

بررسی اراییه‌ی برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی در رشته‌ی علوم تربیتی

جهانگیر یدالهی فارسی*^۱ - رضا میرعرب رضی^۲

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد برنامه‌ریزی آموزشی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۱/۱۷، تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۳/۱۰)

چکیده

هدف این پژوهش بررسی و اولویت‌بندی مواد و مهارت‌های اصلی، هدف‌های آموزشی، بهترین روش‌های یاددهی - یادگیری و ظرفیت زمانی مناسب برای آموزش کارآفرینی در رشته‌ی علوم تربیتی است. این تحقیق بر روی دو جامعه‌ی آماری انجام شده است؛ حجم نمونه‌ی اول تحقیق را ۱۱۷ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی (۲۷ پسر و ۹۰ دختر) دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۸۶-۱۳۸۵ و حجم نمونه‌ی دوم تحقیق را ۴۰ نفر از صاحب‌نظران تشکیل داده‌اند. روش تحقیق به صورت آمیخته (کمی و کیفی) است. برای گردآوری داده‌ها در روش کمی از دو پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۸۸/۳۱ (دانشجویان) و ۸۸/۶۹ (صاحب‌نظران) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از تحلیل توصیفی (درصد و فراوانی)، تحلیل استنباطی (T مستقل، ضریب همبستگی پیرسون) و تحلیل کیفی استفاده شده است. بر اساس نتایج این پژوهش، اولویت‌های آموزشی برای توسعه‌ی کارآفرینی در بین دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی که باید در برنامه درسی آن‌ها گنجانده شوند، عبارت‌اند از: انجام پروژه‌های تحصیلی مرتبط با رشته‌ی علوم تربیتی در قسمت آموزش سازمان‌های مختلف، آشنایی با نحوه‌ی تدوین طرح کسب‌وکار، آشنایی با شغل‌های مربوط به رشته‌ی تحصیلی، آشنایی با قانون‌های کسب‌وکار، آشنایی با مهارت‌های مالی و بازاریابی، آشنایی با مفاهیم خلاقیت، نوآوری و مهارت‌های مربوط به آن و ...

واژگان کلیدی: برنامه‌ی درسی، آموزش کارآفرینی، مهارت‌های کسب و کار، فرایندهای کارآفرینی

مقدمه

امروزه دانشگاه‌ها در جهان، موتور رشد و توسعه‌اند و ترکیب آموزش در رشته‌های علمی متناسب با نیازهای توسعه‌ای جامعه است. دانشگاه‌ها در دو تحول اساسی مأموریت خود را از آموزشی به آموزشی- پژوهشی و سپس به کارآفرینی تغییر داده‌اند و یا در حال تغییر دادن هستند. بعلاوه این که دانشگاه‌ها در ایجاد و پایداری جامعه و اقتصاد دانش محور، نقش اساسی دارند.

در ایران، آموزش عالی با نیازهای توسعه‌ای کشور هماهنگ نیست و به‌رغم هزینه‌های سنگین آموزشی، نه تنها دانشگاه نقش موتور توسعه را کاملاً ایفا نمی‌کند بلکه دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، بیشترین نرخ بیکاری را به خود اختصاص داده‌اند.

رشته‌ی علوم تربیتی یکی از رشته‌های علمی مهم است که به توسعه و مدیریت سرمایه‌ی انسانی می‌پردازد و باید به آن توجه ویژه‌ای داشت. برای این که دانش‌آموختگان این رشته قابلیت به کارگیری داشته باشند و بتوانند در خدمت توسعه‌ی کشور باشند، باید در راستای کارآفرینی توانمند شوند. توانمندسازی با توجه به ماهیت آموزشی- فرهنگی و با توجه به ساختارهای آموزشی و زمینه‌های فرهنگی- اجتماعی- اقتصادی اثربخش می‌شود.

آنچه در کشورهای جهان سوم در برنامه‌های درسی به آن توجه نشده، دقت در محتوای آموزشی، مسائل و مشکلات کسب و کار در جامعه و انتقال آن‌ها به برنامه‌های آموزشی است. توجه به این موضوع در دانشگاه‌ها برای افزایش اثربخشی برنامه‌های آموزشی مهم است. نقش هویت شغلی در زندگی اجتماعی، یکی از موضوع‌هایی است که می‌تواند در مجموعه‌ی برنامه‌ی آموزش در هر رشته‌ای بگنجد و امروزه این مسئله با رشد جمعیت و کمبود شغل، اهمیت زیادی پیدا کرده است. به این دلیل، در کشورها به رویکرد کارآفرینی و خوداشتغالی در برنامه‌های آموزشی رشته‌های گوناگون توجه زیادی شده است (بریدج و کرومی، ۱۹۹۸؛ آلد ریچ، ۲۰۰۵، ص ۱).

در سال‌های اخیر در بسیاری از کشورها از جمله در ایران دانشگاه‌ها به این موضوع

روی آورده‌اند. در ایران بحث کارآفرینی هنوز در رشته‌های علوم تربیتی، آن گونه که شایسته است وارد نشده است. در دانشگاه تهران، رشته‌ی مدیریت کارآفرینی در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد راه‌اندازی شده است. اما هنوز آموزش‌های کارآفرینی در اختیار سایر رشته‌های دانشگاه قرار نگرفته است. در رشته‌ی علوم تربیتی دانشگاه تهران از سال تحصیلی ۸۶-۸۵ درس کارآفرینی به صورت ۲ واحد درسی در نظر گرفته شده اما محتوا و روش ارائه‌ی این درس بر اساس نیازسنجی و الزامات رشته‌ی علوم تربیتی طراحی نشده است.

