

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغال -

زای موردانتظار بازار کار با رویکرد کارآفرینی: یافته‌های یک مطالعه آمیخته

A study of educational need of humanities postgraduate students in scope of labor market employability competencies with Entrepreneurship Approach:

The findings of a mixed method study

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۴/۲۲، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۴/۶/۲۱، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۲/۲۳

ف. khoshnevisan., (Ph.D Student), A.R. Nasr., (Ph.D),
M. Neyestani., (Ph.D), M. Sharif., (Ph.D) فاطمه خوشنویسان^۱، احمدرضا نصر^۲، محمدرضا
نیستانی^۳ و مصطفی شریف^۴

Abstract: This research investigates educational need of post graduate students of humanities in scope of labor market employability competencies with Entrepreneurship Approach in University of Esfahan and Islamic Azad University of Khorasgan. The research's method is based on exploratory-mixed. Statistical population included all of students in University of Esfahan and Islamic Azad University of Khorasgan that 331 of the students were chosen as the research sample according to Morgan's table. The tools were interview with industrial managers of Esfahan province and researcher made questionnaire which was based on province's market employability skills that was conducted among students. Its reliability through Cronbach's alpha coefficient was obtained 0.83. Data were analyzed by ANOVA, one sample T test and Bonferroni post hoc test with SPSS software (version 17). Due to results of the research, students of University of Esfahan and Islamic Azad University of Khorasgan had different view point in terms of Entrepreneurial skill were significantly different from the default group society And the difference indicates lower scores of students to expectations of managers. The results showed gender and college don't have significant effect on rate of students with Entrepreneurial skill, but there was significant difference in the field and level of education.

Key words: Entrepreneurship, Employability competencies, Labor market, Postgraduate students

چکیده: هدف پژوهش حاضر بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی علوم انسانی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغال زای مورد انتظار بازار کار با رویکرد کارآفرینی پرداخته است. روش پژوهش از نوع ترکیبی-اکتشافی بود. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد خراسان بوده است که براساس جدول مورگان تعداد ۳۳۱ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها نیز مصاحبه با مدیران صنایع استان اصفهان و پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که براساس مولفه‌های مهارت‌های اشتغال‌زای بازارکار استان اصفهان ساخته شده و در میان دانشجویان اجرا شد. پایایی آن نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۳، به دست آمده است. داده‌های گردآوری شده به کمک تحلیل واریانس یک‌راهه، تی تک‌متغیره، آزمون‌های تعقیبی یونفرونی، از طریق نرم‌افزار SPSS17 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. براساس نتایج پژوهش، دانشجویان دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد خراسان از نظر برخورداری از قابلیت کارآفرینی تفاوت معناداری با گروه پیش‌فرض جامعه داشتند و این تفاوت بیان‌کننده کمتر بودن نمرات دانشجویان نسبت به انتظارات مدیران است. هم‌چنین، نتایج نشان داد دانشگاه و جنس تاثیری در میزان برخورداری دانشجویان از قابلیت کارآفرینی ندارد اما در زمینه رشته و مقطع تحصیلی تفاوت معنادار دیده شد.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، قابلیت‌های اشتغال‌زا، بازار کار، دانشجویان تحصیلات تکمیلی

مقدمه

پیشرفت سریع در علم و فناوری، تحولات و دگرگونی‌های زیادی در نظام‌های اجتماعی-اقتصادی عصر حاضر به وجود آورده است و موجب رویارویی سازمان‌ها با تحولات گسترده بین-المللی و ظهور مجموعه‌ی جدیدی از شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی شده است. این تغییرات باعث تحول ساختاری، پیشرفت تکنولوژیکی و رقابت در بازار کار شده است و به دنبال خود ماهیت مشاغل و اشتغال را به نوعی تحت‌تاثیر قرار داده است. استلزاماتی را برای نظام آموزش عالی به‌عنوان مهم‌ترین نهاد تربیت نیروی انسانی متخصص در جامعه به وجود آورده است. که نیازمند توجه و کاربری این نوع الزامات که در ادبیات جهانی به آن مهارت‌های عام اشتغال‌زا می‌گویند و کارآفرینی هم جزئی از آن است، باید در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی مدنظر قرار گیرد (روزنبرگ، ۲۰۱۲).

موضوع اشتغال و کارآفرینی همواره یکی از دغدغه‌های اصلی بسیاری از کشورهای جهان است. حتی کشورهای توسعه‌یافته که دارای رشد اقتصادی بالایی هستند، همواره آن را به‌عنوان یکی از چالش‌های پیش‌روی خود در ایجاد ثبات همه‌جانبه در کشور و حفظ رضایت عمومی می‌دانند (روزنبرگ، ۲۰۱۵). از همین‌رو ایجاد اشتغال و کارآفرینی و از میان بردن پدیده شوم بیکاری، به‌خصوص بیکاری جوانان یکی از شعارهای اصلی دولت‌ها است (خوشنویسان، ۱۳۹۲). کشور ما با داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و منابع طبیعی فراوان، می‌تواند در صحنه رقابت-پذیری اقتصاد جهانی پررنگ‌تر عمل کند، اما علی‌رغم این توانمندی‌ها در سطح بسیار پایینی قرار دارد و میزان نرخ بیکاری در آمارهای رسمی بیش از (۱۲٪) اعلام می‌شود (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱). یکی از راه‌های برون‌رفت از این تنگنا پرورش مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان است. در واقع دانشجویان برخوردار از مهارت‌های کارآفرینی می‌توانند نوآوری کنند، فرصت‌های محیطی را شناسایی کنند و با ترکیبی نو از منابع و فرصت‌ها با پذیرش مخاطرات محصول، روش و خدماتی ارائه دهند تا ضمن بقا در محیط بی‌ثبات و رقابتی، از این نوآوری نیز سود به‌دست آورند (حسن‌مرادی، ۱۳۸۳). برای پرورش دانشجویان کارآفرین اشاره به ویژگی‌های کارآفرینان لازم و ضروری است که باید این ویژگی‌ها در لابه‌لای عناصر برنامه درسی وارد شود تا بتوان دانشجویی با مختصات کارآفرین و کارآفرینی تربیت کرد (فایول، ۲۰۱۵).

