت علمی با شبکه‌های کارآفرینی	بهره گیری از شبکه‌های مدیریت مبتنی بر وب
تکنولوژی	بهره گیری از تکنولوژی‌های نوین آموزشی در فضای دانشگاه و کلاس درس	همسو سازی آموزش‌های نظری و کاربردی
	توسعه زیرساخت‌ها فناوری اطلاعات	برقراری تعامل بین رشته‌ای
بازتعریف رشته‌های تحصیلی	تقویت مهارت‌های شغلی در برنامه درسی متناسب با رشته	سیاست گذاری دولت در جهت توسعه کسب و کارهای نوپا
	بازتعریف سرفصل های برنامه درسی متناسب با رویکرد کارآفرینانه	طراحی سامانه ملی کارآفرینی
حمایت دولت	حمایت مالی دولت و سازمان‌های مرتبط از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاهیان	دسترسی به اطلاعات کسب و کار
ساختار محیطی بیرونی	ایجاد شبکه‌های اطلاع رسانی برای آگاهی فعالان کارآفرینی از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاهیان	رونق و رکود اقتصادی
	برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی رایگان از سوی دولت	تمایل صنعت برای بهره گیری از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاه
تغییرات محیطی	روند تغییرات محیطی در راستای مسائل و رویکردهای کارآفرینانه	وجود انگیزه موفقیت در فعالیت‌های و مشاغل جدید
	نرخ رشد بیکاری	اراده و عزم جدی
	وجود بستر و ظرفیت خوداشتغالی	مرکز کنترل درونی
انگیزه	وجود اهداف متعالی فردی برای توسعه ایجاد کسب و کار	اعتماد به نفس
ویژگی‌های فردی	وجود تحرکات و انگیزه‌های اقتصادی بر رشد فردی	
ویژگی‌های شخصیتی	موفقیت طلبی	
	خطر پذیری و ریسک پذیری	
	استقلال طلبی	
	خلاقیت	

بخش کمی

کلاین (۲۰۱۱) پیشنهاد می‌کنند که در تحلیل عاملی، قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها نباید از $\pm 1/96$ بیشتر باشد. با توجه به جدول شماره ۲ قدر مطلق چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها به استثنای کشیدگی عامل ساختار آموزشی کمتر از مقادیر مطرح شده است.

جدول ۲: شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
ساختار اقتصادی	۳/۱۲	۰/۶۶	-۰/۷۳	۱/۳۰
ساختار فرهنگی	۳/۱۳	۰/۷۷	-۰/۶۳	۰/۶۴
ساختار اجتماعی	۲/۷۷	۰/۷۱	-۰/۵۷	-۰/۰۷
ساختار آموزشی	۳/۱۳	۰/۶۶	-۱/۱۳	۲/۱۵
ساختار محیط بیرونی	۳/۵۱	۰/۷۸	-۰/۹۳	۰/۵۲
ویژگی‌های فردی	۳/۱۷	۰/۷۵	-۰/۲۵	۱/۲۷

در ادامه انجام تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از آزمون بارتلت و شاخص کفایت نمونه برداری (KMO) بررسی شد. شاخص کفایت نمونه‌گیری برابر $0/74$ بود. هر چه اندازه شاخص KMO به ۱ نزدیک‌تر باشد، حجم نمونه برای انجام تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار آزمون بارتلت $10094/45$ با درجه آزادی ۱۷۱۱ در سطح $0/01$ معنادار است که نشان می‌دهد ماتریس همبستگی در جامعه برابر صفر نیست.

در جدول ۳، بارهای عاملی هر یک از عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی ارائه شده است، مطالعات مقادیر مختلفی برای پذیرش گویه‌های در تحلیل عاملی عنوان کرده‌اند، اما یک اتفاق نظر برای مقدار $0/30$ وجود دارد، بر این اساس گزاره‌هایی که عامل نتوانسته‌اند بالاتر از $0/30$ از تغییرات آن‌ها را تبیین کنند، بایستی تعدیل یا حذف شود.

جدول ۳: بارعاملی گویه‌های عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی

گویه	بارعاملی	گویه	بارعاملی	گویه	بارعاملی	گویه	بارعاملی
۱	۰/۶۰	۱۶	۰/۶۱	۳۱	۰/۳۹	۴۶	۰/۴۴
۲	۰/۴۸	۱۷	۰/۶۶	۳۲	۰/۴۸	۴۷	۰/۳۵
۳	۰/۳۳	۱۸	۰/۶۵	۳۳	۰/۵۳	۴۸	۰/۴۴
۴	۰/۶۹	۱۹	۰/۳۷	۳۴	۰/۴۴	۴۹	۰/۶۱
۵	۰/۶۳	۲۰	۰/۴۸	۳۵	۰/۴۷	۵۰	۰/۶۳
۶	۰/۳۵	۲۱	۰/۳۷	۳۶	۰/۴۷	۵۱	۰/۷۵
۷	۰/۳۳	۲۲	۰/۳۹	۳۷	۰/۴۵	۵۲	۰/۶۵
۸	۰/۶۶	۲۳	۰/۴۳	۳۸	۰/۴۵	۵۳	۰/۷۴
۹	۰/۶۴	۲۴	۰/۳۳	۳۹	۰/۴۸	۵۴	۰/۵۹
۱۰	۰/۳۰	۲۵	۰/۴۳	۴۰	۰/۴۴	۵۵	۰/۶۰
۱۱	۰/۵۲	۲۶	۰/۵۰	۴۱	۰/۳۵	۵۶	۰/۶۲
۱۲	۰/۶۰	۲۷	۰/۳۲	۴۲	۰/۸۱	۵۷	۰/۶۱
۱۳	۰/۳۰	۲۸	۰/۶۷	۴۳	۰/۸۱	۵۸	۰/۶۲
۱۴	۰/۷۵	۲۹	۰/۴۶	۴۴	۰/۷۷	۵۹	۰/۵۷
۱۵	۰/۶۷	۳۰	۰/۴۲	۴۵	۰/۴۹		