در این مقاله میزان آگاهی دانشجویان علوم تربیتی از فرایند کارآفرینی بررسی و تحلیل و سپس برای جبران کاستی‌های موجود، برنامه‌ی آموزشی مناسب پیشنهاد می‌شود.

مبانی نظری

امروزه در ادامه‌ی تحولات در فناوری و نظام‌های اقتصادی این توقع بجاست که دانشگاه‌ها در کنار پژوهش و آموزش، وظیفه‌ی دیگری را نیز به عنوان محرک‌های ابتکار و رشد اقتصادی هر منطقه بر عهده گیرند. علاوه بر این دولت‌ها برای رشد اقتصادی و در پاسخگویی به بزرگ‌ترین چالش‌های اقتصادی هزاره‌ی سوم، یعنی بهبود استانداردهای زندگی، اشتغال و افزایش درآمدهای مالیاتی فعالیت می‌کنند (دانا، ۲۰۰۱، به نقل از احمدی، ۱۳۸۳، ص ۳).

در این میان آموزش کارآفرینی را می‌توان از عوامل اصلی توسعه‌ی قابلیت‌های ایجاد ارزش اقتصادی دانست. آموزش کارآفرینی ابزار کارآمدی برای دولت‌ها و دانشگاه‌ها برای توسعه‌ی اقتصاد دانش محور است. در حقیقت امروزه برنامه‌های درسی کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است (احمدپور، ۱۳۸۳، ص ۱۷۶). این برنامه‌های درسی اغلب شامل اهداف آموزش کارآفرینی، محتوای برنامه‌های آموزش کارآفرینی و روش‌های آموزش مناسب می‌شوند (بلاک، ۱۹۹۲). شواهد بسیاری در جهان وجود دارد که

نظریه‌ی اکتسابی بودن کارآفرینی را تأیید می‌کنند و این موضوع سرمایه‌گذاری‌های عظیم در آموزش و پرورش کارآفرینی را توجیه می‌کند. امروزه بیشتر دانشگاه‌ها به توسعه‌ی برنامه‌های آموزش کارآفرینی و مبادله‌ی تجارب خود علاقه‌مندند (یونسکو، ۱۹۹۰، به نقل از احمدی، ۱۳۸۳، ص ۵).

با نگاهی به روند رشد و توسعه‌ی جهانی درمی‌یابیم که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به‌طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود. امروزه کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعه‌ی اقتصادی به‌شمار می‌آید. به‌طوری که در غرب و برخی از کشورهای دیگر، دو دهه‌ی اخیر دهه‌های طلایی کارآفرینی نام گرفته است (اندرسون، ۱۹۹۸). در بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، مقوله‌ی کارآفرینی اصلی‌ترین منبع توسعه در نظر گرفته شده است (وارن و نیمان، ۲۰۰۵). به‌رغم آن که بعضی از صاحب‌نظران معتقدند کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی‌شود و باید به روش پرورشی کارآفرینان را تربیت کرد، اما هیچ‌کس منکر این مطلب نیست که استفاده از فناوری‌های نو و ایجاد کسب‌وکار جدید بدون آموزش و پژوهش عملاً دست‌یافتنی نیست. با مراجعه به اطلاعات موجود در خصوص برنامه‌های درسی دانشگاهی کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه‌ی کارآفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می‌شود. امروزه دوره‌های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در برنامه‌ی درسی دوره‌های مختلف تحصیلی از ابتدایی تا دبیرستان باز کرده است، بلکه در رشته‌های مختلف دانشگاهی نیز به آن‌ها توجه شده است. به‌طور کلی در بیشتر طرح درس‌های دانشگاهی هدف اولیه‌ی آموزش کارآفرینی، افزایش آگاهی و توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان است که به تربیت افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل دارند، می‌انجامد (میرعرب، ۱۳۸۶، ص ۱۲۱).

از اهداف و وظایف مهم نظام آموزش عالی هر کشور، پرورش نیروی انسانی متخصص و کارآمد مورد نیاز جامعه است. دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی کشور

تلاش‌هایی را در این زمینه آغاز کرده‌اند، ولی متأسفانه به علت نامتناسب بودن سرفصل‌ها و عناوین دروس دانشگاهی با نیازهای جامعه، دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها از تخصص و کارآیی لازم برای تصدی مشاغل مربوطه برخوردار نیستند، زیرا آموخته‌های‌شان چندان با نیازهای واقعی جامعه و کارآفرینی تطبیق ندارد (آراسته، ۱۳۸۲، ص ۲۰).