بنا به تعریف واژه‌نامه دانشگاهی و بستر، کارآفرینان کسانی هستند که متعهد می‌شوند، مخاطره‌هایی که فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کنند. رابرت‌هیسریچ^۱ (۱۹۸۵) می‌نویسد: کارآفرینی فرآیند خلق محصول با ارزش افزوده با استفاده از زمان و تلاش و کوشش

مورد نیاز و ضروری، همراه با ریسک‌پذیری مالی، روان‌شناختی و اجتماعی، جهت دستیابی به پاداش‌های مادی و رضایت فردی است (مریدی، ۱۳۷۹). تعریفی از کارآفرینی که تقریباً "شامل همه تعریف‌های ارائه شده از آنان باشد، عبارت است از: کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشد‌یابنده مبادرت نموده و توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد. (احمد پورداریانی، ۱۳۷۸).

با توجه به این اوصاف، در واقع دانشگاه می‌تواند با ترویج فرهنگ و مولفه‌های کارآفرینی در دانشجویان و آموزش قابلیت‌های کارآفرینی به آنان و با ایجاد بانک ایده‌ها، فراهم کردن بانک اطلاعات کارآفرینی و سرمایه‌گذاری، زمین‌های لازم برای شروع فرآیند کارآفرینی توسط دانشجویان را فراهم کند و با حمایت‌های مشاوره‌ای در تدوین طرح کسب و کار و عرضه امکانات لازم در مرکز رشد دانشجویان را تا پایان حمایت کند. از این‌رو، دانشگاه پویائی رشد اقتصادی و بهبود رفاه عمومی را فراهم می‌کند (لزر^۱، ۲۰۰۵). در این زمینه از پژوهش‌هایی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد:

مطالعاتی با عنوان «کارآفرینی در بخش دولتی» توسط زربیناتی^۲ و سوتاریس^۳ در سال ۲۰۰۴ انجام شد. هدف این پژوهش، توسعه نقش بالقوه کارآفرینی در سازمان‌های دولتی بود که نشان می‌داد که چگونه چارچوب استیونسون درباره فرایند کارآفرینی می‌تواند در یک سازمان دولتی اروپایی به کار رفته و ابتکاراتی را برای بهره‌گیری از سرمایه‌های ساختاری اتحادیه اروپا، ارائه دهد. مبنای پژوهش شامل ده مطالعه موردی از سازمان‌های دولتی بود که پنج‌تا در انگلستان و پنج‌تای دیگر در ایتالیا مستقر بودند. در نهایت نتایج به‌دست آمده، حاکی از مناسب بودن مدل استیونسون در سنجش فرایند کارآفرینی در بخش دولتی بود (زربیناتی و همکاران، ۲۰۰۴).

در پژوهشی دیگر که توسط گورول و آستان (۲۰۰۶) با هدف گسترش مقوله کارآفرینی دانشجویان ترکیه انجام شد، شش متغیر با عناوین نیاز به پیشرفت، کانون کنترل، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، نوآوری و اطمینان به خود برای تعریف کارآفرینی دانشجویان استفاده شد. به‌همین منظور پرسش‌نامه ۴۰ گویه‌ای با سؤالاتی در رابطه با متغیرهای جمعیت‌شناختی، تمایل به کارآفرینی و شش متغیر نامبرده استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون تی نشان داد که به‌جز تحمل

1- Lazear, Edward

2- S. Zerbinati

3- Souitaris

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

ابهام و اطمینان به‌خود، تمام متغیرهای در دانشجویان متمایل به کارآفرینی، بالا است. این امر نشان می‌دهد که این دانشجویان از ریسک‌پذیری بالا، کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت زیاد و نوآوری بالایی برخوردارند. بنابراین پژوهش نشان داد که کارآفرینان، ویژگی‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های منحصر به‌فردی دارند که محرکی برای آنان بوده و آن‌ها را از دیگران مجزا می‌کند (کارول و آستان، ۲۰۰۶).

آقای اسمیت^۱ و همکاران در سال ۲۰۰۶ پژوهشی دیگر را با هدف درک چالش‌ها و چگونگی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی انجام دادند. پژوهش، رویکردی عملی نسبت به ارائه دیدگاه‌هایی در آموزش کارآفرینی و ارزیابی موفقیت چنین برنامه‌هایی و همچنین بحث در مورد نقاط ضعف و چالش‌های موجود فراروی اجرای چنین برنامه‌هایی در دانشگاه داشت. نتایج مطالعه، حاکی از اثربخش بودن برنامه‌های کارآفرینانه دارد. اما مبین این واقعیت بود که اجرای چنین برنامه‌هایی در دانشگاه به‌دلیل محدودیت منابع، فقدان آموزش و یافتن کارآفرینان شایسته، کاری مشکل است (اسمیت، ۲۰۰۶).

هیتی و همکاران در سال ۲۰۱۰ به بررسی یادگیری ادراک شده در آموزش کارآفرینی پرداختند و تاثیر انگیزه و رفتار تیمی بر کارآفرینی را شناسایی کردند (هیتی و همکاران، ۲۰۱۰). ادواردز و مایر^۲ در سال ۲۰۱۵ در دانشگاه گلامورگان^۳ پژوهشی انجام دادند که از طریق یادگیری رسمی و غیررسمی در راستای ارتقای کارآفرینی تلاش کردند و به این نتیجه دست یافتند که کارآفرین شدن قابل آموزش است و افراد از طریق آموزش و دستیابی به یادگیری می‌توانند کارآفرین شوند (ادواردز و مایر، ۲۰۱۵).

در همین راستا فایول و گایلی^۴ در سال ۲۰۱۵ به پژوهشی با عنوان تاثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و عمل کارآفرینانه پرداختند که با بررسی گروه‌های آموزش دیده و آموزش ندیده به این نتیجه دست یافتند که آموزش تاثیر به‌سزایی در ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه و در نهایت عمل کارآفرینانه خواهد داشت (فایول و گایلی، ۲۰۱۵).

در پژوهشی دیگر استارتین و رمیکین^۵ در سال ۲۰۱۵ به بررسی تاثیر عوامل جمعیت شناختی از جمله جنس، سن، آموزش، مهاجرت، اقلیت‌های قومی، نژاد، وضعیت تأهل پرداختند که هرکدام از این عوامل را موثر دیده و علاوه بر آن‌ها آموزش و پرورش درست و طول مدت بیکاری را نیز خالی از تاثیر ندیده‌اند (استارتین و رمیکین، ۲۰۱۵).