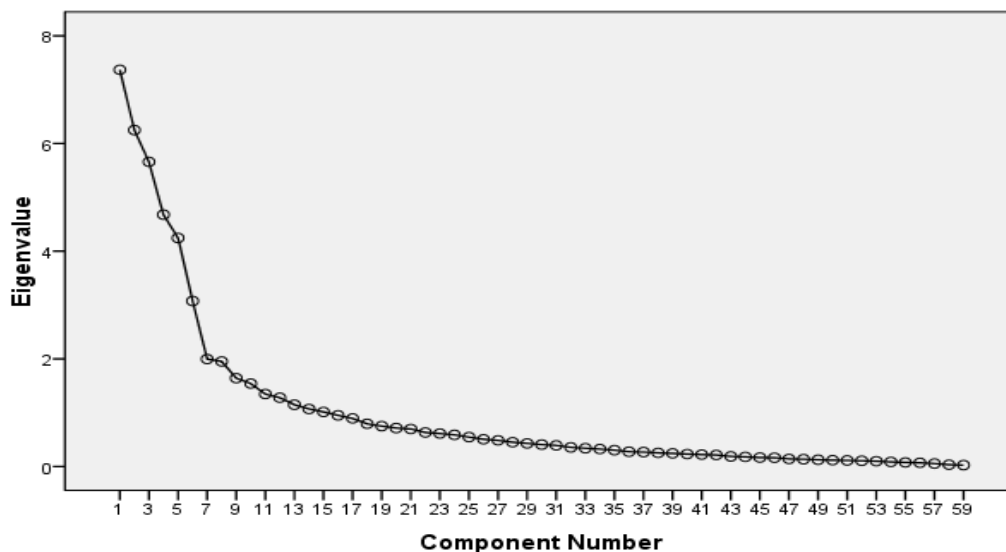
در مرحله بعد از تحلیل عاملی، ارزش‌های ویژه عامل‌ها با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و قدرت تبیین واریانس و درصد تجمعی واریانس آزمون مشخص شد، همانگونه که در جدول ۴ مشخص است تعداد ۶ عامل با ارزش ویژه بیشتر از یک ۵۳ درصد از واریانس کل گویه‌ها را تبیین می‌کند که قدرت تبیین نسبتاً مناسبی است.

جدول ۴: مجموع مجذورات بارهای عاملی استخراج شده

عامل	ارزش ویژه	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی واریانس	ارزش ویژه بعد چرخش
عامل اول	۷/۳۶	۱۲/۴۸	۱۲/۴۸	۶/۳۲
عامل دوم	۶/۲۴	۱۰/۵۹	۲۳/۰۸	۶/۲۴
عامل سوم	۵/۶۵	۹/۵۹	۳۲/۶۷	۵/۹۴
عامل چهارم	۴/۶۷	۷/۹۲	۴۰/۶۰	۴/۸۶
عامل پنجم	۴/۲۴	۷/۱۹	۴۷/۷۹	۴/۰۳
عامل ششم	۳/۰۷	۵/۲۱	۵۳/۰۰	۳/۸۶

نتایج حاصل از جدول ۴ و نتیجه گیری آزمون شیب دامنه در قالب نمودار سنگ ریزه (نمودار شماره ۱) آمده است، که ۶ عامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی نشان می دهد.

Scree Plot



نمودار ۱: نمودار سنگ ریزه برای تعیین تعداد عامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی

جدول ۵، ماتریس دوران یافته گویه‌های عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی بعد از چرخش واریماکس را نشان می‌دهد.

جدول ۵: ماتریس دوران یافته عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی

عامل اول آموزشی	عامل دوم ویژگی‌های فردی	عامل سوم محیط بیرونی	عامل چهارم اقتصادی	عامل پنجم فرهنگی	عامل ششم اجتماعی
۰/۵۵	۰/۷۶	۰/۶۸	۰/۶۹	۰/۶۴	۰/۷۹
۰/۶۲	۰/۸۳	۰/۶۲	۰/۶۳	۰/۷۴	۰/۷۶
۰/۶۸	۰/۷۶	۰/۵۷	۰/۵۱	۰/۴۷	۰/۶۰
۰/۵۵	۰/۸۲	۰/۸۹	۰/۷۹	۰/۸۳	۰/۶۶
۰/۷۸	۰/۷۳	۰/۸۸	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۵۵
۰/۶۶	۰/۷۵	۰/۸۷	۰/۵۸	۰/۷۵	۰/۵۹
۰/۶۱	۰/۷۵	۰/۶۹	۰/۵۰	۰/۶۳	۰/۶۳
۰/۶۱	۰/۷۶	۰/۵۹	۰/۷۸		
۰/۵۹	۰/۷۸	۰/۵۳	۰/۷۵		
۰/۶۸	۰/۶۹	۰/۵۸	۰/۵۳		
۰/۶۱		۰/۷۲			
۰/۶۷					
۰/۶۳					
۰/۶۴					
۰/۶۰					
ضریب آلفای کرونباخ					
۰/۸۹	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۸۶	۰/۸۴	۰/۸۲