در شرایط کنونی ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور به ویژه فارغ‌التحصیلان بیکار، اصلی‌ترین و مهم‌ترین دغدغه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور است. تجربه‌های موجود در زمینه‌ی ایجاد اشتغال بیانگر این واقعیت است که تنها با تکیه بر سرمایه‌گذاری‌ها و حمایت دولت نمی‌توان از پس بیکاری برآمد. بلکه توجه به زیرساخت‌ها و ارائه‌ی تعریف نو از مقوله‌ی کار و اشتغال و گذر از کارجویی و کارایی به کارآفرینی و نیز اشاعه‌ی آن از طریق آموزش هدف‌مند می‌توانیم شاهد تحولات ساختاری در زمینه‌ی ایجاد اشتغال باشیم (حاجی یخچالی، ۱۳۸۱، ص ۳).

کارآفرینی مانند هر پدیده‌ی مدرن دیگر نیاز به فرهنگ‌سازی، آموزش، پژوهش و اصلاح ساختارها و نهادهای اجرایی دارد و علاوه بر آن توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی کارآفرینی نیازمند توجه به همه‌ی ابزار و لوازم آن است. می‌توان گفت در ایران در رشته‌های فنی و مهندسی به کارآفرینی توجه شده است و در این رشته‌ها کارآفرینی آموزش داده می‌شود. در رشته‌های علوم تربیتی که حوزه‌ی پژوهش این تحقیق است، این مسئله توسط نظام آموزشی و پژوهشی کشور کمتر توجه شده است. گروه‌های هدف در این تحقیق، دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی هستند.

نظریه‌های متعدد و دیدگاه‌های مختلفی در خصوص این‌که چه چیزی فرد را کارآفرین می‌سازد، وجود دارد. در یک انتهای پیوستار این دیدگاه‌ها، این بحث مطرح است که کارآفرینان زاده شده‌اند و ویژگی‌های کارآفرینی ارثی‌اند. در انتهای دیگر این پیوستار، این دیدگاه وجود دارد که کارآفرینان ساخته می‌شوند، یعنی هر کس در موقعیتی قرار گرفت (یا مجبور شد) که فرصت‌هایی برای تمرین کارآفرینی برایش فراهم شود، کارآفرین می‌شود (آلدریچ و جونز، ۲۰۰۵). به عبارت دیگر، این پرسش

مطرح است که آیا ویژگی‌های کارآفرینی از بدو تولد به‌طور ارثی به کودک منتقل می‌شوند یا این صفات در طول عمر وی پرورش می‌یابند؟ ابتدا به بحث در خصوص استعداد ذاتی می‌پردازیم: پارادی (۲۰۰۱) این سؤال را مطرح می‌کند که آیا ارثی بودن کارآفرینی یک الزام قطعی است؟ و بعد جواب می‌دهد که فرض کنید پاسخ مثبت باشد، در چنین شرایطی باید بتوانیم ویژگی‌های اصلی آن را مشخص کنیم. اگر این ویژگی‌ها وجود داشته باشند، بسیار خوب است، ولی افرادی که این ویژگی‌ها را ندارند نباید دنبال این کار بروند. اگر پاسخ منفی است، مدارس و دانشگاه‌ها می‌توانند هر کسی را آموزش دهند تا وارد یک حرفه مانند حقوق یا پزشکی و غیره شوند.

پاسخ واقعی تا حدودی بین این دو مقوله قرار دارد. سن متوسط کارآفرینان امروزی بین ۳۰ و ۴۰ سال است و این به آن معنی است که این افراد باید اول آموزش ببینند. بنابراین هم استعداد و هم آموزش هر دو لازم‌اند (پارادی، ۲۰۰۱، به نقل از مک کلاین، ۲۰۰۲).

ضرورت آموزش کارآفرینی با توجه به تعداد فزاینده‌ی مؤسسات آموزشی که در این زمینه راه‌اندازی شده‌اند، به شدت تایید می‌شود. بلاک و استامپ (۱۹۹۲) نیز با انجام پژوهشی، ارائه‌ی آموزش کارآفرینی در رشته‌های مختلف را یکی از راه‌بردهای حل مشکلات آموزشی و پژوهشی در رشته‌های دانشگاهی و محتوای آموزش کارآفرینی را ارائه‌ی مطالبی در زمینه‌ی مهارت‌های خلاقیت و نوآوری، خطر پذیری و ارائه‌ی منابع کسب ایده می‌دانند (بلاک و استامپ، ۱۹۹۲).

هانلان و کورمان^۱ (۱۹۹۷) پژوهشی پیرامون تأثیر برنامه‌های درسی بر ویژگی‌های کارآفرینانه انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که برنامه‌های درسی در پرورش کارآفرینان و راه‌اندازی شرکت‌های جدید تأثیر بسزایی داشته‌اند (هانلان و کورمان، ۱۹۹۷، به نقل از جعفر زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۰۴).

وارن و گیدئون (۲۰۰۵) با انجام پژوهشی در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی به ارائه‌ی

^۱- Hanlan & Coorman

یک برنامه‌ی درسی پرداختند که در آن مهارت‌های کارآفرینی، مهارت‌های کسب و کار، چگونگی ایجاد کسب و کارهای کوچک و شناخت منابع کسب ایده، محتوای این برنامه را تشکیل می‌داد (وارن و گیدئون، ۲۰۰۵، ص ۱).