1- Smith

2- Edwards & Muir

3- Glamorgan

4- Fayolle & Gailly

5- Startiene & Remeikiene

در پژوهشی دیگر هیتی^۱ و همکاران به بررسی نتایج یادگیری ادراک شده در آموزش کارآفرینی: تاثیر انگیزه بیشتر دانش آموز و رفتار تیم پرداختند که و به این نتیجه دست یافتند که انگیزه درونی اثر منفی می‌گذارد زمانی که انگیزه بیرونی موجود باشد (هیتی و همکاران، ۲۰۱۰).

برای نیل به توسعه پایدار و ایجاد وضعیت مطلوب در اقتصاد کشور می‌بایست استراتژی توسعه کارآفرینی را به‌عنوان استراتژی محوری توسعه اجرا نمود.

با توجه به آن‌چه گذشت، می‌توان به اهمیت و ضرورت پژوهش درباره میزان برخورداری دانشجویان از قابلیت کارآفرینی در بازار کار امروزی پی برد. در این پژوهش، جامعه مورد هدف، دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته‌های علوم انسانی دو دانشگاه دولتی اصفهان و آزاد خوراسگان است. علت انتخاب تحصیلات تکمیلی از این جهت است که امکان ورود آن‌ها به بازار کار خیلی زیاد است و انتخاب رشته‌های علوم انسانی به این خاطر است که علوم انسانی یکی از حوزه‌های معرفتی است که دانشجویان زیادی را به خود جذب کرده است اما میزان بیکاری در آن زیاد است و علت انتخاب دو دانشگاه اصفهان و خوراسگان جهت انجام مقایسه بین دانشگاه آزاد و دولتی است.

از این‌رو، مساله اصلی پژوهش حاضر بررسی میزان برخورداری دانشجویان دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد خوراسگان از مهارت کارآفرینی به‌عنوان یکی از قابلیت‌های اشتغال‌زای بازار کار است. بنابراین پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به سوالات زیر است:

۱- از نظر مدیران و صاحبان صنایع فرهنگ کار به چه میزان اهمیت دارد و شامل چه نشانه‌هایی است؟

۲- نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی علوم انسانی دانشگاه‌های اصفهان و آزاد خوراسگان در رشته‌های علوم انسانی، در حوزه قابلیت کارآفرینی چگونه است؟

۳- دانشجویان دانشگاه اصفهان به چه میزان از مهارت کارآفرینی برخوردارند؟

۴- دانشجویان دانشگاه آزاد خوراسگان به چه میزان از مهارت کارآفرینی برخوردارند؟

۵- آیا بین دانشجویان رشته‌های روانشناسی، مشاوره، حقوق، حسابداری، اقتصاد، برنامه‌ریزی شهری، برنامه‌ریزی آموزشی، مدیریت آموزشی، مدیریت بازرگانی و مدیریت دولتی تفاوت معنی‌داری در میزان برخورداری از قابلیت کارآفرینی وجود دارد؟

۶- آیا بین دانشجویان ارشد و دکتری تفاوت معنی‌داری در میزان برخورداری از قابلیت کارآفرینی وجود دارد؟

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

۷- آیا بین دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری در میزان برخورداری از قابلیت کارآفرینی وجود دارد؟

روش پژوهش

روش پژوهش از نوع آمیخته - اکتشافی بود. جامعه و نمونه آماری پژوهش شامل دو گروه صاحبان و مدیران صنایع و دانشجویان تحصیلات تکمیلی علوم انسانی دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد خوراسگان هستند. برای آشنایی با مدیران صنایع و شرکت‌های برتر با مراجعه به سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان، ۱۸ نفر معرفی شدند که از این تعداد با ۱۵ مدیر و کارفرمای صنایع و شرکت‌های برتر مصاحبه انجام شد. جامعه آماری دانشجویان شامل دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد خوراسگان در رشته‌های روانشناسی، مشاوره، حقوق، حسابداری، اقتصاد، برنامه‌ریزی شهری، برنامه‌ریزی آموزشی، مدیریت آموزشی، مدیریت بازرگانی و مدیریت دولتی است که در سال تحصیلی ۹۱-۹۲ دانشجو و مشغول به تحصیل بودند که به تفکیک در دانشگاه اصفهان ۷۲۶ نفر و در دانشگاه آزاد خوراسگان ۱۶۲۰ نفر بودند و جمعاً ۲۳۴۶ نفر می‌شدند. در این پژوهش با توجه به هدف آن، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده شد. این نوع نمونه‌گیری وقتی به کار می‌رود که جامعه دارای ساخت همگن و متجانس نیست. یعنی در این روش درصد آزمودنی‌هایی که به صورت تصادفی از هر گروه انتخاب می‌شوند با درصد همان گروه در جامعه موردنظر برابر است. بدین صورت از بین کلیه دانشجویان مذکور، تعداد ۳۳۱ نفر به‌عنوان حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان مشخص گردید. در این روش پژوهشگر نمونه پژوهشی خود را به‌گونه‌ای انتخاب کرد که مطمئن شود زیرگروه‌ها با همان نسبتی که در جامعه وجود دارند به‌عنوان نماینده جامعه، در نمونه نیز حضور داشته باشند.

ابزار پژوهش

پس از تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌های صورت‌گرفته و شناسایی مهم‌ترین نشانه‌های کارآفرینی، به‌منظور بررسی میزان برخورداری دانشجویان از این نشانگان پرسشنامه‌ای مبتنی بر خوداظهاری پاسخ‌گویان توسط محققان طراحی و تدوین شد. اعتبار این ابزار براساس اعتبار محتوایی^۱ سنجیده شد. در واقع، پژوهشگر پس از مرور ادبیات و مشاوره با متخصصان برنامه‌ریزی آموزشی مطمئن شد که سوالات گنجانده شده در پرسش‌نامه، با مفهوم مندرج در هر قابلیت

1. Content validity

مربوط است و مجموع نمرات افراد در هر مقیاس نشان‌دهنده میزان توانایی آن‌ها در قابلیت مورد نظر است. برای محاسبه پایایی آن نیز از روش آلفای کرونباخ^۱ در یک نمونه ۳۰ نفره استفاده شد که برابر با ۰/۸۳ به دست آمد. لازم به ذکر است نشانگان کارآفرینی موردنظر صاحبان و مدیران صنایع شامل این موارد است: اتخاذ راه‌حل‌های نوآورانه و مبتکرانه در مسائل جدید، توانایی برقراری ارتباط حسنه با دیگران، پاسخ‌گویی، تعهد و مسئولیت‌پذیری نسبت به خود و دیگران، داشتن اعتماد بنفس بالا، برخورداری از روحیه ریسک‌پذیرانه است.

