

بررسی روش‌های تقویت کارآفرینی در دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول

محمدتقی کریمیان : محمد تقی کریمیان عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول
عرفان پورقاز : دانشجوی ترم آخر رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول
فریبا امیرلطیفی : کارشناس ارشد و عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرگان
فرهاد آقچه‌لی : دانشجوی ترم آخر رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول
محمد جرجانی : دانشجوی رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول

چکیده :

جدیدت در کارآفرین شدن فارغ‌التحصیلان دانشگاهی مستلزم این است که نظام آموزشی ما به سوی هدایت شود که خروجی دانشگاه‌ها یعنی افرادی که فارغ‌التحصیل می‌شوند ویژگی‌های کارآفرین را داشته باشند. در این راستا، نظام آموزشی دانشگاه نقش اصلی را به خصوص در مقاطع کارشناسی و بالاتر ایفا می‌کند. چشم انداز اصلی این است که در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها رغبت ایجاد کنیم که به تفکر خلاق و کارآفرینی بپردازند. در این راستا، ارائه دروس کارآفرینی، بکارگیری اساتید آموزش دیده در زمینه‌ی کارآفرینی، برگزاری سمینارهای حین تحصیل در زمینه‌ی کارآفرینی، نقش دروس تخصصی در ایجاد فرصت‌های شغلی و مواردی چون ایجاد نوآوری و خلاقیت، ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، ایجاد اعتماد به نفس در دانشجویان، استفاده از تجارب موفق کارآفرینان استانی و کشوری در دانشگاه‌ها، بسترسازی در زمینه‌ی اعطای منابع مالی مناسب و راهکارهای اشاعه فرهنگ کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه از طریق برپایی جشنواره کارآفرینی، برگزاری همایش کارآفرینی در دانشگاه، تجلیل از کارآفرینان دانشگاهی برای الگوگیری دانشجویان از جمله راهبردهای تقویت کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه می‌باشد.

در این مقاله تلاش می‌شود ضمن پرداختن به مباحث فوق، نقش عواملی چون دروس تخصصی گذرانده شده، در اختیار گذاشتن منابع مالی مناسب، مراکز مشاوره‌ی آموزش کارآفرینی در دانشگاه، اشاعه فرهنگ کارآفرینی و میزان آشنایی دانشجویان با مواردی چون نحوه‌ی به ثبت رساندن شرکت، مراحل راه‌اندازی کسب و کار، آشنایی با مقررات حمایتی و سایر موارد در بین دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول مورد بررسی قرار گیرد و نهایتاً راهکارهای کاربردی برای تقویت کارآفرینی در دانشجویان فوق ارائه گردد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرین، کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی، راه‌اندازی کسب و کار، تقویت کارآفرینی

مقدمه :

هدف اولیه از توسعه آموزش کارآفرینی همانا تربیت دانشجویان متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و بطور کلی افرادی که تمایل به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، می‌باشد. به عبارت دیگر دانشجویان در طی دوران تحصیل بتوانند با دریافت آموزش‌های لازم موسس تربیت شوند.

در ایران، آموزش کارآفرینی یکی از برنامه‌های راهبردی در ایجاد فرصت‌های شغلی و با هدف تربیت افراد کارآفرین موضوع بدیع و جدیدی است. آموزش کارآفرینی سیاستی است که بطور مستقیم بر کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل است که بسیاری از کشورهای پیشرفته که حتی الامکان موانع و مشکلات اجرایی را برطرف نموده‌اند، به شکوفایی توان بالقوه مخاطبان کارآفرینی از جمله دانش‌آموختگان دانشگاهی پرداخته‌اند. در ایران با توجه به جوان بودن جمعیت و تعداد کثیر فارغ‌التحصیلان بیکار و از آنجایی که حل معضل اشتغال مطابق برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای دولت جمهوری اسلامی ایران از اهمیت فراوانی برخوردار است. لذا

ضرورت دارد از شیوه های آموزش کارآفرینی که یکی از موفق ترین روشهای توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال می باشد، استفاده نمود.

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری برای تقویت و گسترش کارآفرینی در دانشگاهها، آیین نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور (کاراد) را تدوین نموده تا ساختار دانشگاهها کالبدی متفاوت با گذشته پیدا کنند و با انجام فعالیت های آموزشی، پژوهشی، ترویجی و مشاوره ای کارآفرینی، به کارکردهای نظام آموزش عالی روح تازه ای دمیده شود.

مبانی نظری تحقیق

علی رغم نبود توافق جمعی بین صاحب نظران در مورد تعریف واحدی از کارآفرینی مرور مختصری بر بعضی از تعاریف در این زمینه می تواند مفید باشد.