لامعی (۱۳۷۸) با انجام پژوهشی در صنایع کوچک و متوسط، برنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی را برنامه‌ای می‌داند که ضمن اجرا، آگاهی راجع به کارآفرینی در ایجاد کسب و کار جدید را نیز ارائه می‌کند، خوداشتغالی را ارتقا، کارآفرینان فعلی را برای بقا و رشد شرکت آموزش می‌دهد، ارزش‌های کارآفرینانه را در جامعه بر می‌انگیزد و منابع کسب ایده را معرفی می‌کند (علوی، ۱۳۸۲، ص ۳۰).

گراوان و اوسینیاد (۱۹۹۴) افزایش آگاهی از کسب و کارهای کوچک را هدف برنامه‌های درسی کارآفرینی بر شمرده‌اند (موسوی بازرگانی، ۱۳۷۸).

درباره‌ی کارکردهای دانش‌آموختگان رشته‌های علوم تربیتی در دوره‌ی آموزشی می‌توان گفت که فعالیت‌های مدیریت در آموزش عالی دارای پیچیدگی‌های زیادی است. برای انجام کار اثربخش در این حوزه باید با ابعاد زمینه‌ای و به ویژه ابعاد فرهنگی آن آشنا بود. برای مواجهه‌ی اثربخش با پیچیدگی‌های فعالیت‌های آموزشی، قابلیت‌های خاص آن ضروری است. فعالیت‌های مدیریت در این بخش باید با توجه به ملاحظات:

۱. دانشگاه به عنوان یک سازمان

۲. بخش آموزش به عنوان یک حوزه‌ی کلان، انجام شود.

اداره‌ی سازمان پیچیده‌ای مثل دانشگاه به قابلیت‌هایی پیچیده نیاز دارد (Broadbent, 2007). همچنین مطالعات نشان داده است که شایستگی‌های علمی دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، احتمال موفقیت شغلی آنان را افزایش می‌دهد (Bishop, 1992). در مطالعه‌ی دیگری معلوم شد که شایستگی‌های روحی و نگرش شغلی در تعیین عملکرد فردی مؤثر هستند (Jayan, 2006).

در یک تحقیق معلوم شد که توسعه‌ی قابلیت‌های راهبری در دانشجویان رشته‌های تعلیم و تربیت، آنان را برای موفقیت در جهان واقعی آماده می‌کند (Andersen, 2000). تا اینجا می‌توان نتیجه گرفت که برحسب انتظاراتی که از دانش‌آموختگان می‌رود،

باید برنامه‌های آموزشی لازم به آنان ارائه شود. همچنین برای این که نرخ کارآفرینی در دانش‌آموختگان رشته‌های علوم تربیتی افزایش یابد، باید آموزش‌های کارآفرینی در این رشته‌ها نهادینه شود.

هدف‌های تحقیق

هدف کلی:

مشخص کردن برنامه‌ی درسی آموزش کارآفرینی در رشته‌ی علوم تربیتی

هدف جزئی:

مشخص کردن وضعیت موجود آگاهی دانشجویان از فرایند کارآفرینی

مشخص کردن اهداف آموزش کارآفرینی

مشخص کردن مواد و مهارت‌های اصلی آموزش کارآفرینی

مشخص کردن بهترین روش‌های یاددهی و یادگیری کارآفرینی

مشخص کردن ظرفیت زمانی مناسب برای آموزش کارآفرینی

فرضیه و سؤال‌های تحقیق

۱. آگاهی دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی در مقطع کارشناسی از فرایند کارآفرینی چقدر است؟
۲. آیا بین دانشجویان رشته‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی و تکنولوژی آموزشی در میزان آگاهی از فرایند کارآفرینی تفاوت وجود دارد؟
۳. انجام پروژه‌های مرتبط با رشته در سازمان‌ها با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.

۴. آشنایی با نحوه‌ی تدوین طرح کسب‌وکار^۱ با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۵. آشنایی با مشاغل مربوط به رشته‌ی تحصیلی با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۶. آشنایی با قوانین کسب‌وکار با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۷. آشنایی با مهارت‌های مالی با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۸. آشنایی با مهارت‌های بازاریابی با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۹. آشنایی با مفاهیم خلاقیت و نوآوری با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۰. آشنایی با بورس و مهارت‌های مربوط به آن با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۱. آشنایی با مفاهیم شناخت فرصت‌ها با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۲. آشنایی با مفهوم هوشیاری کارآفرینانه با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۳. آشنایی با مهارت‌های کارگروهی با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۴. آشنایی با چگونگی ایجاد کسب‌وکارهای کوچک با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۵. آشنایی با منابع کسب‌ایده با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۶. آشنایی با مفاهیم انگیزه‌ی پیشرفت با کارآفرین شدن دانشجویان رابطه‌ی مثبت دارد.
۱۷. اهداف آموزش کارآفرینی در رشته‌های علوم تربیتی چیستند؟

¹ - Business Plan

۱۸. بهترین روش‌های یاددهی و یادگیری برای آموزش کارآفرینی در رشته‌های علوم تربیتی کدام‌اند؟

۱۹. ظرفیت زمانی مناسب برای آموزش کارآفرینی در رشته‌های علوم تربیتی در مقطع کارشناسی چقدر است؟

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کمی و کیفی به صورت آمیخته است. در قسمت کمی از روش تحقیق پیمایشی که یکی از روش‌های تحقیق توصیفی است استفاده شده و در قسمت کیفی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی این تحقیق پرسشنامه بسته پاسخ در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت و نیز تعدادی سؤال باز پاسخ می‌باشد.