نتیجه‌گیری

به‌منظور بررسی سوالات پژوهش، نتایج مربوط به هریک از سوالات به‌طور کلی در جداول (۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷) ارائه گردیده است.

- از نظر مدیران و صاحبان صنایع، کارآفرینی به چه میزان اهمیت دارد و شامل چه نشانه‌هایی هستند؟

امروزه کارآفرینی یکی از دغدغه‌های اصلی بسیاری از مدیران سازمان‌ها محسوب می‌شود. استفاده از افکار و ایده‌های نوآور کارکنان کارآفرین می‌تواند منشاء تحولات عظیمی در سازمان‌ها و نیز به حرکت درآوردن چرخه‌های توسعه اقتصادی کشور شود. از سوی دیگر، با نگاهی گذرا به بسیاری از سازمان‌های موفق در خواهیم یافت که آنان برای برتری جستن در عرصه رقابت‌های جهانی و کسب سهم عمده‌ای از بازار کسب و کار، با بسط رفتار و فرهنگ کارآفرینی در تمام لایه‌های سطوح سازمانی، اختصاص اعتبارات مالی، ایجاد انگیزه، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری-ها، حمایت مدیران و ایجاد تیم‌های کارآفرینی در سازمان، منجر به ایجاد فرصت‌های جدید تجاری و تحرک بیشتر در بازارهای جهانی شده‌اند. در واقع می‌توان گفت که کارآفرینی یک عامل کلیدی و پلی مابین نوآوری و توسعه اقتصادی قلمداد می‌شود و کارکنان متخصص و کارآمد نیز بازوان توانمند مدیران سازمان‌ها به‌شمار می‌آیند که موجب غلبه بر شرایط نامطلوب محیط و رهایی سازمان از بن‌بست مشکلات و دستیابی به راه‌حل‌های جدید و ارتقا کیفیت تولید در رقابت‌های فشرده جهانی می‌شوند و از این طریق سازمان‌ها می‌توانند بخش‌های عمده‌ای از بازارهای جهانی را به تسخیر خویش درآورند و سازمان‌های دیگری هم که توان رقابت را ندارند از صحنه حذف می‌گردند. در نتیجه می‌توان از کارآفرینی به‌عنوان یکی از قابلیت‌های موردانتظار صاحبان صنایع یاد کرد. تعدادی از مصاحبه‌شوندگان کارآفرینی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

قابلیت‌های موردانتظار بازار کار مطرح کرده‌اند. برخی از پاسخ‌دهندگان درباره اهمیت کارآفرینی و نشانه‌های موردنیاز آن می‌گویند:

۱- موفقیت هر نوع شرکتی تا حد زیادی وابسته به افرادی است که فرصت‌ها را در موقعیت کاری خود شناسایی می‌کنند. واقعاً کارمندی هستند که از دل موقعیت‌های مخاطره‌آمیز فرصت پیدا می‌کنند، با شرایط به‌راحتی کنار می‌آیند و اصلاً شرایط بد کاری روی راندمان کاری که انجام می‌دهند تاثیر نمی‌گذارد. این‌طور کارمندان سبب رشد حرفه‌ای شرکت می‌شوند (مصاحبه‌شونده، شماره ۲).

۲- افرادی هستند که با اعتقادی به توانایی خود در مواجهه با انواع مخاطراتی که در موقعیت شغلی‌شان هست دارند، موفق عمل می‌کنند. واقعاً ریسک کردن توانایی می‌خواهد، اعتماد به‌نفس بالا و ایمان به توانایی‌های خود می‌خواهد. این کارمندی که در شرکت ما ریسک‌پذیری بالایی دارند، من پیش‌بینی می‌کنم آینده کاری روشنی داشته باشند. من خودم از ریسک کردن می‌ترسیدم و حتی امروز هم تاثیرات روحیات را در کارم می‌بینم (مصاحبه‌شونده، شماره ۷).

۳- سنت‌شکنی همه‌جا خوب نیست. من معتقدم هر کاری اصولی دارد و کارمندان باید طبق اصول حرفه‌ای کار پیش بروند. البته انعطاف را می‌پذیرم ولی به هم ریختگی و بی‌نظمی و ساختارشکنی با بهانه کار با کیفیت‌تر را خیر (مصاحبه‌شونده، شماره ۱۱).

۴- آدم‌ها وقتی دور هم جمع می‌شوند به مرور یک خانواده را تشکیل می‌دهند. الان ما همگی در این شرکت بزرگ یک خانواده شغلی بزرگ هستیم. من می‌طلبم که اعضای این خانواده همیشه برای هم احترام قائل باشند، وظایف خود را به درستی انجام دهند، نسبت به همدیگر تعهد داشته باشند همان‌گونه که ما در خانه خود نسبت خانواده‌مان متعهد هستیم، مسئولیت‌های خود را به‌درستی انجام می‌دهیم، این‌مکان را نیز خانه خود بدانیم (مصاحبه‌شونده، شماره ۱۵).

با توجه به مهم بودن مولفه کارآفرینی از سوی صاحبان صنایع، در ادامه به‌سطح برخورداری دانشجویان علوم انسانی دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد خوراسگان براساس نشانگان موردنیاز این قابلیت اشتغال‌زا می‌پردازیم.