- سی (Say, 1893): ترکیب و تلفیق پدیده ها برای خلق کالا یا خدمت جدید
- فرانک نایت (Frank Knight, 1921): کارآفرینی یک تغییر برای پیش بینی بازارهای جدید می باشد. نایت تاکید بر نقش کارآفرینان در ایجاد و پویایی در بازار دارد وی معتقد است که کارآفرینان بدنبال تغییر کلی در ساختار و وظایف و نوع کنترل و نظارت بر سازمان می باشد
- شومپیتر (Joseph, Schumpiter, 1934) کارآفرینی را نوعی خلق پدیده توسط فردی خلاق می داند که ممکن است به ایجاد یک کالا یا خدمت جدید، معرفی یک روش جدید تولیدی، ایجاد یک بازار جدید، ایجاد یک قطعه یا ماده جدید جهت فرآیند تولید یک کالا و ایجاد سازمان جدید منجر شود.
- کل (Cole, 1950): کارآفرین به شخصی می گویند که بهترین و آخرین موقعیت های اقتصادی و تجاری را کشف می کند و روش استفاده از این فرصت ها را می داند، این فرد معمولاً دارای استعداد، خلاقیت، ابتکار، ساماندهی و مدیریت در سطح بالایی است.
- تروپمن و مورنینگ استار (J. Tropman and G. morning star, 1989) کارآفرین فردی است که فرصت و ارائه یک محصول، خدمات، روش ساخت جدید با راه تفکر جدید برای یک مشکل قدیمی را می یابد. کارآفرین فردی است که می خواهد پیامد اندیشه، محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند.
- کرچوف (Kirchoff, 1994): کارآفرینان کسانی هستند که شرکتهای جدید را که سبب ایجاد و رونق گرفتن مشاغل می شوند را تشکیل می دهند.
- هیسریچ: کارآفرینی فرآیند خلق چیز جدید و با ارزش است با اختصاص زمان و تلاش لازم، در نظر گرفتن ریسک های مالی، روانی و اجتماعی، و رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال می باشد.

از جمله کسانی که در زمینه ی بررسی ویژگی های کارآفرینان مطالعه و تحقیقاتی انجام داده اند می توان به مک کله لند، کارلند، جان استورات میل، بروکهاوس، دیوید برچ، تیمونز، کالینز، مور، مایر، گلدشتاین و نورد اشاره کرد. نتایج این تحقیقات بر اکتسابی بودن اغلب ویژگیهای کارآفرینان تاکید دارد. از این رو، با فراهم آوردن محیط مناسب و آموزش هایی که ویژگی ها، تجربیات و مهارتهای لازم را در افراد تقویت کند، باید تلاش نمود. در حقیقت هدف این بوده تا افراد در طی دوران تحصیل، افرادی موسس تربیت شوند (کاتن). این افراد شامل پیشگامان در فعالیتها، ماجراجویان، جسوران، مبتکران، فرصت طلبان و ارتقاء جویان می باشند (گیب، ۱۹۸۷). این قبیل دوره ها به دنبال بهبود انگیزش و گرایش هایی

همچون تمایل به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشد.

با توجه به ضرورت‌های آموزش کارآفرینی، اولین دوره‌های آموزشی در این زمینه در اواخر سال ۱۹۶۰ در آمریکا شروع شد و در حال حاضر دانشکده‌ها و دانشگاه‌های بسیاری از کشورهای دنیا دوره‌های آموزش کارآفرینی را در برنامه‌های آموزش خود گنجانده‌اند. در سه دهه‌ی آخر قرن بیستم تحقیقات در زمینه‌ی کارآفرینی از رشد شایان توجهی برخوردار بوده و آموزش‌های کارآفرینی به صورت آموزش‌های دانشگاهی و غیردانشگاهی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، گسترش یافته است.

دوره‌های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز نموده بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان نیز مورد توجه قرار گرفته است. بر اساس مطالعات انجام شده در آمریکا تعداد دانشکده‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را در برنامه‌های آموزشی خود گنجانده بودند از اواخر دهه‌ی ۶۰ تا سال ۱۹۷۸ به بیش از ۱۳۰ دانشکده رسیده بود و در سال ۱۹۸۰ تعداد آنها به ۱۶۳ دانشگاه افزایش یافت.

معمولا در دوره‌های آموزش کارآفرینی اهداف زیر دنبال می‌شود:

- ۱- کسب دانش مربوط به کارآفرینی؛
- ۲- کسب مهارت در تحلیل فرصت‌های اقتصادی و ترکیب برنامه‌های عملیاتی؛
- ۳- القای مخاطره‌پذیری در فنون تحلیلی؛
- ۴- تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی؛
- ۵- توسعه همفکری و حمایت متقابل در جنبه‌های انحصاری کارآفرینی؛
- ۶- تقویت نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر.

در مجموع تا سال ۱۹۹۰ چهار دسته‌ی اصلی از دوره‌های آموزش کارآفرینی شکل گرفت که به اختصار آورده می‌شود:

دسته‌ی اول: برنامه‌هایی برای آگاهی و جهت‌گیری به سوی کارآفرینی می‌باشد. هدف از این دوره‌ها افزایش آگاهی، درک و بینش نسبت به کارآفرینی بعنوان یک انتخاب شغلی برای افراد از تمامی اقشار اجتماعی می‌باشد.