هدف از آزمون مقدماتی دستیابی به گویه‌هایی پایا و معتبر و حذف گویه‌های مبهم است. به همین منظور در ابتدای تحقیق، پرسشنامه روی یک نمونه‌ی ۳۰ نفری از جامعه‌ی آماری اجرا و سؤالات مبهم حذف شد. در این تحقیق روش آلفای کرونباخ برای محاسبه‌ی هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری به کار رفته است که میزان آلفای محاسبه شده در جدول شماره‌ی ۱ آورده شده است. همچنین در این تحقیق از سطح معنی‌داری (۰/۰۵) استفاده شده است.

جدول ۱. ضرایب پایایی پرسشنامه‌ها در پژوهش

مقیاس	آلفای کرونباخ
ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی (پرسشنامه‌ی دانشجویان)	۸۸/۳۱
مواد و مهارت‌های آموزش کارآفرینی (پرسشنامه‌ی صاحب‌نظران)	۸۸/۶۹

در این تحقیق دو جامعه‌ی آماری وجود دارد. جامعه‌ی اول عبارت است از آن دسته از دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی دانشگاه تهران که بیش از ۷۰ واحد درسی را گذرانده‌اند که تعداد کل آن‌ها ۱۹۱ نفر بوده است و جامعه‌ی دوم عبارت است از:

اعضای هیئت علمی دانشکده‌ی علوم تربیتی و روانشناسی و نیز گروه کارآفرینی دانشکده‌ی مدیریت دانشگاه تهران و کارآفرینان برتر جشنواره‌ی کارآفرینی وزارت کار که با کارآفرینی در رشته‌های علوم تربیتی آشنایی داشته‌اند.

برای به‌دست آوردن نمونه‌ی مورد نیاز با استفاده از فرمول زیر ۱۱۷ نفر از دانشجویان انتخاب شده‌اند.

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 pq}{\varepsilon^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

$$N = 191$$

حجم کل نمونه

$$n_{total} = 117$$

P: برآورد نسبت صفت متغیر، ($P = 0/5$) ($q = 1 - p$)

Z: مقدار متغیر نرمال واحد، متناظر با سطح اطمینان ۹۵ درصد،

$$(Z_{\alpha/2} = 1.96)$$

ε : مقدار اشتباه مجاز، ($\varepsilon = 0/06$)

N: حجم جامعه محدود

مقدار P برابر با ۰/۵ در نظر گرفته شده است. زیرا اگر $P = 0/5$ باشد، n حداکثر مقدار ممکن واریانس خود را پیدا می‌کند. این امر سبب می‌شود که نمونه به حد کافی بزرگ باشد (آذر، مومنی، ۱۳۸۰: ۷۲). لازم به ذکر است که حجم نمونه‌ی افراد صاحب نظر با توجه به استفاده از روش تحقیق کیفی به صورت نمونه‌گیری هدفمند صورت گرفته است و تعداد ۴۰ نفر از کسانی که می‌توانستند بیشترین اطلاعات ممکن را ارائه دهند برای پاسخگویی انتخاب شده‌اند.^۱

^۱. پاتون اصطلاح نمونه‌گیری هدفمند یا از روی قصد را برای توصیف نوعی از نمونه‌گیری به کار می‌برد که در آن

در این تحقیق از دو روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی (مختص تحقیقات کمی) و روش نمونه‌گیری تصادفی هدف‌مند (مختص تحقیقات کیفی) استفاده شده است. در نمونه‌گیری تصادفی هدف‌مند، یک نمونه‌ی تصادفی انتخاب می‌شود ولی بر خلاف تحقیق کمی، هدف از انتخاب این نمونه‌ی تصادفی، معرف بودن جامعه نیست، بلکه هدف حصول اطمینان از به کارگیری یک شیوه‌ی نمونه‌گیری غیر اریب است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از روش‌های آمار توصیفی (فراوانی و درصد فراوانی) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تی مستقل) استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

در این قسمت یافته‌های تحقیق به دو قسمت یافته‌های توصیفی و یافته‌های استنباطی تقسیم شده‌اند که به ترتیب ارائه می‌شوند.

الف) یافته‌های توصیفی

- آگاهی دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی در مقطع کارشناسی از فرایند کارآفرینی چقدر است؟

جدول ۲. یافته‌های توصیفی آگاهی دانشجویان از فرایند کارآفرینی

درصد	فراوانی	میزان آگاهی از فرایند کارآفرینی
۱۶/۲	۱۹	خیلی کم
۴۹/۶	۵۸	کم
۲۹/۹	۳۵	زیاد
۴/۳	۵	خیلی زیاد
۱۰۰	۱۱۷	جمع

مواردی که از لحاظ هدف‌های تحقیق کیفی اطلاعات غنی در بردارند، انتخاب می‌شوند (گال و همکاران، ۱۹۴۲، ترجمه‌ی نصر و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۸۹).