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه جامعه‌ای در جهت سازگاری با تغییرات و رقابت جهانی پیشتاز خواهد بود که از نیروی انسانی ماهر و متخصص، خلاق، خودباور و کارآفرین برخوردار باشد. در این فضای

نوین، کشور ما بیش از هر زمان دیگر نیازمند یک نظام دانشگاهی پویا و مترقی است که کارآفرینی آموزشی را در سطوح مختلف برنامه‌های خود مد نظر داشته باشد. کارآفرینی آموزشی امکان تولید منابع انسانی، اجتماعی و اقتصادی را فراهم می‌کند که بواسطه آن پاسخگویی به نیازهای جدید اجتماع میسر می‌شود. نتایج نشان داد که ساختار اقتصادی، ساختار فرهنگی، ساختار اجتماعی، ساختار آموزشی، ساختار محیط بیرونی و ویژگی‌های فردی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی آموزشی در دانشگاه‌های دولتی هستند. در مطالعه‌ای که چاوشی و داودی (۱۳۹۸) در راستای عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی در هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای و کار دانش صورت دادند، مشخص شد که عوامل مدیریتی، عوامل پرسنلی، عوامل آموزشی، عوامل مربوط به هوش، عوامل فرهنگی، عوامل محتوای آموزشی و عوامل تعامل با محیط بیرونی بر کارآفرینی آموزشی مؤثر است. ویسمن (۲۰۱۴) نشان داد که تخصیص بودجه کافی، حمایت دولت، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش مؤثری در توسعه کارآفرینی آموزشی دارد. هاگک و اسچولین^۱ (۲۰۱۸) گزارش کردند که توسعه شبکه‌های اجتماعی و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات زمینه توسعه کارآفرینی را در نظام آموزش عالی فراهم می‌کند. در مطالعه رنجیا (۲۰۱۹) مشخص شد که شرایط داخلی سازمان و عوامل محیطی بیرون از نظام‌های آموزشی تأثیرگذار بر کارآفرینی آموزشی هستند. میراندا و همکاران (۲۰۱۷) گزارش کردند که کارآفرینی آموزشی در دانشگاه تحت تأثیر نگرش تازه به رشته‌های دانشگاهی، تجربه کارآفرینی، تجاری سازی رساله‌های دانشجویی است، این نتایج می‌تواند همسو با نتایج پژوهش حاضر باشد.

مطالعات نشان داده است که پیشایندهای کارآفرینی آموزشی شامل عوامل مختلف محیطی، سازمانی و فردی می‌شود. در حالی که بسیاری از عوامل محیطی در کارآفرینی سازمانی برای کارآفرینی آموزشی قابل استفاده است، محیط نظارتی یا سیاست‌های دولت از

1. Hagg & Scholin

اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا آموزش رسمی که در آن بسیاری از موسسات آموزشی فعالیت می‌کنند یک بخش به شدت قانونی و به حمایت مالی دولت وابسته است (شان^۱، ۲۰۱۸). بازیگران این بخش تمایل دارند نسبت به تغییرات سیاسی در زمینه‌های مختلف واکنش نشان بدهند (سیرا، مولی و ویسمورا^۲، ۲۰۲۰). در کنار این مهم عوامل سازمانی در برگیرنده طیف گسترده‌ای از متغیرهای سازمانی است که در راس آن تعامل بین فعالیت‌های کارآفرینی، جهت‌گیری کارآفرینی و رهبری استراتژیک قرار دارد (الارف، برودمن و پرمنده^۳، ۲۰۲۰). در آخر ویژگی‌های فردی کارآفرینی را می‌توان از طریق برخی از رویکردهای موجود برای مطالعه ویژگی‌های کارآفرینی مانند جهت‌گیری نگرش کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینی، استقلال طلبی، موفقیت طلبی، ریسک‌پذیری مورد بررسی قرار داد (فیسچر، مورایس و اسچفر^۴، ۲۰۱۹). در راستای نتایج به دست به بررسی هر کدام از عوامل شناسایی شده پرداخته می‌شود.

تجاری سازی ایده‌ها: در این راستا با برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی برای ارائه ایده‌های دانشجویان و حمایت از ایده‌های جدید آنان می‌توان گام‌های مؤثری برداشت، همچنین برقراری ارتباط بین دانشگاه با صنعت و بازار به منظور شناسایی بازارهای جدید و معرفی محصولات و دستاوردهای کارآفرینانه دانشگاهیان می‌تواند اثرگذاری معناداری بر کارآفرینی آموزشی داشته باشد، در آخر می‌بایست رساله‌ها و پژوهش‌های دانشجویی به سوی تجاری سازی و درآمدزایی هدایت هدفمند شوند.