دسته‌ی دوم: شامل برنامه‌های آموزشی می‌باشد که توسعه تاسیس شرکت‌ها را پوشش می‌دهد. این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی می‌شوند.

دسته‌ی سوم: دوره‌ها به جهت رشد و بقای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک طراحی شده است.

دسته‌ی چهارم: برنامه توسعه آموزش کارآفرینی می‌باشد که شامل شیوه‌های جدید آموزش و تعیین نقش‌های نوین دانشجو و استاد در فرایند آموزش کارآفرینی است.

در پرداختن به امر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید به چهار هدف کلی تحت عنوان انگیزه کارآفرینی، ویژگی‌ها، مهارت‌ها و حمایت از کارآفرینان (نقش انکوباتوری) توجه داشت:

در مورد انگیزه باید کاری کرد تا فرد به موضوع کارآفرینی علاقه‌مند شود و کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی مهم و موفق در نظر بگیرد. افراد برای کارآفرین شدن انگیزه‌های مختلفی دارند از جمله: میل به کسب ثروت، استقلال‌طلبی (اینکه فرد بخواهد خودش رئیس خودش باشد و بر سرنوشت خویش کنترل داشته باشد)، میل به ساختن چیزی نو، نیاز به موفقیت یا توفیق‌طلبی (تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی)، انگیزه‌های ملی (توسعه کشور)، انگیزه‌های مذهبی (اینکه کار و تولید را نوعی عبادت بداند و یا خود را در قبال سایر انسان‌ها مسؤول بداند)

و ... برای رسیدن به این هدف می‌توان سه کار انجام داد: آموزش برای ایجاد انگیزه، ترویج فرهنگ کارآفرینی به منظور ایجاد انگیزه کارآفرینی و پژوهش در این زمینه.

آموزش این امر باید از سنین کودکی آغاز شود زیرا با افزایش سن نقش آموزش در ایجاد انگیزه کم‌رنگ‌تر می‌شود. در مورد ویژگی‌ها باید گفت که یک فرد کارآفرین ویژگی‌های مختلفی دارد که برخی از مهمترین آنها عبارتند از: خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، فرصت‌شناسی، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و ...

خلاقیت عبارت است از بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر و اندیشه نو و نوآوری عبارت است از عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو ناشی از خلاقیت. به عبارت دیگر در خلاقیت اطلاعات جدید به دست می‌آید و در نوآوری آن اطلاعات به صورت‌های گوناگون در بازار عرضه می‌شود. در واقع نوآوری به نوعی پیامد و نتیجه خلاقیت می‌باشد.

ریسک‌پذیری یا تمایل به مخاطره‌پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. عموماً مردم عادی، فرد کارآفرین را عاشق مخاطره می‌دانند، در حالی که چنین نیست و کارآفرین شخصی است میانه‌رو که حساب شده مخاطره می‌کند و در واقع دارای ریسک منطقی است. در مورد مرکز کنترل درونی باید گفت که کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان مؤثر می‌دانند.

قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرش عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر. برای پرورش این ویژگی‌ها باید از زمان کودکی فرد اقدام کرد چون بهترین سن برای پرورش این ویژگی‌ها سنین کودکی می‌باشد. البته این بدان معنی نمی‌باشد که پرورش این ویژگی‌ها در زمان بزرگسالی (و دانشجویی) غیر ممکن است.

برای رسیدن به این هدف نیز می‌توان از همان سه راهکار استفاده کرد. یعنی آموزش این ویژگی‌ها، ترویج این ویژگی‌ها و پرورش در زمینه این ویژگی‌ها باید توجه داشت.

در مورد مهارت‌ها باید گفت که کارآفرینان نیاز به مهارت‌های بسیاری دارند از جمله: مهارت‌های مدیریتی، آشنایی با اصول اقتصاد و صادرات و واردات، مالیات، بیمه، گمرک، بازاریابی، آشنایی با اصول تاسیس یک شرکت و مقررات حقوقی مرتبط با آن، نوشتن طرح تجاری (Business plan)، کارگروهی (Team working)، شناخت بازار و ... برای رسیدن به این هدف نیز می‌توان از همان سه راهکار استفاده کرد. یعنی آموزش این مهارت‌ها، ترویج این مهارت‌ها و پژوهش در زمینه این مهارت‌ها. لازم به ذکر است که نقش آموزش در این زمینه بسیار مهم و اساسی است. باید در نظر داشت که در هر سه این اهداف، پژوهش در خدمت آموزش و ترویج می‌باشد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق بررسی روش‌های تقویت کارآفرینی در دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول بوده است. در همین راستا این سؤال اساسی مطرح شده است "چه روش‌هایی باعث تقویت کارآفرینی در دانشجویان رشته‌ی فوق می‌باشد؟". با توجه به این سؤال اصلی، اهداف ویژه زیر تدوین شده‌اند:

۱- شناسایی آموزش کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

۲- اهمیت دروس تخصصی گذرانده شده در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

۳- دسترسی به منابع مالی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

۴- شناسایی القای فرهنگ‌سازی در تشویق و تقویت کارآفرینی در دانشجویان

۵- شناسایی نقش مراکز مشاوره‌ی کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی در دانشجویان

۶- میزان آشنایی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی با قوانین و مقررات ثبت شرکت و نحوی راه‌اندازی کسب و کار

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- آموزش کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. این فرضیه با متغیرهای «ارائه درس کارآفرینی»، «بکارگیری اساتید آموزش دیده در زمینه‌ی کارآفرینی»، «برگزاری سمینارهای حین تحصیل در زمینه‌ی کارآفرینی»، «برگزاری کلاس‌های کوتاه مدت کارآفرینی (مهارت‌های کسب و کار)»، «ارائه تجارب موفق کارآفرینان استانی و کشوری در کلاس‌های درسی» و «دعوت از کارآفرینان موفق استانی برای ایراد سخنرانی در دانشگاه» مورد بررسی قرار گرفت.
- ۲- دروس تخصصی گذرانده شده در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. این فرضیه با متغیرهای «دروس تخصصی گذرانده شده در ایجاد فرصت شغلی»، «دروس تخصصی گذرانده شده در ایجاد نوآوری و خلاقیت»، «دروس تخصصی گذرانده شده در پذیرش ریسک‌پذیری»، «دروس تخصصی گذرانده شده در توفیق طلبی» و «دروس تخصصی گذرانده شده در ایجاد اعتماد به نفس» مورد بررسی قرار گرفت.
- ۳- تامین منابع مالی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. این فرضیه با متغیرهای «کاهش میزان سود و وام‌ها در سیستم بانکی»، «تسهیل در مقررات مربوط به دریافت وام از بانکها»، «بموقع در اختیار گذاشتن منابع مالی مورد نیاز از سوی بانکها» و «امکان استفاده از وام بانکی» مورد بررسی قرار گرفت.
- ۴- وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. این فرضیه با متغیرهای «وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی خصوصی در سطح استان»، «وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌ها (از جمله در این دانشگاه)» و «نقش اساتید مشاوره‌ی کارآفرینی در مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی دانشگاه» مورد بررسی قرار گرفت.
- ۵- ایجاد فرهنگ کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. این فرضیه با متغیرهای «برپایی جشنواره کارآفرینی در دانشگاه»، «برپایی همایش‌های کارآفرینی در دانشگاه» و «تجلیل از کارآفرینان دانشگاهی استان برای الگوگیری دانشجویان» مورد بررسی قرار گرفت.

روش تحقیق

این تحقیق با توجه به اینکه به بررسی روش‌های تقویت کارآفرینی در دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول می‌پردازد، از نظر هدف، جنبه کاربردی دارد. اما از لحاظ نوع روش، تحقیق توصیفی و تحلیلی می‌باشد. بدلیل آنکه مطالعه توصیفی آنچه را که هست، توصیف و تفسیر می‌نماید و توجه آن در درجه اول به زمان حال است و در این پژوهش هم آنچه که باعث و بررسی روش‌های تقویت کارآفرینی در دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول شده‌اند، مورد بررسی، توصیف و تفسیر قرار می‌گیرد.

ابزار پژوهش و روش جمع‌آوری داده‌ها

در این پژوهش بخشی از اطلاعات مورد نیاز در تدوین مبانی نظری تحقیق با مطالعه اسناد، کتب، مجلات و نشریات به «روش کتابخانه‌ای» جمع‌آوری شده است، بخشی دیگر از اطلاعات که مربوط به نظرسنجی از جامعه آماری تحقیق بوده است، از ابزارهای «پرسشنامه» استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های واصله از ۱۹۸ پرسشنامه دانشجویان ترم پنج به بالای مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول (۵۲ درصد دانشجوی آقا و ۴۸ درصد دانشجوی خانم) صورت گرفته است که ۷۶ نفر ورودی سال ۸۴، ۷۸ نفر ورودی سال ۸۳، ۲۸ نفر ورودی سال ۸۲ و ۱۲ نفر ورودی سال ۸۱ و پایین‌تر بوده‌اند.

تکنیک‌های تجزیه و تحلیل آماری

با توجه به ماهیت سئوالات، نوع پاسخهای واصله از روشهای آمار توصیفی از قبیل جداول توزیع فراوانی و شاخصهای مرکزی برای هر یک از سئوالات مطروحه در فرضیات استفاده گردید. برای آزمون فرضیههای تحقیق از آزمون فرض نسبت موفقیت در جامعه (P) استفاده شده است. برای فرض H_1 یا فرض نقیض ادعا از رابطه $H_0: P \leq 0.60$ و برای فرض H_1 یا فرض ادعا شده از رابطه $H_1: P > 0.60$ استفاده شده است. P در رابطه فوق نسبت مورد آزمون بوده و سطح معنی داری یعنی $\alpha = 0.05$ در نظر گرفته شده است. و \bar{P} در آماره آزمون Z نسبت افراد موافق در نمونه آماری بر مبنای جمع گزینههای خیلی زیاد، زیاد و متوسط سئوالات فرضیه تحقیق می باشد.