همان‌طور که در جدول شماره‌ی (۲) مشاهده می‌شود ۶۵/۸ درصد دانشجویان از مهارت‌ها و فرایند کارآفرینی آگاهی کم و خیلی کم دارند و ۳۴/۲ درصد دانشجویان از مهارت‌های کارآفرینی و فرایند کارآفرینی آگاهی زیاد و خیلی زیاد دارند.

(ب) یافته‌های استنباطی

- آیا بین دانشجویان رشته‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی و تکنولوژی آموزشی در میزان آگاهی از فرایند کارآفرینی تفاوت وجود دارد؟

جدول ۳. تفاوت در میزان آگاهی دانشجویان از فرایند کارآفرینی

متغیر	T مستقل	درجه‌ی آزادی	درجه‌ی معناداری
میزان آگاهی از فرایند کارآفرینی	۰/۱۰۷	۱۱۵	۰/۹۱۵

همان‌طور که از داده‌های جدول ۳ مشخص است، T محاسبه شده با مقدار ۰/۱۰۷ و با درجه آزادی ۱۱۵ در سطح $P > ۰/۰۱$ معنادار نیست، لذا می‌توان نتیجه گرفت که به لحاظ آماری بین دانشجویان رشته‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی و تکنولوژی آموزشی در میزان آگاهی از فرایند کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

(ب) یافته‌های مربوط به فرضیه‌های تحقیق

برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از روش آماری ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است (جدول ۴).

همان‌طور که از داده‌های جدول ۴ برداشت می‌شود، بین تمام ۱۳ دوره‌ی آموزش کارآفرینی و کارآفرینی دانشجویان در سطح $P < ۰/۰۵$ رابطه‌ی مثبت معنی‌داری وجود دارد. بیشترین مقدار رابطه را متغیر آشنایی با مفاهیم شناخت فرصت‌ها با $r = ۰/۷۳۰$ و کمترین مقدار رابطه را متغیر آشنایی با مشاغل مربوط به رشته تحصیلی با $r = ۰/۱۵۸$ دارا هستند. بنابراین تمام فرضیه‌های تحقیق تایید می‌شوند.

جدول ۴. ضرایب همبستگی پیرسون بین مواد و دوره‌های آموزش کارآفرینی
و کارآفرین شدن دانشجویان

متغیر	R	P
انجام پروژه‌های شغلی مرتبط با رشته در سازمان‌ها	۰/۴۲۶	۰/۰۰۶
آشنایی با نحوه‌ی تدوین طرح کسب‌وکار	۰/۴۲۶	۰/۰۰۶
آشنایی با مشاغل مربوط به رشته‌ی تحصیلی	۰/۱۵۸	۰/۰۳
آشنایی با قوانین کسب‌وکار	۰/۲۵۸	۰/۰۲
آشنایی با مهارت‌های مالی	۰/۲۵۸	۰/۰۳
آشنایی با مهارت‌های بازاریابی	۰/۲۷۴	۰/۰۸
آشنایی با مفاهیم خلاقیت و نوآوری	۰/۵۸۳	۰/۰۰۱
آشنایی با بورس و مهارت‌های مربوط به آن	۰/۳۱۳	۰/۰۰۱
آشنایی با مفاهیم شناخت فرصت‌ها	۰/۸۲۳	۰/۰۰۱
آشنایی با مفهوم هوشیاری کارآفرینانه	۰/۳۶۸	۰/۰۳
آشنایی با مهارت‌های کارگروهی	۰/۳۷۰	۰/۰۰۱
آشنایی با مفاهیم انگیزه‌ی پیشرفت	۰/۷۳۰	۰/۰۰۱
آشنایی با منابع کسب ایده	۰/۳۲۹	۰/۰۳

ج) یافته‌های مربوط به تحلیل کیفی تحقیق

نتیجه‌ی به‌دست آمده از تحلیل کیفی در مورد اهداف آموزش کارآفرینی به شرح

زیر است:

۱. هدف آموزشی آشنایی دانشجویان با مهارت‌های کسب‌وکار به عنوان اولویت اول
 ۲. هدف آموزشی آشنایی دانشجویان با تدوین طرح کسب‌وکار به عنوان اولویت دوم
 ۳. هدف آموزشی آشنایی دانشجویان با نقش‌های کارآفرینان، به عنوان اولویت سوم
- لازم به ذکر است که این اهداف با توجه به دیدگاه‌های صاحب‌نظران و میزان فراوانی آن‌ها (تحلیل محتوا) به ترتیب اولویت به‌دست آمده است.

نتیجه‌ی به‌دست آمده از تحلیل کیفی در مورد بهترین روش‌های یاددهی و یادگیری برای آموزش کارآفرینی به ترتیب اولویت (میزان فراوانی آن‌ها) حاکی از آن است که:

۱. روش‌های کاربردی و عملی
۲. کارگاه آموزشی

۳. روش آموزشی سمینار

۴. روش آموزشی مصاحبه و ملاقات با کارآفرینان

۵. روش آموزشی سخنرانی

روش‌هایی هستند که می‌توان در آموزش کارآفرینی از آن‌ها استفاده کرد و به‌طور طبیعی روش‌هایی که اولویت بیشتری دارند باید بیشترین کاربرد را داشته باشند. در زمینه‌ی ظرفیت زمانی مناسب برای آموزش کارآفرینی، نتیجه‌ی به‌دست‌آمده حاکی از آن است که بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران، مقدار و طول مدت آموزش کارآفرینی در دوره‌ی کارشناسی باید ۴ واحد درسی (۲ واحد نظری و ۲ واحد عملی) در نظر گرفته شود.