هوشمندی کسب و کار: در این زمینه دانشگاه‌های دولتی با توسعه سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف کارآفرینی و حمایت از ایده‌های خلاقانه اعضای دانشگاه می‌تواند کارآفرینی را در بطن نظام آموزشی توسعه ببخشند، در این بین با توسعه شرکت‌های دانش

1 . Shane
2 . Civera, Moeli & Vismara
3 . Alaref, Brodmann & Premand
4 . Fischer, Moraes & Schaeffer

بنیاد و استارت‌آپ‌های دانشجویی زمینه همفکری و همکاری دانشجویان مستعد برای ارائه ایده و تولید خلاقانه فراهم آورده می‌شود.

ساز و کارهای مالی: این مهم از طریق توسعه و ارائه وام‌های اشتغال‌زا برای دانشجویان و حمایت مالی از ایده‌ها کارآفرینانه دانشگاهیان بر توسعه کارآفرینی اثر می‌گذارد، در این خصوص تعامل و همکاری دانشگاه با موسسات پولی و مالی عاملی اثربخش محسوب می‌شود.

کار تیمی: در این زمینه با تقویت فعالیت‌های گروهی و توسعه فرهنگ کار تیمی می‌توان گام‌های مؤثری برداشت، فرهنگ حاکم بر دانشگاه نیازمند انعطاف‌پذیری است تا بتواند روح کارآفرینی را توسعه ببخشد، با فراهم کردن زمینه حضور دانشگاهیان در صنعت و حضور صنعتگران در دانشگاه زمینه‌های توسعه کار تیمی ایجاد می‌شود، همچنین مشارکت و همکاری فعال بین واحد مختلف دانشگاهی، برگزاری رویدادهای کارآفرینانه، ایجاد گفت‌وگوهای کارآفرینی از جمله اقدامات مؤثر است.

بازتعریف ارزش‌ها: کارآفرینی آموزشی نیازمند تغییر و تحول در ارزش‌های حاکم بر محیط دانشگاهی است، این مهم با تعریف و ترزیق ارزش‌های جدید کارآفرینی به محیط آموزشی و ارائه یک جهان بینی مشترک با رویکرد کارآفرینانه می‌تواند محقق شود، دانشگاه همچنین با تعریف هنجارهای رفتاری کارآفرینی و توسعه الگوهای کارآفرینی متناسب با بافت و زمینه دانشگاه و محیط‌های آموزشی به بازتعریف ارزش‌ها می‌پردازد.

شبکه‌های ارتباط اجتماعی: از جمله عوامل محیطی که تأثیر بسزایی بر کارآفرینی آموزشی دارد توسعه شبکه‌های ارتباطی است، برای این منظور با طراحی مرکز مشاوره کسب و کار در ساختار اداری دانشگاه، توسعه بسترهای ارتباطی بین سرمایه‌گذاران و دانشگاهیان می‌توان افراد علاقمند و با انگیزه را در کنار هم گردآورد. امروزه با پیشرفت شبکه‌های ارتباطی مجازی، زمینه مساعدی برای ارتباطات اعضای دانشگاه فراهم شده است

که در بستر آن توسعه ارتباط اجتماعی، ارتباطات بین‌المللی پایدار با دانشگاه‌های خارج از کشور، همکاری با بخش‌های خصوصی با پیش شرط اعتماد عمومی فراهم شده است. اجتماعات یادگیری: کارآفرینی آموزشی در بستر اجتماعات مبتنی بر یادگیری گروهی زمینه مساعدتر برای عملی شدن دارد، در این خصوص با فراهم‌سازی فرصت برای الگو برداری از افراد موفق در حوزه کارآفرینی و طراحی و اجرای پانل‌های تخصصی در راستای کارآفرینی به منظور تبادل نظرات فرصتی برای برقراری ارتباط میان افراد به منظور انتقال تجارب و دانش کارآفرینی ایجاد می‌شود، همچنین ارتباط فعال دانشگاه با کارآفرینان محلی، ایجاد ارتباط بین دانشجویان و سازمان‌های اجتماعی، تبادل دانش و تخصص با محیط‌های بین‌المللی، توسعه مراکز تحقیقاتی زایشی زمینه ساز شکل‌گیری اجتماع یادگیری و در نهایت کارآفرینی آموزشی می‌شود.

آموزش: در این راستا با تغییر در روش‌های تدریس و توسعه پژوهش‌های فرارشته‌ای می‌توان نقش مؤثری ایفا کرد، دانشگاه‌های دولتی با ایجاد توازن بین پژوهش‌های کاربردی و بنیادی و هدایت آنها برای برطرف‌سازی نیازهای صنعت و بازار، کارآفرینی آموزشی را به مرحله ظهور نزدیک می‌کند، در کنار این اقدامات پرورش رهبران کارآفرین برای هدایت و راهبری کارآفرینی امری ضروری است که با تمرکز بر کیفیت‌مداری در فعالیتهای آموزشی و پژوهشی، توسعه یادگیری مستمر و توسعه آموزش‌های غیر رسمی کارآفرینانه می‌توان به این مهم دست یافت.