جدول ۱. مشخصه‌های توصیفی متغیرها

نشانگان کارآفرینی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
اتخاذ راه‌حل‌های نوآورانه و مبتکرانه در مسائل جدید	۳۳۱	۳,۲۴	۸۲	۶۸
توانایی برقراری ارتباط حسنه با دیگران	۳۳۱	۳,۲۷	۸۷	۷۶
پاسخ‌گویی، تعهد و مسئولیت‌پذیری نسبت به خود و دیگران	۳۳۱	۳,۳۴	۸۹	۹۷
داشتن اعتماد به‌نفس بالا	۳۳۱	۳,۲۳	۹۸	۷۹
برخورداری از روحیه ریسک‌پذیرانه	۳۳۱	۰,۵۲	۱,۱۷	۱,۳۹
میانگین کل مولفه کارآفرینی	۳۳۱	۱	۰,۷۵	۲,۸۳

جدول ۲. فاصله بین نشانه‌های کارآفرینی در دانشجویان و انتظارهای مدیران

ارزش: 3.5^1					t	دانشگاه
سطح اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی		
حد بالا	حد پایین					
-۰/۱۳	-۰/۴۳	-۰/۲۸	۰/۰۰۱	۱۰۴	-۳/۸۶	دانشگاه اصفهان
-۰/۳۲	-۰/۵۲	-۰/۴۲	۰/۰۰۱	۲۲۵	-۸/۵۴	دانشگاه خوراسگان

پژوهشگر در این آزمون به دنبال شناسایی نیازهای آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه اصفهان و خوراسگان بوده است که نتیجه موردنظر از طریق تعیین فاصله بین انتظارهای مدیران و قابلیت‌های دانشجویان به دست می‌آید. نتایج آزمون در دانشگاه اصفهان ($t=۳/۸۶$ و $p=۰/۰۰۱$) گویای آن است که میانگین خرده‌مقیاس کارآفرینی گروه نمونه (۳/۲۱) و میانگین فرضی (۳/۵) تفاوت معناداری با یکدیگر داشته است. در دانشگاه خوراسگان نتایج آزمون ($t=-۸/۵۴$ و $p=۰/۰۰۱$) گویای آن است که میانگین خرده‌مقیاس کارآفرینی گروه نمونه (۳/۰۷) و میانگین فرضی (۳/۵) تفاوت معناداری با یکدیگر داشته است. علاوه بر این همان‌گونه که از ستون‌های آخر جدول مشاهده می‌شود، اختلاف میانگین در سطح اطمینان ۹۵ درصد در یک طرف صفر قرار دارند، که این نتیجه نیز نشان می‌دهد میانگین نمره نشانگان کارآفرینی دو گروه با هم یکسان نیست و یا این که هرکدام از میانگین متفاوتی برخوردار هستند. پس می‌توان گفت که بین قابلیت کارآفرینی در دانشجویان و انتظارهای مدیران تفاوت معناداری وجود دارد و این تفاوت بیان‌کننده کمتر بودن نمرات دانشجویان نسبت به انتظارات مدیران است.

جدول ۳. مقایسه نمرات کارآفرینی دانشجویان بر مبنای دانشگاه

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	
۱۱۱.	۲/۵۵	۳۶/۰۳	۱	۳۶/۰۳	بین گروهی
		۱۴/۱۱	۳۲۹	۴۶۴۳/۹	درون گروهی
			۳۳۰	۴۶۷۹/۹۴	کل

پژوهشگر در این آزمون به دنبال مقایسه سطح برخورداری دانشجویان از قابلیت کارآفرینی در دو دانشگاه بوده است. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود بین قابلیت کارآفرینی

۱. در پژوهش حاضر در آزمون تی تک متغیره، ارزش برابر با سه و نیم در نظر گرفته شد. اگر پنج که بیشترین ارزش پرسش‌نامه است، برابر با بیست تصور شود، سه و نیم حدود چهارده می‌شود که میانگین فرضی متناسبی است. اما اگر برابر با سه فرض شود، از بیست حدود دوازده می‌شود که انتظار پایینی از دانشجوی تحصیلات تکمیلی است.

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

دانشجویان دانشگاه اصفهان و خوراسگان، تفاوت معناداری وجود ندارد ($p > 0/05$). اگرچه دانشجویان دانشگاه اصفهان نمرات بیشتری را در این متغیر دارند ولی تفاوت بین دو گروه معنادار نبوده است.

جدول ۴. مقایسه نمرات کارآفرینی دانشجویان بر مبنای رشته تحصیلی

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰/۰۰۰۱	۱۹/۷	۱۸۵/۰۴	۹	۱۶۶۵/۳۸	بین گروه
		۹/۳۹	۳۲۱	۳۰۱۴/۵۵	درون گروه
			۳۳۰	۴۶۷۹/۹۴	کل

پژوهشگر در این آزمون به دنبال مقایسه سطح برخورداری دانشجویان در ده رشته مورد پژوهش از قابلیت کارآفرینی بوده است. همان‌طور که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود با توجه به F به دست آمده و سطح معناداری تفاوت معناداری بین قابلیت ارتباطات دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی وجود دارد ($p > 0/05$). برای مقایسه زوجی گروه‌ها از آزمون تعقیبی بونفرنی استفاده می‌شود.

جدول ۵. آزمون تعقیبی بونفرنی برای مقایسه زوجی

95% فاصله اطمینان	سطح معناداری		خطای استاندارد	تفاوت میانگین		
	حد بالا	حد پایین				
-۲/۰۹	-۶/۲۲	۰/۰۰۰۱	۰/۶۲	-۴/۱۶	روانشناسی	برنامه‌ریزی آموزشی
-۵/۸۹	-۱۳/۷۷	۰/۰۰۰۱	۱/۱۹	۹/۸۳	مدیریت بازرگانی	
-۰/۳۳	-۶/۶۸	۰/۰۱۴	۰/۹۶	-۳/۵۱	مدیریت دولتی	
-۰/۷۴	-۸/۳	۰/۰۰۰۱	۰/۶۹	-۶/۰۲	اقتصاد	
-۱/۹	-۶/۴۴	۰/۰۰۰۱	۰/۶۸	-۴/۱۷	حسابداری	
-۹/۷	-۸/۱۸	۰/۰۰۰۲	۱/۰۹	-۴/۵۸	حقوق	
-۳/۹۷	-۸/۱۳	۰/۰۰۰۱	۰/۶۳	-۶/۰۵	برنامه‌ریزی شهری	
-۱/۴۱	-۹/۷۴	۰/۰۰۱	۸۱/۲۶	-۵/۵۸	برنامه‌ریزی آموزشی	مدیریت آموزشی
-۱/۳۱	-۵/۷	۰/۰۰۰۱	۰/۶۶	-۳/۵۱	مشاوره	
-۵/۱۷	-۱۳/۱۹	۰/۰۰۰۱	۱/۲۱	-۹/۱۸	مدیریت بازرگانی	
-۲/۹۷	-۷/۷۷	۰/۰۰۰۱	۰/۷۲	-۵/۳۷	اقتصاد	
-۱/۱۳	-۵/۹۱	۰/۰۰۰۱	۰/۷۲	-۳/۵۲	حسابداری	
-۰/۲۵	-۷/۶۱	۰/۰۲۳	۱/۱۱	-۳/۹۳	حقوق	
-۳/۱۹	-۷/۶	۰/۰۰۰۱	۱/۶۷	-۵/۴	برنامه‌ریزی شهری	
-۰/۷	-۹/۱۶	۰/۰۰۰۷	-۱/۲۸	-۴/۹۳	برنامه‌ریزی آموزشی	روانشناسی