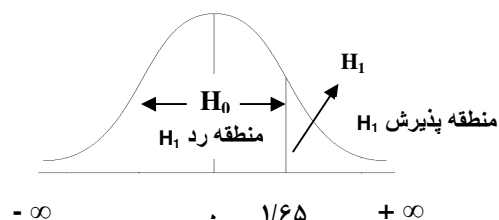
$H_0: P \leq 0.60$ نقض فرضیه ادعا شده

$H_1: P > 0.60$ فرضیه ادعا شده

$$z = \frac{\bar{P} - p_0}{S_{p_0}} \quad S_{p_0} = \sqrt{\frac{p_0 \times q_0}{n}}$$

$$\alpha = 1 - C = 1 - 0.95 = 0.05$$

$$Z_{\alpha} = Z_{0.05} = 1.65$$



یافتههای تحقیق

با بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات در این تحقیق نتایج ذیل حاصل گردید:

۱- فرضیه اول: آموزش کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشتهی مدیریت بازرگانی موثر است. فرضیه فوق با ۶ سؤال بر مبنای جمع گزینههای خیلی زیاد و زیاد، متوسط و جمع گزینههای کم و خیلی کم به شرح جدول ۱ کمیت پذیر شده است:

جدول ۱ - آموزش کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

فراوانی کل (n)	درصد کم و خیلی	\bar{P}	درصد متوسط	درصد خیلی زیاد و زیاد	ترتیب و شرح سؤال
۱۹۵	۶	۹۳/۸	۱۹	۷۴/۸	۱- ارائه درس کار آفرینی
۱۹۶	۶/۱۲	۹۳/۸	۲۲/۴	۷۱/۴	۲- بکارگیری اساتید آموزش دیده در زمینهی کارآفرینی
۱۹۶	۷/۱۴	۹۲/۷	۲۲/۹	۶۹/۸	۳- برگزاری سمینارهای حین تحصیل در زمینهی کارآفرینی
۱۹۰	۵/۷	۹۴/۱	۲۰	۷۴/۱	۴- برگزاری کلاس های کوتاه مدت کارآفرینی (مهارتهای کسب و کار)
۱۸۲	۷/۱۳	۹۳/۰۳	۱۸/۱۳	۷۴/۹	۱۰- ارائه تجارب موفق کارآفرینان استانی و کشوری در کلاسهای درسی
۱۸۵	۶/۴۸	۹۱/۶۴	۲۰	۷۱/۶۴	۱۱- دعوت از کارآفرینان موفق استانی برای ایراد سخنرانی در دانشگاه
۱۹۱	۶/۴۳	۹۳/۱۸	۲۰/۴۱	۷۲/۷۷	متوسط درصدها و فراوانی

همانطوری که جدول فوق نشان می دهد پاسخ دهندگان تقریباً به میزان ۷۲ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد آموزش کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشتهی مدیریت بازرگانی موثر دانسته اند.

نتیجه گیری: چون آماره آزمون $Z = 9.37$ در منطقه H_1 نمودار واقع شد، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که افراد جامعه آماری دانشجویان رشتهی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، آموزش کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان این رشته موثر دانسته اند. از این رو، فرضیه فوق مورد پذیرش قرار گرفت.

۲- فرضیه دوم: دروس تخصصی گذرانده شده در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. فرضیه فوق با ۵ سؤال بر مبنای جمع گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد، متوسط و جمع گزینه‌های کم و خیلی کم به شرح جدول ۲ کمیت‌پذیر شده است:

جدول ۲ - دروس تخصصی گذرانده شده در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

تراز و شرح سؤال	درصد خیلی زیاد و زیاد	درصد متوسط	P	درصد کم و خیلی کم	فراوانی کل (n)
۵- دروس تخصصی گذرانده شده در ایجاد فرصت شغلی	۶۳/۱۴	۲۲/۲۸	۸۵/۴۲	۵/۹۱	۱۸۶
۶- دروس تخصصی گذرانده شده در ایجاد نوآوری و	۶۴/۸	۲۸/۱۰	۹۲/۹	۷/۰۲	۱۸۵
۷- دروس تخصصی گذرانده شده در پذیرش ریسک پذیری	۶۳/۷۷	۲۷/۵۶	۹۱/۳۳	۶/۶۴	۱۸۵
۸- دروس تخصصی گذرانده شده در توفیق طلبی	۶۱/۹۵	۲۹/۳۴	۹۱/۲۹	۸/۶۸	۱۸۴
۹- دروس تخصصی گذرانده شده در ایجاد اعتماد به نفس	۷۲/۳۶	۲۲/۱	۹۴/۴۵	۵/۵۱	۱۸۱
متوسط درصدها و فراوانی	۶۵/۲۰	۲۵/۸۹	۹۱/۰۹	۶/۷۵	۱۸۴

همانطوری که جدول فوق نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان تقریباً به میزان ۶۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد دروس تخصصی گذرانده شده را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان موثر دانسته‌اند.