اعضای هیئت علمی: اساتید به عنوان کلیدی‌ترین سرمایه انسانی در دانشگاه‌های دولتی می‌توانند نقش مؤثری برای توسعه کارآفرینی آموزشی داشته باشند، در نتیجه ضرورت تمرکز بر این سرمایه کاملاً احساس می‌شود، در این راستا با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی برای اعضای هیئت علمی و حمایت از طرح و ایده‌های کارآفرینانه آنان می‌توان گام‌های مؤثری برداشت، در کنار این مهم با توسعه روحیه خلاقیت و نوآوری در اعضای هیئت

علمی و فراهم سازی فرصت تعامل آنها با شبکه‌های کارآفرینی زمینه شناخت و علاقه به کارآفرینی ایجاد می‌شود.

تکنولوژی: از جمله عوامل محیطی تأثیر گذار بر کارآفرینی آموزشی تکنولوژی است که سرعت تغییر آن قابل پیش بینی نیست، در این راستا با کاربست تکنولوژی‌های نوین آموزشی در فضای دانشگاه، کلاس درس و استفاده از شبکه‌های مدیریت مبتنی بر وب می‌توان اقدامات مؤثری انجام داد، همچنین توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات به منظور توسعه پایگاه‌های اطلاعاتی و توسعه تجهیزات آزمایشگاهی نوین برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها موجود می‌تواند در راستای کارآفرینی آموزشی مؤثر باشد.

باز تعریف رشته‌های تحصیلی: در این خصوص تقویت مهارت‌های شغلی در برنامه درسی متناسب با رشته‌های تحصیلی، همسو سازی آموزش‌های نظری و کاربردی در کنار بازتعریف سر فصل‌های برنامه درسی متناسب با رویکرد کارآفرینانه ضرورتی اجتناب ناپذیر است، کارآفرینی آموزشی نیازمند برقراری تعامل بین رشته‌ای است، همچنین تدوین واحد درسی کارآفرینی برای رشته‌های تحصیلی مختلف و توسعه برنامه‌های آموزشی مبتنی بر مهارت افزایی و خود اشتغالی از جمله عوامل تأثیر گذار بر کارآفرینی آموزشی است.

حمایت دولت: دانشگاه برای توسعه کارآفرینی آموزشی نیازمند حمایت از طرف سازمان‌ها مختلف بویژه دولت است، حمایت مالی دولت و سازمان‌های مرتبط از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاهیان و ایجاد شبکه‌های اطلاع رسانی برای آگاهی فعالان کارآفرینی از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاهیان می‌تواند شرایط محیطی مساعدی را فراهم آورد، همچنین دولت با سیاست گذاری در جهت توسعه کسب و کارهای نوپا، طراحی سامانه ملی کارآفرینی، برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی رایگان، افزایش بودجه پایدار برای ترویج کارآفرینی، تمرکز زادی، ایجاد شرایط رقابتی در بازار آموزش می‌تواند از کارآفرینی آموزشی حمایت کند.

تغییرات محیطی: کارآفرینی آموزشی بدون در نظر گرفتن محیط متلاطم و پیچیده که پیش رو دارد، نمی‌تواند محقق شود، در نتیجه بررسی دقیق شرایط محیطی و اجتماعی، روند تغییرات محیطی در راستای مسائل و رویکردهای کارآفرینانه، دسترسی به اطلاعات کسب و کار، رونق و رکود اقتصادی، تمایل صنعت برای بهره‌گیری از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاه، نرخ رشد بیکاری، وجود بستر و ظرفیت خوداشتغالی همه از جمله عوامل محیطی هستند که در راستای کارآفرینی آموزشی نیازمند توجه هستند.

انگیزه‌های فردی: کارآفرینی برای ظهور نیازمند انگیزه قوی افراد برای کارآفرین شدن هست، در این زمینه وجود اهداف متعالی فردی برای توسعه ایجاد کسب و کار و وجود انگیزه موفقیت طلبی در فعالیت‌ها و مشاغل جدید به همراه وجود تحرکات و انگیزه‌های اقتصادی مؤثر بر رشد فردی می‌تواند بر کارآفرینی آموزشی نقش مؤثری را ایفا کند.

ویژگی‌های شخصیتی: ویژگی‌هایی همچون موفقیت طلبی، خطرپذیری، عزم و اراده جدی، مرکز کنترل درونی، اعتماد به نفس، استقلال طلبی، احساس توانمند بودن لازمه شروع کارآفرینی در آموزش است.