بحث و نتیجه‌گیری

ملاک اشتغال و رفاه در توسعه‌ی اقتصادی کشورها عامل مهمی به‌شمار می‌رود؛ از این‌رو پرداختن به عوامل موثر در ایجاد و توسعه کسب‌وکار توسط جوانان به ویژه دانش‌آموختگان، اولویت مهمی دارد. عوامل زیادی در توسعه‌ی اقتصادی نقش دارند، اما کارآفرینی جوانان تحصیل کرده‌ی یک کشور، جایگاه ویژه‌ای در این مقوله دارد. کارآفرینان کسانی هستند که شم اقتصادی دارند و از فرصت‌های اقتصادی بهترین بهره را می‌برند. عوامل آموزشی بسیاری باعث توسعه‌ی قابلیت‌های کارآفرینی در جوانان و بویژه قشر دانشجو می‌شود. در این تحقیق به تعیین برنامه‌ی درسی که مجموعه‌ای از محتوا، اهداف، روش‌ها و ظرفیت زمانی است پرداخته شد و بر اساس تحلیل‌های انجام‌شده مشخص شد که به‌طور کلی دانشجویان رشته‌ی علوم تربیتی از فرآیند کارآفرینی، اطلاعات و آگاهی کمی دارند و مهارت‌های لازم برای ایجاد کسب و کار را ندارند. نتایج تحلیل داده‌ها، اولویت‌های زیر را برای توان‌مندسازی دانشجویان رشته‌ی علوم تربیتی در حیطه‌ی کارآفرینی تعیین کرده است:

- انجام پروژه‌های شغلی مرتبط با رشته در سازمان‌ها

- آشنایی با نحوه‌ی تدوین طرح کسب‌وکار

- آشنایی با مشاغل مربوط به رشته‌ی تحصیلی
- آشنایی با قوانین کسب و کار
- آشنایی با مهارت‌های مالی
- آشنایی با مهارت‌های بازاریابی
- آشنایی با مفاهیم خلاقیت و نوآوری
- آشنایی با فرایند کارآفرینی
- آشنایی با مفاهیم شناخت فرصت‌های ایجاد کسب و کار
- آشنایی با تجربیات موفق کارآفرینان
- آشنایی با مهارت‌های کارگروهی
- آشنایی با مفاهیم انگیزه‌ی پیشرفت
- آشنایی با منابع کسب ایده

نتایج آزمون T مستقل نشان داد که بین دانشجویان دو رشته‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی و فناوری آموزشی در میزان آگاهی از فرایند کارآفرینی تفاوت وجود ندارد.

نتایج تحلیل کیفی هم، نشان دهنده‌ی اهداف آموزشی، بهترین روش‌های یاددهی و یادگیری و ظرفیت زمانی مناسب (۴ واحد درسی شامل: ۲ واحد نظری و ۲ واحد عملی) برای آموزش کارآفرینی بوده و در نهایت برنامه‌ی درسی زیر طراحی شده است (نمودار شماره ۱).

سر فصل‌های درسی پیشنهادی (محتوا)

فرایند کارآفرینی
 خلاقیت در تعلیم و تربیت
 نوآوری در تعلیم و تربیت
 تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه‌ی تعلیم و تربیت
 تجربیات موفق کسب و کارهای فرهنگی - تربیتی
 ایده پردازی در تعلیم و تربیت
 بازاریابی خدمات تعلیم و تربیت
 تدوین گزارش طرح کسب‌وکار
 قوانین کسب و کار
 امکان‌سنجی طرح‌های کسب و کار
 امکان‌سنجی استقرار کسب‌وکار
 تهیه‌ی طرح کسب و کار
 مدیریت کسب و کارهای آموزشی - تربیتی
 چگونگی مشارکت در کسب‌وکارهای کوچک
 منابع کسب ایده
 چگونگی استفاده از منابع کسب ایده
 کسب و کارهای فرهنگی
 خدمات آموزشی - تربیتی
 تجربیات موفق در شیوه‌های تعلیم و تربیت
 عرضه و تقاضا در خدمات آموزشی - تربیتی

اهداف آموزشی به ترتیب اولویت

- فراگیری مهارت‌های کسب‌وکار در دانشجویان
 کارشناسی رشته‌های علوم تربیتی و روانشناسی برای افزایش توانایی آنها در کارآفرین شدن.
 - توانایی تدوین طرح کسب‌وکار برای افزایش توانایی دانشجویان در تأسیس شرکت یا کسب‌وکار که بخشی از کارآفرینی است.
 - آموزش نقش دانشجویان در توسعه اقتصادی برای افزایش آگاهی و توانایی دانشجویان و واقف شدن به نقشی که آنها در توسعه اقتصادی کشور دارند.