نتیجه‌گیری: چون آمار آزمون $Z = 8.61$ در منطقه H_1 نمودار واقع شد، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که افراد جامعه آماری دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول، دروس تخصصی گذرانده شده را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان این رشته موثر دانسته‌اند. از این‌رو، فرضیه فوق مورد پذیرش قرار گرفت.

۳- فرضیه سوم: تامین منابع مالی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. فرضیه فوق با ۴ سؤال بر مبنای جمع گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد، متوسط و جمع گزینه‌های کم و خیلی کم به شرح جدول ۳ کمیت‌پذیر شده است:

جدول ۳ - تامین منابع مالی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

تراز و شرح سؤال	درصد خیلی زیاد و زیاد	درصد متوسط	P	درصد کم و خیلی کم	فراوانی کل (n)
۱۲- کاهش میزان سود وام‌ها در سیستم بانکی	۶۳/۸۲	۲۸/۷۲	۹۲/۵۴	۴/۴۴	۱۸۸
۱۳- تسهیل در مقررات مربوط به دریافت وام از بانکها	۶۳/۸۲	۲۸/۷۲	۹۲/۵۴	۷/۰۲	۱۸۸
۱۴- بموقع در اختیار گذاشتن منابع مالی مورد نیاز از سوی بانکها	۷۱/۹۵	۲۳/۲۸	۹۵/۲۳	۴/۷۵	۱۸۹
۱۵- امکان استفاده از وام بانکی	۶۳/۸۲	۲۸/۱۹	۹۲/۰۱	۷/۹۶	۱۸۸
متوسط درصدها و فراوانی	۶۵/۸۵	۲۷/۲۳	۹۳/۰۸	۶/۰۴	۱۸۸/۲۵

همانطوری که جدول فوق نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان تقریباً به میزان ۶۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد تامین منابع مالی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان موثر دانسته‌اند.

نتیجه‌گیری: چون آماره آزمون $Z = 9.27$ در منطقه H_1 نمودار واقع شد، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که افراد جامعه آماری دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول، دروس تامین منابع مالی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان این رشته موثر دانسته‌اند. از این‌رو، فرضیه فوق مورد پذیرش قرار گرفت.

۴- فرضیه چهارم: وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است.

فرضیه فوق با ۳ سؤال بر مبنای جمع گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد، متوسط و جمع گزینه‌های کم و خیلی کم به شرح جدول ۴ کمیت‌پذیر شده است:

جدول ۴ - وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

تراویانی کل (n)	درصد کم و خیلی کم	P	درصد متوسط	درصد خیلی زیاد و زیاد	ترتیب و شرح سؤال
۱۷۸	۸/۴۱	۹۱/۵۵	۲۹/۷۷	۶۱/۷۸	۱۶- وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی خصوصی در سطح استان
۱۷۵	۴/۹۹	۹۱/۹۸	۲۲/۸۵	۶۹/۱۳	۱۷- وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌ها (از جمله در این
۱۸۵	۱۰/۲۶	۸۹/۷۱	۱۶/۲۱	۷۳/۵	۱۸- نقش اساتید مشاوره‌ی کارآفرینی در مرکز مشاوره
۱۷۹/۳۳	۷/۸۹	۹۱/۰۸	۲۲/۹۴	۶۸/۱۴	متوسط درصدها و فراوانی

همانطوری که جدول فوق نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان تقریباً به میزان ۶۸ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان موثر دانسته‌اند.

نتیجه‌گیری: چون آماره آزمون $Z = 8.49$ در منطقه H_1 نمودار واقع شد، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که افراد جامعه آماری دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول، وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان این رشته موثر دانسته‌اند. از این‌رو، فرضیه فوق مورد پذیرش قرار گرفت.