پژوهش حاضر جزء اولین کوشش‌ها در ایران برای شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی است، که در دانشگاه‌های دولتی کشور انجام گرفت. تعمیم یافته‌های این تحقیق به نظام آموزش عالی و سایر واحدهای دانشگاهی همچون دانشگاه آزاد اسلامی با محدودیت مواجه است. همچنین برای افزایش تعمیم‌پذیری یافته‌ها توصیه می‌شود این مطالعه را در دانشگاه‌های دیگر و با نمونه‌های دیگر تکرار شود. از دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر کمبود مبانی نظری و پیشینه تجربی در راستای کارآفرینی آموزشی بود، که نیازمند توجه بیشتر پژوهشگران برای ورود به این حوزه و تولید دانش نظری و تجربی است. این پژوهش با شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی متناسب با ساختار و زیست بوم دانشگاه‌های دولتی کشور، به نظام آموزش عالی و مدیران آن پیشنهاد می‌کند:

- در راستای ساختار اقتصادی پیشنهاد می‌شود زمینه تعامل مثبت و همسویی بین صنعت و دانشگاه ایجاد شود، این مهم امکان بهره‌گیری مراکز صنعتی از دانش، تکنولوژی، دانشجویان و کارآفرینان خلاق و با استعداد را فراهم می‌سازد و دانشگاه نیز از کمک‌های مالی این مراکز برخوردار می‌شود. همچنین پیشنهاد می‌شود از طریق ارائه و توسعه وام‌های اشتغال‌زا و برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاهیان حمایت شود.
- در راستای ساختار فرهنگی پیشنهاد می‌شود که فرهنگ کار تیمی و تیم‌پذیری در محیط دانشگاه گسترش یابد و از طریق تعریف ارزش‌های جدید مبتنی بر بستر کارآفرینی، روحیه و تمایل به کارآفرینی در اعضای دانشگاه بویژه دانشجویان افزایش یابد.
- در راستای ساختار اجتماعی پیشنهاد می‌شود با اصلاح ساختار مدیریتی، وضع قوانین حمایتی و توسعه شبکه‌های ارتباط اجتماعی به منظور الگوبرداری و برقراری ارتباط زمینه‌ای مناسب مهیا شود تا انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در میان دانشگاهیان تسهیل شود.
- در راستای ساختار آموزش پیشنهاد می‌شود که جنبه عملی را به مباحث نظری در دوره‌های مختلف تحصیلی در دانشگاه‌های دولتی بیفزایند و زمینه‌ای را ایجاد کنند که دانشجویان بتوانند آموخته‌های نظری خود را به صورت عملی در راستای خلق ارزش برای دانشگاه‌ها و در نهایت جامعه هدایت نمایند.
- در راستای محیط بیرونی پیشنهاد می‌شود که حمایت مالی و معنوی دانشگاه‌ها در راستای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرینی از سوی دولت و سایر سازمان‌های مرتبط در الویت قرار گیرد، زیرا دستیابی به کارآفرینی آموزشی و دانشگاه نسل سوم مستلزم تغییر در زیرساخت‌ها، فرایندها و به کارگیری تکنولوژی‌های نوین فناوری است.

- در راستای ویژگی‌های فردی پیشنهاد می‌شود که با برگزاری کارگاه‌های آموزشی و سیمینارهای علمی زمینه تحرک و ایجاد انگیزه برای رشد فردی در فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم شود، همچنین پیشنهاد می‌شود با دادن آزادی عمل و مشارکت دادن اعضای دانشگاه بویژه دانشجویان در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌های دانشگاه‌ها زمینه رشد ویژگی‌های همچون موفقیت‌طلبی، استقلال، اعتماد به نفس و... فراهم شود.

منابع و ماخذ

- ابراهیم آبادی، ریحانه؛ طاهرپور، فاطمه و عسگری، علی (۱۳۹۸)، نقش حمایت خانواده و دانشگاه در خلاقیت و ریسک‌پذیری دانشجویان ارشد و دکتری دانشگاه بیرجند با میانجی‌گری امید، *نشریه علمی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۹(۲): ۱۰۳-۱۳۲.
- اجاقی، صبا؛ رضایی، بیژن؛ نادری، نادر و جعفری، حبیب (۱۳۹۵)، ارائه‌ی الگوی مفهومی مولفه‌های خرد و کلان نظام آموزش کارآفرینی، *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۳(۴): ۳۹-۵۴.
- اردلان، محمدرضا و سلطانزاده، وحید (۱۳۹۴)، تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند با نقش میانجی یادگیری سازمانی، *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۸(۳): ۴۹۸-۵۱۲.
- پای خسته، پریسا؛ علم‌بیگی، امیر و بطاحی، سیدسمیه (۱۳۹۶)، بررسی شایستگی‌های مورد نیاز توسعه کارآفرینی پایدار در آموزش عالی کشاورزی، *فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۴۰(۱): ۳۲-۴۳.
- چاوشی نجف آبادی، زهره و داودی، سید محمدرضا (۱۳۹۸)، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی آموزشی: مطالعه موردی هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای و کاردانش شهرستان نجف آباد، *فصلنامه برنامه درسی ایران*، ۱۴(۵۲): ۹۱-۱۳۰.
- حجازی، اسد؛ نوه ابراهیم، عبدالرحیم؛ بهرنگی، محمد رضا و زین آبادی، حسن رضا (۱۳۹۴)، شناسایی عوامل تاثیرگذار بر برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران (چهارچوبی برای برنامه ریزی اجرا و ارزیابی)، *فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۶(۱): ۲۲۹-۲۴۰.

حسین زاده، فریده (۱۳۹۷)، شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشگاهی و ارائه مدل کاربردی آن در دانشکده‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی سراسر کشور، پایان نامه دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه.