بهترین روش‌های یاد دهی و یادگیری

اولویت اول) روش‌های تمرین عملی
 اولویت دوم) کارگاه آموزشی
 اولویت سوم) سمینار
 اولویت چهارم) مصاحبه و ملاقات با کارآفرینان
 اولویت پنجم) روش سخنرانی

نمودار ۱. برنامه‌ی درسی کارآفرینی در رشته‌ی علوم تربیتی

منابع

۱. احمدی، محمد، نیازسنجی آموزشی کارآفرینی رشته برق مقطع کارشناسی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه تهران، ۱۳۸۳.
۲. احمدپور داریانی، محمود، آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاهها را تغییر می‌دهد؟، فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲.
۳. آراسته، حمیدرضا، کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع، فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲.
۴. آذر، عادل و مومنی، منصور، آمار و روش‌های تحقیق در مدیریت، انتشارات آگه، ۱۳۸۰.
۵. حاجی یخچالی، علی‌رضا، بررسی و اولویت‌بندی نگرش دانشجویان نسبت به مواد و دوره‌های آموزشی کارآفرینی و خود اشتغالی در دانشگاه شیراز، چاپ نشده، ۱۳۸۱.
۶. جعفرزاده، مرتضی، طراحی و تبیین الگویی برای پیش‌بینی کارآفرینی دانش‌آموختگان، پایان‌نامه دکتری دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، ۱۳۸۴.
۷. علوی، سیدابوالفضل، کارآفرینی و رسالت دانشگاه، فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲.
۸. سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه، «روش‌های تحقیق در علوم رفتاری»، انتشارات آگه، ۱۳۷۶.
۹. میرعرب، رضا، میزان آگاهی دانشجویان کارشناسی رشته‌های روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران از کارآفرینی در سال تحصیلی ۸۶-۸۵ و طراحی برنامه آموزشی جهت دانش‌افزایی آنها در زمینه کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
۱۰. موسوی بازرگانی، سید جلال، تعیین ضوابط طراحی برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان در ایران بر اساس مطالعه تطبیقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع، سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۷۸.

11. Anderson, A. R., Kirkwood, Jack, S. L. (1998), **“Teaching Entrepreneurship: A Mentoring Experience”**, Belgium, Paper Presented at the 18th Babson Entrepreneurship Research Conference.
12. Aldrich, H., Jones, T. P., Mcevoy, D. (2005), **“Ethnic Advantage and Minority Business Development”**, in Ward, R., Jenkins, R. (Eds), Ethnic Business, Cambridge University Press, Cambridge.
13. Anderson Kristen Lynn , (2000) , **Student Leadership Development : A Closer Look at Student Gains** , Thesis submitted to the Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in
14. Education.
15. Broadbent Jane , (2007) , **If you can't measure it, How can you manage it? Management and Governance in Higher Education Institutions, PUBLIC MONEY & MANAGEMENT JUNE.**
16. Bishop John , (1992) , **The Impact of academic competencies on wages , unemployment, and job performance** , Carnegie-Rochester Conference Series on public policy 37, 127-194 North-Holland.
17. Block, Z., Stumpf, S. A. (1992), **“Entrepreneurship Educational Research: Experience and Challenge”**, in Sexton, D. L., Kasarda, J. D. (Eds), The State of the Art of Entrepreneurship, PWS-Kent Publishing Company, Boston, MA
18. Bridge, S. O’Neil, K., Cromie, S. (1998), **“Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business”**, Macmillan, Basingstoke.
19. Cotton, T. (1990), **Enterprise Education Experience. A Manual for School Based In-service Training**, CA SDEC.
20. Casson, M. (1999), **“Entrepreneurship and Business Culture”**, **Studies in the Economics of Trust**, Edward Elgar, Aldershot., Vol. 1.
21. Drucker, P. (1985) **“Innovation and Entrepreneurship”** Butterworth Heinemann, Oxford.
22. Hisrich, R.D. & Peters. M.p, (1995), **Entrepreneurship: Starting Developing and Managing a New Enterprise**. New york , Irwin.
23. Jayan C. , 2006 , **Emotional Competence , personality and Job Attitudes as predictors of job performance** , © Journal of the Indian Academy of Applied Psychology , Vol.32 , No.2 , 135-144.
24. McMullan, W. E., Long, W. A. (1983), **“An Approach to Educating Entrepreneurs”**, the Canadian Journal of Business, Vol. 4, No. 1, pp. 32-6.
25. Mccline, Richard L. , (winter 2002) **“Opportunity recognition: an Exploratory Investigation of a Component of the Entrepreneurial Process in the context of the Health Care Industry: Theory and practice** vol, 25 issue 2, p81,94
26. Sexton, D. L., Upton, N. B. (1987), **“Evaluation of an Innovative Approach to Teaching Entrepreneurship”**, Journal of Small Business



- Management, Vol. 25, No. 1, pp. 35-43.
27. Sym, L. A., Lewis, J. W. (1987), **“Educational Needs of Small Business Start-ups: An Investigation of Short Course Revision”**, Cranfield, Paper Presented to the 10th National Small Business Policy and Research Conference, No November.
 28. Vesper, K. H. (1992), **“Research on Education for Entrepreneurship”**, in Kent, C. A. (Eds), **Encyclopedia of Entrepreneurship**, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
 29. Vuuren, jurie.van, nieman.gideon ,(2005) **entrepreneurship education and training : a model for syllabi/curriculum development.**