

طراحی و تبیین الگوی آموزش کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان

جواد پور کریمی

ماه منیر بیاناتی

مریم باباشاوردی، m.b.shaverdi@gmail.com

چکیده:

هدف، اهمیت و ضرورت پرداختن به آموزش کارآفرینی دانشگاهی را باید در تغییر ماهیت دانش در عصر معاصر جستجو کرد. هدف این مطالعه شناسایی عوامل تأثیرگذار بر برنامه های توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان بوده است. روش، در این پژوهش از روش آمیخته (کیفی و کمی) استفاده شد. در مرحله کیفی با خبرگان و صاحب نظران مصاحبه به عمل آمد و طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی با بهره گیری از نظریه داده بنیاد عوامل و شاخص های تأثیرگذار شناسایی شد. در مرحله کمی بر مبنای یافته های حاصل از مرحله کیفی پرسشنامه طراحی گردید و داده های لازم با هدف بررسی الگوی اولیه برنامه های توسعه آموزش کارآفرینی جمع آوری و مورد آزمون قرار گرفت. همچنین تحلیل داده های کمی در قالب آمار توصیفی، مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل، انجام شد.

یافته ها، در فرایند برنامه های توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان، دانشگاه ها با توجه به اسناد بالادستی دانشگاهی در صدد پاسخگویی به نیازهای توسعه مبتنی بر شکل دهی به حوزه های سیاستی و آموزشی مبتنی بر نیازهای اجتماعی هستند. پاسخگویی به نیازهای توسعه از طریق راهبردهایی نظیر: تدوین خط مشی کلان آموزش کارآفرینی، تعیین اهداف خط مشی، فرموله کردن خط مشی از مرحله تدوین اجرا و ارزیابی، ساختار مدیریتی در آموزش کارآفرینی، فرایند بودجه ریزی و تخصیص منابع مالی، ایجاد برنامه های آموزش کارآفرین محور برای تزریق درون سطوح نظام آموزش رسمی دانشگاهی، بلوغ و تکثر رشته های مرتبط با ایجاد نگرش کارآفرینانه و دانش فنی کارآفرینی، اعضای هیأت علمی صورت می پذیرد.

کلمات کلیدی: آموزش کارآفرینی، دانشگاه فرهنگیان، طراحی و تبیین الگو

مقدمه

واژه کارآفرینی بیش از دو قرن نیست که در ادبیات مدیریت و اقتصاد وارد شده و مانند سایر واژه ها تغییرات زیادی را به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده است. کارآفرینی ابتدا در نظریه های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و یا ارزش اقتصادی شناخته شده و از قرن پانزدهم تاکنون، در کانون مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. (احمد پور داریانی، ۱۳۹۳ ص. ۵) پیروان مکتب سوداگری یا مرکانتلیست ها، بازرگانانی را که در کار تجارت طلا و نقره دست داشتند، کارآفرین می دانستند. فیزیوکرات ها یا طبیعت گرایان منشأ ایجاد ثروت را زمین و فعالان کشاورزی را کارآفرین می گفتند. کلاسیک ها یعنی آدام اسمیت، ژان باتیست سه و جان استوارت میل، عوامل اصلی ثروت آفرینی را نیروی کار، سرمایه و مواد اولیه معرفی کرده اند و کشورهای مثل ایتالیا و انگلیس بعد از دوران رنسانس فعالیت های زیادی را روی این مسئله انجام دادند. بعد از مکتب کلاسیک ها، فرد جدیدی به نام شومپیتر که از اعضای مکتب اقتصادی آلمان است و درواقع پدر کارآفرینی محسوب می شود، در سال ۱۹۴۸ چنین بیان می کند: «کارآفرین نیروی محرکه اقتصاد است». (گاسون، ۱۹۸۲) او می گوید کسانی که در هر فعالیت و کسب و کار تجاری، محصول جدیدی تولید می کنند، یا روش های جدیدی در فرآیند تولید، بازاریابی و به کار می گیرند و یا از منابع جدیدی