دلیجه، عبدالخالق (۱۳۹۶)، بررسی فرصتها و مانع‌های کارآفرینی برای دانشجویان دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی از دیدگاه کارآفرینان و فارغ‌التحصیلان، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه اصفهان.

رضایی، بیژن (۱۳۹۲)، ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی با تأکید بر ارتباط صنعت و دانشگاه، پایان نامه دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه علامه طباطبائی.

سراوانی، آزاده (۱۳۹۵)، شناسایی و اولویت بندی راهکارهای آموزش کارآفرینی و ارتقاء آن در دانشگاه سیستان و بلوچستان از نظر دانشجویان، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

سیفی، بهنوش (۱۳۹۸)، طراحی الگوی جامع اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی با محوریت نوآوری، باز و میزان انطباق دانشگاه رازی با این الگو، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی.

شهرکی پور، حسن؛ ندری، خدیجه و شیرمحمدی، رحمان (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان، فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، ۴: ۱۳۶-۱۰۹.

عبداللهی، حسین و مقصودی، سمیه (۱۳۹۶)، شناسایی روش‌های اثربخش آموزش کارآفرینی، نشریه مطالعات آموزشی نما، ۵(۱۰): ۱-۲۰.

علی آبادی، ابراهیم؛ عزیزی، محمد؛ عالم تبریز، اکبر و داوری، علی (۱۳۹۷)، شناسایی موانع اجرای خط و مشی‌های کارآفرینی و نوآوری در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۸(۳): ۹۵-۱۳۲.

قربانی، شهاب (۱۳۹۶)، ارائه الگوی تأثیر رهبری هوشمند بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی فرهنگ سازمانی، پایان نامه دکتری مدیریت کارآفرینی، موسسه مدیریت دولتی کرمانشاه.

مرزبان، شیرمراد؛ مقیمی، سید محمد و عربیون، ابوالقاسم (۱۳۸۹)، تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ۲۱: ۲۵-۱.

ملاعلیا، مرجان (۱۳۹۷)، مبانی کارآفرینی: دوره‌های کاردانی و کارشناسی دانشگاه‌ها، تهران: نشر سخنوران.

موسوی، سید حسین؛ صالحی عمران، ابراهیم؛ فراستخواه، مقصود و توفیقی، جعفر (۱۳۹۶)، ارائه مدل توسعه دانشگاه کارآفرین در ایران، فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۹(۷۶): ۱-۲۸.

نادری بنی، ناهید (۱۳۹۲)، بررسی نقش فعالیتهای اصلی و پشتیبانی دانشگاهی در کارآفرینی دانشگاه‌های دولتی ایران و ارائه الگوی دانشگاه کارآفرین، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه اصفهان.

یوسفی، سمیه (۱۳۹۵)، بررسی نقش آموزش دروس کارآفرینی در ارتقاء و اثر بخشی و ایجاد و توسعه مشاغل دانشجویان واحد تهران (شمال، مرکز، جنوب)، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

Alaref, J., Brodmann, S., & Premand, P.(2020). The medium-term impact of entrepreneurship education on labor market outcomes: Experimental evidence from university graduates in Tunisia, *Labour Economics*, 101-115.

Antal, N., Kingma, B., Moore, D., & Streeter, D.(2014). University-Wide Entrepreneurship Education, in Sherry Hoskinson , Donald F. Kuratko (ed.) *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century (Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation & Economic Growth, Volume 24)* Emerald Group Publishing Limited:227 -235.

Cantu-Ortiz, F.J., Galeano, N., Mora-Castro, P., & Fangmeyer, J.(2017). Spreading academic entrepreneurship: Made in Mexico, *Business Horizons*; 60(4): 541-550.

Civera, A., Meoli, M., & Vismara, S.(2020). Engagement of academics in university technology transfer: Opportunity and necessity academic entrepreneurship, *European Economic Review*, 123: 103-114.

- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship, Theory and Practice*; 29(4):373–398.
- Din, D.H., Anuar, A.R., & Usman, M.(2016). The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*;224(2): 117-123.
- Fichter, K., & Tiemann, I.(2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies, *Journal of Cleaner Production*, 175: 512-524.
- Fini, R., Grimaldi, R., & Meoli, A.(2020). The effectiveness of university regulations to foster science-based entrepreneurship, *Research Policy*, 25: 104-113.
- Fischer, B.B., Moraes, A.D., & Schaeffer, P.B.(2019). Universities' institutional settings and academic entrepreneurship: Notes from a developing country, *Technological Forecasting and Social Change*, 147: 243-252.
- Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J.P. & Montero, J.(2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship, *BRQ Business Research Quarterly* ; 18: 246-258
- Gurau, G., & Dana, L.P.(2018). Environmentally-driven community entrepreneurship: Mapping the link between natural environment, local community and entrepreneurship, *Technological Forecasting and Social Change*;129(2): 221-231.
- Hadi, C., Wekke, I, S. & Cahaya, A.(2015). Entrepreneurship and Education: Creating Business Awareness for Students in East Java Indonesia, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 177: 459-463.
- Hagg, G., &Scholin, T.(2018). The policy influence on the development of entrepreneurship in higher education: A Swedish perspective, *Education + Training*, 60(7): 656-673.
- Hess, F.. M, & Kappan, P. D. (2007).The Case for Educational Entrepreneurship: Hard Truths about Risk, Reform, and Reinvention. *Bloomington*;89(2): 21-29.
- Hess, F..M, & Hassel, B. C.(2015). Fueling Educational Entrepreneurship: Addressing the Human Capital Challenge. *Journal of Entrepreneurship*.15 (2):97-114.