۵- فرضیه پنجم: ایجاد فرهنگ کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی موثر است. فرضیه فوق با ۳ سؤال بر مبنای جمع‌گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد، متوسط و جمع‌گزینه‌های کم و خیلی کم به شرح جدول ۵ کمیت‌پذیر شده است:

جدول ۵ - ایجاد فرهنگ کارآفرینی در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان

تراویانی کل	درصد کم و خیلی کم	P	درصد متوسط	درصد خیلی زیاد و زیاد	شرح سؤال
۱۸۵	۸/۴۱	۹۰/۸	۲۱/۶۲	۶۹/۱۸	۱۹- برپایی جشنواره کارآفرینی در دانشگاه
۱۹۳	۱۰/۸۷	۸۹/۱	۲۴/۸۷	۶۴/۲۳	۲۰- برپایی همایش‌های کارآفرینی در دانشگاه
۱۹۳	۱۲/۴۳	۸۷/۶۳	۲۳/۳۱	۶۴/۳۲	۲۱- تجلیل از کارآفرینان دانشگاهی استان برای الگوگیری دانشجویان
۱۹۰/۳۳	۳۱/۷۱	۸۹/۱۸	۳۲/۲۷	۶۵/۹۱	متوسط درصدها و فراوانی

بر مبنای جدول فوق، پاسخ‌دهندگان تقریباً به میزان ۶۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد ایجاد فرهنگ کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان موثر دانسته‌اند.

نتیجه‌گیری: چون آماره آزمون $Z = 8.22$ در منطقه H_1 نمودار واقع شد، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که افراد جامعه آماری دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول، ایجاد فرهنگ کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان این رشته موثر دانسته‌اند. از این‌رو، فرضیه فوق مورد پذیرش قرار گرفت.

۶- سؤالات مربوط به میزان آشنایی دانشجویان با راه‌اندازی کسب و کار و ویژگی‌های کارآفرینان

در زمینه‌ی میزان آشنایی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول با راه‌اندازی کسب و کار و ویژگی‌های کارآفرینان ۵ سؤال تدوین شده است که نتایج آن بر مبنای جمع‌گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد، متوسط و جمع‌گزینه‌های کم و خیلی کم به شرح جدول ۶ کمیت‌پذیر شده است:

جدول ۶ - میزان آشنایی دانشجویان با راه‌اندازی کسب و کار و ویژگی‌های کارآفرینان

تراویانی کل	درصد کم و خیلی کم	درصد متوسط	درصد خیلی زیاد و زیاد	ترتیب و شرح سؤال
۱۵۰	۵۲/۶۶	۲۳/۳۳	۱۳/۸۹	۲۲- نحوه‌ی دریافت موافقت اصولی از سازمانهای ذربط

۱۶۰	۵۳/۹۹	۲۵	۹/۹۹	۲۳- نحوه‌ی به ثبت رساندن شرکت
۹۸	۴۵/۹۱	۲۱/۴۲	۳۲/۶۴	۲۴- تهیه و تدوین طرح کسب و کار (طرح توجیهی فنی، اقتصادی و مالی و بازاریابی)
۱۴۵	۵۳/۷۸	۲۰	۱۶/۲	۲۵- نحوه‌ی راه اندازی کسب و کار
۱۶۵	۵۲/۷۲	۲۴/۲۴	۳۳/۰۲	۲۶- ویژگیهای کارآفرینان

بر مبنای جدول فوق، پاسخ‌دهندگان تقریباً به میزان ۳۳ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد با راه‌اندازی کسب و کار و ویژگی‌های کارآفرینان آشنایی داشته‌اند که این امر خلاء چنین مباحث کاربردی را در دروس تخصصی این رشته نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

نتیجه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان تقریباً به میزان بیش از ۶۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد آموزش کارآفرینی، دروس تخصصی گذرانده شده، تامین منابع مالی، وجود مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی و ایجاد فرهنگ کارآفرینی را در تشویق و تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول موثر دانسته‌اند. اما آشنایی این دانشجویان با مباحث نحوه‌ی دریافت موافقت اصولی از سازمانهای ذیربط، نحوه‌ی به ثبت رساندن شرکت، تهیه و تدوین طرح کسب و کار (طرح توجیهی فنی، اقتصادی و مالی و بازاریابی)، نحوه‌ی راه اندازی کسب و کار و ویژگیهای کارآفرینان بسیار کم می‌باشد که جا دارد در زمینه‌ی در مباحث درسی این رشته تدابیری اندیشه شود.

پیشنهادات کاربردی

بر مبنای یافته‌های تحقیق می‌توان پیشنهادات زیر را در تقویت کارآفرینی دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول ارائه کرد:

- ۱- ارائه درس کارآفرینی به میزان ۳ واحد درسی برای دانشجویان کارشناسی این رشته با این شرط که حداقل ۱۰۰ واحد دروس دوره این رشته را گذرانده باشند.
- ۲- با توجه به اینکه دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول قراردادهای آموزش مهارت‌های کسب و کار (کارآفرینی) با مؤسسه کار و تأمین اجتماعی وزارت کار در سال‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ منعقد نموده است، با هماهنگی لازم با مؤسسه فوق در قراردادهای بعدی چنین آموزش‌هایی فقط برای دانشجویان سال‌های آخر این دانشگاه علی‌الخصوص دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی اختصاص یابد نه برای همه فراگیرانی که سازمان کار و امور اجتماعی لیست آنها را به دانشگاه معرفی می‌نماید.