۶/۲۲	۲/۰۹	۰/۰۰۰۱	۰/۶۲	-۴/۱۶	مدیریت آموزشی	
۵/۷	۱/۳۱	۰/۰۰۰۱	۰/۶۶	۳/۵۱	مشاوره	
-۱/۹۱	-۹/۴۳	۰/۰۰۰۱	۱/۱۴	-۵/۶۷	مدیریت بازرگانی	
۰/۸۴	-۳/۸۱	۰/۰۸۱	۰/۵۹	-۱/۸۶	اقتصاد	
-۰/۱۸	-۳/۶۰	۰/۰۱۴	۰/۵۱	-۱/۸۹	برنامه‌ریزی شهری	
۱۳/۷۷	۵/۸۹	۰/۰۰۰۱	۱/۱۹	۹/۸۳	مدیریت آموزشی	مشاوره
۱۳/۱۹	۵/۱۷	۰/۰۰۰۱	۱/۳۱	۹/۱۸	روانشناسی	
۹/۴۳	۱/۹۱	۰/۰۰۰۱	۱/۱۴	۵/۶۷	مدیریت بازرگانی	
۱۰/۷۹	۱/۸۵	۰/۰۰۰۱	۱/۳۵	۶/۳۲	مدیریت دولتی	
۹/۵۳	۱/۷۸	۰/۰۰۰۱	۱/۱۷	۵/۶۵	حسابداری	
۱۰/۰۳	-۰/۴۶	۰/۰۱۶	۱/۴۵	۵/۲۵	حقوق	
۷/۵۴	-۰/۰۱	۰/۱۴۸	۱/۱۴	۳/۷۷	برنامه‌ریزی شهری	
۰/۶۸	۰/۳۳	۰/۰۱۴	۰/۹۶	۳/۵۱۱	مدیریت آموزشی	مدیریت بازرگانی
-۱/۸۵	-۱۰/۷۹	۰/۰۰۰۱	۱/۳۵	-۶/۳۲	مدیریت دولتی	
۸/۳	۳/۷۴	۰/۰۰۰۱	۰/۶۹	۶/۰۲۵	مدیریت آموزشی	مدیریت دولتی
۷/۷۷	۲/۹۷	۰/۰۰۰۱	۰/۷۲	۵/۳۷	روانشناسی	
۶/۴۴	۱/۹	۰/۰۰۰۱	۰/۶۸	۴/۱۷	مدیریت آموزشی	اقتصاد
۵/۹۱	۱/۱۳	۰/۰۰۰۱	۰/۷۲	۳/۵۲	روانشناسی	
-۱/۴۸	-۹/۵۳	۰/۰۰۰۱	۱/۱۷	-۵/۶۵	مدیریت بازرگانی	
۸/۱۸	۰/۹۷	۰/۰۰۲	۱/۰۹	۴/۵۸	مدیریت آموزشی	حسابداری
۷/۶۱	۰/۲۵	۰/۰۲۳	۱/۱۱	-۳/۹۳	روانشناسی	
-۰/۴۶	-۱۰/۰۳	۰/۰۱۶		-۵/۲۵	مدیریت بازرگانی	
۸/۱۳	۳/۹۷	۰/۰۰۰۱	۰/۶۳	۶/۰۵	روانشناسی	حقوق
۷/۶۱	۳/۱۹	۰/۰۰۰۱	۰/۶۷	۵/۴	مشاوره	
۳/۶	۰/۱۸	۰/۰۱۴	۰/۵۱	۱/۸۹	مدیریت بازرگانی	
-۰/۰۱	-۷/۵۴	۰/۰۴۸	۱/۱۴	-۳/۷۷	مدیریت دولتی	
۹/۷۴	۱/۴۱	۰/۰۰۱	۱/۲۶	۵/۵۸	مدیریت آموزشی	
۹/۱۶	۰/۷	۰/۰۰۷	۱/۲۸	۴/۹۳	روانشناسی	برنامه‌ریزی شهری

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود بین نمرات کارآفرینی دانشجویان برنامه‌ریزی آموزشی و روان‌شناسی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان روان‌شناسی نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان برنامه‌ریزی آموزشی و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت بازرگانی نمرات بیشتری دارند. همچنین بین دانشجویان برنامه‌ریزی

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

ریزی آموزشی و مدیریت دولتی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت دولتی نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان برنامه‌ریزی آموزشی و اقتصاد تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان اقتصاد نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان برنامه‌ریزی آموزشی و حسابداری تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان حسابداری نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان برنامه‌ریزی آموزشی و حقوق تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان حقوق نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان برنامه‌ریزی آموزشی و برنامه‌ریزی شهری تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان برنامه‌ریزی شهری نمرات بیشتری دارند. ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و روان‌شناسی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت آموزشی نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و مشاوره تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مشاوره نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت بازرگانی نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و اقتصاد تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان اقتصاد نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و حسابداری تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان حسابداری نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و حقوق تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان حقوق نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت آموزشی و برنامه‌ریزی شهری تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان برنامه‌ریزی شهری نمرات بیشتری دارند. ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان روان‌شناسی و مشاوره تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مشاوره نمرات بیشتری دارند. همچنین بین دانشجویان روان‌شناسی و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت بازرگانی نمرات بیشتری دارند. همچنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان روان‌شناسی و اقتصاد تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو

گروه می‌توان گفت دانشجویان اقتصاد نمرات بیشتری دارند. هم‌چنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان روان‌شناسی و برنامه‌ریزی شهری تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان برنامه‌ریزی شهری نمرات بیشتری دارند. ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان روان‌شناسی و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مشاوره نمرات بیشتری دارند. هم‌چنین بین دانشجویان مشاوره و حسابداری تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مشاوره نمرات بیشتری دارند. هم‌چنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مشاوره و حقوق تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مشاوره نمرات بیشتری دارند ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت بازرگانی و مدیریت دولتی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت دولتی نمرات بیشتری دارند ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت دولتی و مدیریت آموزشی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت دولتی نمرات بیشتری دارند. هم‌چنین بین نمرات کارآفرینی دانشجویان مدیریت دولتی و روان‌شناسی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت دولتی نمرات بیشتری دارند ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان اقتصاد و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان اقتصاد نمرات بیشتری دارند ($p < 0/05$).
بین نمرات کارآفرینی دانشجویان حسابداری و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان مدیریت بازرگانی نمرات بیشتری دارند ($p < 0/05$).