- Hobikoglu, E.H., & Sanli, B.(2015). Comparative Analysis in the Frame of Business Establishment Criteria and Entrepreneurship Education from the Viewpoint of Economy Policies Supported By Innovative Entrepreneurship , *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195 , pp 1156 – 1165.
- Hong, Z., Hong,T., , Cui,Z. & Luzhuang,W. (2012). Entrepreneurship Quality of College Students Related to Entrepreneurial Education. *Energy Procardia*; 17(1):1907-1913.
- Hoppe, M., Westerberg, M., & Leffler, E.(2017).Educational approaches to entrepreneurship in higher education: A view from the Swedish horizon, *Education + Training*;59(7): 751-767.
- Hynes, B., Costin, Y., & Birdthistle, N. (2011). Practice-based learning in entrepreneurship education: A means of connecting knowledge producers and users, *Higher Education, Skills and Work-based Learning*; 1(1):16-28.
- Kakouris, A., & Georgiadis, P. (2016).Analyzing education entrepreneurship: a bibliometric survey pattern, *Journal of Global Entrepreneurship Research*; 6(6): 1-18.
- Kakouris, A., & Ketikidis, P. (2012). Editorial: Poles of innovative entrepreneurship: A triple nexus. *International Journal of Innovation and Regional Development*; 4(3/4): 197–203.
- Kline, R.B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling. Second Edition*, New York: The Guilford Press.
- Man, W. Y. T. (2018). *Clarifying the domain of educational entrepreneurship: Implications for studying leadership, innovation and change*.
- Martin,C., & Iucu, R.B.(2014). Teaching Entrepreneurship to Educational Sciences Students, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 116 (3): 4397-4400.
- Miranda, F., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S.(2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention, *European Research on Management and Business Economics*; 23(2): 113-122.

- Musoke, G. G., & Badru, M. (2019). Educational Entrepreneurship (EE): Delineating and Highlighting Its Domain, Importance and Feasibility in Uganda's Context. *Journal of Education and Learning*, 12(1), 126-136.
- Neergaard, H., Tanggaard, L., Krueger, N.F., & Robinson, S. (2012). *Pedagogical interventions in entrepreneurship from behaviourism to existential learning*. ISBE conference 2012. Dublin. <http://www.isbe.org.uk/content/assets/2>.
- Omer Attali, M., & Yemini, M. (2017). Initiating consensus: Stakeholders define entrepreneurship in education. *Educational review*, 69(2), 140-157.
- Omri, A., & Afi, H. (2020). How can entrepreneurship and educational capital lead to environmental sustainability?, *Structural Change and Economic Dynamics*, 54: 1-10.
- Oplatka, I. (2014). Understanding teacher entrepreneurship in the globalized society: Some lessons from self-starter Israeli school teachers in road safety education, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*; 8(1):20-33.
- Renault, C. S., (2006). Academic Capitalism and University Incentives for Faculty Entrepreneurship"; *Journal of Technology Transfer*; 31: 227-239.
- Rengiah, P. (2013). Effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among Malaysian university students.
- Scanlan, M. (2011). Organizational Learning in Schools Pursuing Social Justice Fostering Educational Entrepreneurship and Boundary Spanning. *Scholar-Practitioner Quarterly*; 5(4):328-346.
- Shane, S. A. (2018). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Edward Elgar Publishing.
- Stam E. & Stel, A.V. (2011). Types of Entrepreneurship and Economic Growth, *Entrepreneurship, Innovation and Economic Development*; 28 (4): 75-95.
- Vilcova, N. & Dimitrescu, M. (2015). Management of Entrepreneurship Education: a Challenge for a Perform ant Educational System in Romania, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 203:173 – 179.

- Warda, S.H.(2016). New educational services development: Framework for technology entrepreneurship education at universities in Egypt, *International Journal of Educational Management*; 30(5):698-717.
- Wiseman, A.W.(2014). Internationally Comparative Approaches to Innovation and Entrepreneurship in Education, in Alexander W. Wiseman (ed.) *International Educational Innovation and Public Sector Entrepreneurship (International Perspectives on Education and Society, Volume 23*, Emerald Group Publishing Limited, pp.3 – 31.
- Worsham, E. L. (2012). Reflections and Insights on Teaching Social Entrepreneurship: An Interview with Greg Dees' *Academy of Management Learning & Education*; 11 (3): 442-452.
- Wu, Y.,C., Wu, T., li, Y.(2017). Impact of using classroom response systems on students' entrepreneurship learning experience, *Computers in Human Behavior*;21(1): 129-140.
- Yildirim, N. and Askun, O.B.,(2012). Entrepreneurship Intentions of Public Universities in Turkey: Going Beyond Education and Research?, *Social and Behavioral Sciences*; 58 :953 – 963.