۳- برگزاری کارگاههای مهارت‌های کسب و کار (کارآفرینی) توسط اساتید مدیریت دانشگاه و کارشناسان دستگاههای اجرایی مجوز دهنده یا حمایت کننده فعالیت‌های کارآفرینانه برای دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی با حمایت ریاست دانشگاه و گنجانیدن مباحثی در این کارگاهها در زمینه‌ی مراحل راه‌اندازی کسب و کار، تدوین طرح کسب و کار، قوانین و مقررات کسب و کار، چگونگی تأمین منابع مالی، بهره‌برداری محصول، بازاریابی و فروش کالاها یا خدمات

و ...

- ۴- در نظر گرفتن پروژه ترمی با نگرش کاربردی به مباحث کارآفرینی از جانب اساتید برای دروس تخصصی دانشجویان این رشته و در نظر گرفتن درصدی از نمره آزمون نهایی به این پروژه‌ها
- ۵- انجام بازدیدهای علمی متعدد از شرکت‌های کارآفرین موفق استانی توسط دانشجویان این رشته در طی دوران تحصیلی
- ۶- برگزاری همایش‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی کارآفرینی در سطح دانشگاه آزاد اسلامی علی‌آباد کتول به همکاری سایر دستگاه‌های اجرایی استان
- ۷- برگزاری سمینارهای حین تحصیل در زمینه کارآفرینی برای دانشجویان علی‌الخصوص دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی
- ۸- دعوت از کارآفرینان موفق استانی و کشوری برای ایراد سخنرانی در دانشگاه به ویژه برای دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی
- ۹- برگزاری جشنواره کارآفرینی و تجلیل از کارآفرینان دانشگاهی این دانشگاه مخصوصاً فارغ‌التحصیلان رشته‌ی مدیریت بازرگانی برای الگوگیری و ایجاد فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان این رشته
- ۱۰- برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی مخصوص اساتید مدیریت دانشگاه
- ۱۱- ایجاد مرکز مشاوره‌ی کارآفرینی در دانشگاه و بکارگیری اساتید مدیریت بازرگانی در این مرکز برای مشاوره به دانشجویان این رشته در طی دوران تحصیل
- ۱۲- ارائه وضعیت کلی بازار کار رشته‌ی مدیریت بازرگانی توسط اساتید مربوطه جهت ایجاد انگیزه در زمینه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه این رشته

منابع مورد استفاده در مبانی نظری تحقیق

- ۱- احمد پور ، محمود . سمینار آموزشی ، کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی، مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره وری دانشگاه صنعتی امیر کبیر
- ۲- احمد پور داریانی ، طراحی و تبیین الگوی پرورشی مدیران کارآفرین در صنعت ، ۱۳۷۷
- ۳- احمدپور داریانی. (۱۳۸۰). کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، تهران: انتشارات پردیس ۵۷.
- ۴- احمدپور داریانی. (۱۳۸۱). محمود. کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ چهارم، تهران: شرکت پردیس.
- ۵- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد. نقش دولت در توسعه کارآفرینی، برگرفته از سایت اینترنتی: <http://www.techpark.ir/Parks/Farsi/Articles/Kar Afrini.htm>
- ۶- مریدی، سیاوش، فرصتها و محدودیتهای کارآفرینی در اقتصاد ایران، مجله تدبیر، شماره ۱۰۹، دی ماه ۱۳۷۹. برگرفته از سایت (تاریخ دریافت ۱۳۸۵/۶/۱۵):
- <http://www.imi.ir/tadbir/tadbir-109/article-109/3.asp>
- ۷- سالازار ، ملیتو و دیگران . مقدمه‌ای بر کارآفرینی ، (سیامک نطاق مترجم)، تهران: انتشارات کوهسار، ۱۳۷۶.
- ۸- سازمان سنجش آموزش کشور، جزوه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور (کاراد)، دبیرخانه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور <http://www.sanjesh.org/karad.htm>
- ۹- صمد آقایی، جلیل. . (۱۳۷۸). سازمانهای کارآفرین، چاپ دوم تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

- ۱۰- فتحی، سعید. *تحول فرهنگی گامی به سوی کارآفرینی*، مجله تدبیر، شماره ۱۰۲، خرداد ماه ۱۳۷۹.
- ۱۱- لاجینی، الوطالب. *کارآفرینی از دیدگاه اسلام*، مقاله ارائه شده در دومین همایش مدیریت نوین دانشکده علوم و فنون دریایی جوادالانمه چالوس، ۱۳۸۱.
- ۱۲- هیسریچ، رابرت دی. و پی. بیترز مایکل. *کارآفرینی*، (فیض بخش، علیرضا و تقی یاری، حمیدرضا مترجمان)، تهران، انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف، ۱۳۸۳.

Archvie of SID

Surf and download all data from SID.ir: www.SID.ir

Translate via STRS.ir: www.STRS.ir

Follow our scientific posts via our Blog: www.sid.ir/blog

Use our educational service (Courses, Workshops, Videos and etc.) via Workshop: www.sid.ir/workshop