بین نمرات کارآفرینی دانشجویان حقوق و مدیریت بازرگانی تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به میانگین دو گروه می‌توان گفت دانشجویان حقوق نمرات بیشتری دارند ($p < 0/05$).

جدول ۶. مقایسه قابلیت کارآفرینی بر مبنای مقطع تحصیلی

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰/۰۱۴	۶/۱	۲/۸۵	۱	۲/۸۵	بین گروه
		۱۳/۹۶	۳۲۹	۴۵۹۴/۷۳	درون گروه
			۳۳۰	۴۶۷۹/۹۴	کل

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

پژوهشگر در این آزمون به دنبال مقایسه سطح برخورداری دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری از قابلیت کارآفرینی بوده است. همان‌طور که در جدول ۱۲ مشهود است بین کارآفرینی دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری، تفاوت معنادار وجود دارد ($p < 0/05$). با توجه به جدول، میانگین دانشجویان ارشد در حد معناداری بالاتر است.

جدول ۷. مقایسه قابلیت کارآفرینی دانشجویان بر مبنای جنس

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
۴/۵۸	۱	۴/۵۸	۰/۳۲	۰/۵۷
۴۶۷۵/۳۵	۳۲۹	۱۴/۲۱		
۴۶۷۹/۹۴	۳۳۰			

پژوهشگر در این آزمون به دنبال مقایسه سطح برخورداری دانشجویان پسر و دختر از قابلیت کارآفرینی بوده است. همان‌طور که در جدول ۱۴ مشهود است بین کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر، تفاوت معنادار وجود ندارد ($p < 0/05$). با توجه به جدول، اگرچه میانگین دانشجویان پسر بالاتر از دانشجویان دختر است، ولی تفاوت بین این دو معنادار نبوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

با نگاهی گذرا به بسیاری از سازمان‌های موفق در خواهیم یافت که آنان برای برتری جستن در عرصه رقابت‌های جهانی و کسب سهم عمده‌ای از بازار کسب و کار، با بسط رفتار و فرهنگ کارآفرینی در تمام لایه‌های سطوح سازمانی، اختصاص اعتبارات مالی، ایجاد انگیزه، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها، حمایت مدیران و ایجاد تیم‌های کارآفرینی در سازمان، منجر به ایجاد فرصت‌های جدید تجاری و تحرک بیشتر در بازارهای جهانی شده‌اند. در واقع می‌توان گفت که کارآفرینی یک عامل کلیدی و پلی مابین نوآوری و توسعه اقتصادی قلمداد می‌شود و کارکنان متخصص و کارآمد نیز بازوان توانمند مدیران سازمان‌ها به‌شمار می‌آیند که موجب غلبه بر شرایط نامطلوب محیط و رهایی سازمان از بن‌بست مشکلات و دستیابی به راه‌حل‌های جدید و ارتقا کیفیت تولید در رقابت‌های فشرده جهانی می‌شوند و از این طریق سازمان‌ها می‌توانند بخش‌های عمده‌ای از بازارهای جهانی را به تسخیر خویش درآورند و سازمان‌های دیگری هم که توان رقابت را ندارند از صحنه حذف می‌گردند. با توجه به این نکته، یکی از رسالت‌های مهم آموزش عالی دانشجویانی با قابلیت کارآفرینی است. بنابراین در این پژوهش قصد محقق مقایسه کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و خوراسگان در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری بود که

یافته‌ها نشان داد میانگین خرده‌مقیاس کارآفرینی گروه نمونه (۳/۱۳) و میانگین فرضی (۳/۵) تفاوت معناداری با یکدیگر داشته‌اند و این مطلب موید این است که دانشجویان هر دو دانشگاه از نظر برخورداری از قابلیت کارآفرینی با انتظارات مدیران فاصله داشتند در نتیجه در این مولفه دارای نیاز هستند.

هم‌چنین تفاوتی در دانشجویان دو دانشگاه دولتی و آزاد مشاهده نشده است. این مطلب حاکی از این است که نوع دانشگاه و کیفیت آن نتوانسته است بر میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان تأثیری بگذارد. در زمینه مقایسه دانشگاه آزاد و دولتی در میزان برخورداری از قابلیت کارآفرینی تاکنون پژوهشی صورت نگرفته است اما متخصصان دانشگاه‌های دولتی مدعی هستند دانشجویانی پرورش می‌دهند که دارای توانمندی‌هایی بیشتر در مقایسه با دانشجویان دانشگاه‌های آزاد هستند (محسنی، ۱۳۸۳) و این امر با یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر عدم تفاوت در دانشگاه دولتی و آزاد در تضاد است.

نتایج این پژوهش نشان داد رشته تحصیلی در میزان برخورداری دانشجویان از قابلیت کارآفرینی موثر است. بدین صورت که دانشجویان مشاوره دارای بالاترین میانگین و دانشجویان برنامه‌ریزی شهری دارای پایین‌ترین میانگین در این مولفه بودند. این مطلب نشانگر این است که کارآفرینی، مقوله‌ای وابسته به رشته تحصیلی بوده و با پژوهش پورکاملی (۱۳۸۸) هم‌خوان است.

هم‌چنین پژوهش حاضر نشان داد که میان دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری در میزان برخورداری از کارآفرینی تفاوت وجود دارد و نکته جالب این‌جاست که بالا رفتن مقطع تحصیلی نتوانسته است در میزان برخورداری دانشجویان از این قابلیت برتری ایجاد کند و دانشجویان کارشناسی ارشد دارای کارآفرینی بالاتری بودند. این مطلب حاکی از این است که آموزش عالی نتوانسته است در این زمینه عملکرد مورد توجهی داشته باشد که با پژوهش معیدفر (۱۳۸۵) هم‌خوان است. در خصوص این تفاوت معنی‌دار شاید بتوان گفت از آن‌جایی که کارشناسی ارشد اولین دوره تحصیلات تکمیلی است و دانشجو با ورود به این دوره وارد دنیای جدیدی شده و به این دلیل که هنوز با چالش‌های زیادی مواجه نشده است مشتاقانه‌تر فعالیت کرده، مدام به دنبال یادگیری است، کنجکاوی بالایی دارد، در مولفه کارآفرینی نمرات بالاتری را کسب کردند.

در این پژوهش هم‌چنین تفاوت معنی‌داری میان دختر و پسر در میزان برخورداری از کارآفرینی مشاهده نشد که با یافته‌های توسلی (۱۳۸۷) مبنی بر عدم تفاوت میان زن و مرد در میزان برخورداری از قابلیت‌ها هم‌خوان است و با تحقیقات نورمی و پاسیو (۲۰۰۷) که برای درک چالش‌ها در دانشگاه انجام شد و به بررسی توانمندی‌ها برحسب جنس پرداخت و تفاوت دختران و پسران را در این مقوله، متفاوت مشاهده کرد ناهم‌خوان دانست.

بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای...

در نهایت برای بیان اهمیت کارآفرینی باید گفت که این قابلیت نه تنها دستیابی به اهداف عمومی آموزش عالی را تسهیل می‌کند هم‌چنین باعث اشتغال و جلب رضایت کارفرما و در نهایت موفقیت شغلی فرد خواهد شد. پس آموزش عالی می‌تواند با آموزش این قابلیت، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت کاری آینده فرد داشته باشد. وجود افراد کارآفرین و توسعه‌گرا موجب پرورش روحیه کارآفرینی و ایجاد محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها می‌گردد که می‌توانند با ارائه چشم‌اندازی مناسب از آینده، هوشیارانه با چالش‌های سازمانی مواجه شوند و با کسب سهم عمده‌ای از بازارهای کسب و کار در بازارهای جهانی، کشور را به سوی پایداری و ثبات سوق دهند. نکته آخر این‌که آموزش (نهاد دانشگاه) تنها یک جزء از سیستم توسعه کارآفرینی است. این‌رو، آموزش‌های کارآفرینی در صورتی اثربخش هستند که با سایر اقدامات ترغیب‌کننده و تسهیل‌کننده هم‌چون تاسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، ایجاد انکوباتورها تکنولوژی، حمایت‌های دولت و تصویب قوانین و مقررات لازم و شفاف همراه باشند. در نهایت به محققانی که علاقمندند در زمینه کارآفرینی به تحقیق بپردازند پیشنهاد می‌شود به دلیل جایگاه بسیار مهم کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی جامعه، نشانگان کارآفرینی را در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها بررسی نماید و در پی آسیب‌شناسی و شناسایی عواملی که باعث به‌دست آمدن یافته‌های پژوهش حاضر شده است، برآیند. افزون بر این، عوامل دیگری را به‌عنوان نشانگان کارآفرینی مورد بررسی قرار دهند و به بررسی زمینه‌های دیگر تاثیرگذار بر ارتقاء کارآفرینی نظیر خانواده، رسانه گروهی و ساختار سازمانی دانشگاه بپردازند و کارآفرینی را در سایر رشته‌ها تحصیلی نیز بررسی کنند. این پژوهش با محدودیت‌هایی از جمله محدود کردن قابلیت کارآفرینی به پنج نشانگان، بررسی دانشجویان تحصیلات تکمیلی و عدم تعمیم به دوره کارشناسی و بررسی دانشجویان دانشگاه اصفهان و خوراسگان و عدم تعمیم یافته‌ها به دیگر دانشگاه‌ها روبرو بوده است.

منابع

- احمد پورداریانی، محمود. (۱۳۷۸). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران شرکت پردیس.
- حسن مرادی، نرگس. (۱۳۸۲). کارآفرینی چالش جدید مدیریت آموزشی، فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش شماره ۳۳-۳۴.
- خوشنویسان، فاطمه. (۱۳۸۸). بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های اصفهان در حوزه قابلیت‌های عام اشتغالزای موردانتظار بازارکار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه اصفهان.

مریدی، سیاوش. (۱۳۷۹). فرصت‌ها و محدودیت‌های کارآفرینی در اقتصاد ایران. مجله تدبیر. شماره ۱۰۹ صفحه ۲۶.

کاظمی، م؛ ارجمندی‌نژاد، ا. (۱۳۸۹). بررسی کارآفرینی درون سازمانی با استفاده از مدل استیونسون اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز.

صالحی عمران، ابراهیم و چهارباشلو، حسین. (۱۳۹۰). بررسی روابط دانشگاه و صنعت در ایران: مطالعه تطبیقی با توجه به تجربیات کشورهای موفق، همایش بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی، صنعت و دانشگاه، کردستان: دانشگاه کردستان.

- Brennan, M. C., & McGowan, P. (2006). Academic entrepreneurship: an exploratory case study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(3), 144-164.
- Edwards, L. J., & Muir, E. J. (2015). Promoting entrepreneurship at the University of Glamorgan through formal and informal learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 613-626.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Gurol, Y. and Astan, N. (2006). *Entrepreneurship characteristics amongst university students*, Education + Training, 1. pp. 25-38
- Heinonen, J., & Poikkijoki, S. A. (2007). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of management development*, 25(1), 80-94.
- Hytti, U., Stenholm, P., Heinonen, J., & Seikkula-Leino, J. (2010). Perceived learning outcomes in entrepreneurship education: The impact of student motivation and team behaviour. *Education+ Training*, 52(8/9), 587-606.
- Lazear, Edward P. (2005). *Entrepreneurship*, *Journal of Labor Economics* 23. 649-680.
- Osmana, S, H, Hamid, A, Hassan (2009), *Standard setting: inserting domain of the 21st century thinking skills into the existing science curriculum in Malaysia*. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 1, 2573–2577.
- Rosenberg, S. Heimler, R. & Morote, E. S. (2012). Basic employability skills: a triangular approach. *Education and Training*, 54(1), 7-20.
- Smith, A. et al (2006). *Embedding new entrepreneurship programs in UK higher education institution*, Education + Training, 8. pp. 555- 567
- Startiene, G., & Remeikiene, R. (2015). The influence of demographical factors on the interaction between entrepreneurship & unemployment. *Engineering Economics*, 64(4).
- Zerbinati, S. and Souitaris, V. (2004). *Entrepreneurship in the public sector: A framework of analysis in European local governments*, Faculty of Management, UK.