

ارزیابی دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه‌های اصفهان و زنجان)

Evaluating the entrepreneurship knowledge, abilities, attitudes and creativity of students (Case Study: Universities of Esfahan and Zanjan)

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۴/۰۱/۲۸

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۱۱/۱۹

Akbar khorsandi yamchi

اکبر خرسندی یامچی *

Mahboubeh arefi

محبوبه عارفی **

Nabi Allah bayat

نبی‌اله بیات ***

Khudayar soleimani motlagh

خدایار سلیمانی مطلق ****

Hasan roshni Ali benesi

حسن روشنی علی‌بنه‌سی *****

Abstract: The aim of this study was to identify the extent that students have the entrepreneurial knowledge, ability, attitude, and creativity and after identification some recommendations were presented to improve entrepreneurship in higher education. The method of this research was descriptive; in term of aim, it is classified as applied research. Research population is consisted of 335 Masters Students from the Universities of Esfahan and Zanjan that were selected through random sampling. To collect data, researcher-made questionnaires were used. For analyzing the data of research descriptive and inferential statistical methods were used (T-test, ANOVA, Scheffe test). Results indicated that all four components of entrepreneurship are in the low level, unfavorable and are in similar situation that suggests need for more active efforts of faculty and staff in all areas relevant to the study.

چکیده: هدف این مطالعه، شناسایی میزان برخورداری دانشجویان از دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی است و بعد از شناسایی، پیشنهادهایی به منظور بهبود کارآفرینی در نظام آموزش عالی ارائه شد. روش تحقیق این پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی، و از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی، و جامعه آماری مورد مطالعه، دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های اصفهان و زنجان هستند که از این میان ۳۳۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی نسبتی انتخاب شده‌اند. برای گردآوری اطلاعات و داده‌های لازم از پرسشنامه محقق‌ساخته، و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون t تک‌نمونه، t برای دو گروه مستقل، تحلیل واریانس بکراهه، آزمون تعقیبی شفه) استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که وضعیت کارآفرینی در هر چهار مؤلفه مورد بررسی، در سطح پایین، نامطلوب و در وضعیت مشابهی قرار دارند که حکایت از ضرورت تلاش و فعالیت بیشتر اعضای هیأت علمی و مسئولان ذی‌ربط در تمام حوزه‌های بررسی شده دارد.

Key words: entrepreneurship, higher education, knowledge, abilities, attitudes, creativity.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش عالی، دانش، توانش، نگرش، خلاقیت.

* دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه علامه طباطبایی (مسئول مکاتبات):
(A.khorsandi1983@gmail.com)

** دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی

*** کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی آموزشی دانشگاه اصفهان

**** دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی دانشگاه مازندران

***** کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه

آموزش عالی، یکی از زیرساخت‌های اساسی توسعه در هر کشوری محسوب می‌شود و به همین لحاظ، توجه به مسائل آموزش عالی، همواره یکی از دغدغه‌های مهم تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان بوده است. در طی پنجاه سال گذشته، انتظارات از آموزش عالی رو به فزونی گذاشته است (نایت و یورکه^۱، ۲۰۰۳: ۴). در جهان رقابتی امروز دانشگاه‌هایی موفق هستند که قادر به بهره‌گیری بیشتر و بهتر از دانش و پژوهش باشند؛ چرا که دیگر مواد اولیه، زمین و سایر مواد طبیعی، منبع مهم و اساسی به شمار نمی‌روند؛ بلکه این افراد کارآفرین هستند که سرمایه با ارزش دنیای جدید به حساب می‌آیند؛ از این رو، بسیاری از دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، بهره‌گیری از کارآفرینی را آغاز نموده‌اند و این بذل توجه در قالب تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های علمی جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرینی و مهم‌تر از آن، پژوهش کارآفرینی در مراکز علمی و دانشگاهی ظاهر گردیده است (شفیع‌زاده، ۱۳۸۶).

کارآفرینی دانشگاهی، عبارت از کمک به حل مسائل جامعه، دولت و بنگاه‌ها و ایجاد زمینه توسعه نوآوری از طریق عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری‌های جدید و گسترش مرزهای دانش بشری است (یدلهی، ۱۳۸۴)؛ بر این اساس، نظام دانشگاهی باید به نحوی طراحی و سازمان‌دهی گردد که در آن، علاوه بر اعضای هیأت علمی، دانشجویان و کارکنان بتوانند در جهت تحقق کارآفرینی به نحو روشن‌مند، هدف‌مند و منسجم با یکدیگر تعامل داشته باشند، و دانشگاه با محیط نیز به منظور اقتباس و ایجاد الگوها و رویکردهای کارآفرینی متعدد و متناسب، در تعامل باشد. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که افزایش سطوح کارآفرینی می‌تواند از طریق آموزش، به‌خصوص آموزش مهارت‌های کارآفرینی، به دست آید، در تحقیقات نشان داده شده است که آموزش مهارت‌های کارآفرینی، به‌ویژه برای افرادی که به دنبال آغاز کسب و کارهای کوچک بوده‌اند، بسیار مؤثر بوده است (کارلان و والدیویا^۲، ۲۰۰۶). برخی از صاحب‌نظران علم کارآفرینی معتقدند که ویژگی‌های شخصیتی نیز عامل مؤثری در کارآفرینی به شمار می‌رود؛ به عبارت دیگر، آنها بر این باورند که اگر

۱. Knight & Yorke

۲. Karlan & Valdivia

چنین ویژگی‌هایی در فرد وجود داشته باشد، فرد به سمت کارآفرینی سوق می‌یابد (مورینو و گورگایویسکی، ۲۰۰۷).

نظام آموزشی کارآفرین به یقین با دیوارهای بلند و درهای بسته پدید نمی‌آید و ایجاد و تقویت کارآفرینی، مستلزم تعامل مستمر و گسترده با محیط اجتماعی، اقتصادی و تولیدی است (جهانیان، ۱۳۸۳). به‌طور کلی، هدف از پرورش مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان، تربیت دانش‌آموختگانی است که بتوانند پاسخگوی مسائل و نیازهای مربوط به حوزه تخصصی خویش باشند و با ارائه راه‌حل‌هایی خلاقانه و نوآورانه، پیشگامان توسعه در جهان به شمار آیند (کوثری و نوروززاده، ۱۳۸۸: ۳)؛ بنابراین، زمانی سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی انسانی مفید و مؤثر واقع می‌شود که دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، به‌عنوان محصولات این نظام، در جایگاه اصلی و تخصصی خود، که آموزش دیده‌اند، قرار گرفته و کارآمد باشند. خلاقیت، استقلال، عزت نفس و قدرت تصمیم‌گیری از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی هستند، و آموزش عالی در تحقق یافتن آنها و همچنین در افزایش تمایلات کارآفرینی، نقش بسیار مهمی دارد. در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود و حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد نادر، فعالیت در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث‌تر شدن آن در دهه ۱۳۸۰، موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. چند سالی است که در کشورهای توسعه‌یافته کارآفرینی در قالب سمینارهای آموزشی، ارائه چند واحد درسی اختیاری یا اجباری و ایجاد گرایش کارآفرینی در مقاطع کارشناسی‌ارشد دنبال می‌شود. بدیهی است آموزش اثربخش کارآفرینی، مستلزم فراهم‌آوردن امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مختلفی است که از جمله آنها می‌توان به مدرسان کارآفرینی، فضای مناسب پژوهشی، محتوای آموزشی و منابع مطالعاتی، اشاره نمود. از جمله مهم‌ترین این الزامات، روش یا روش‌های تدریس است. با مطالعه تجربیات دانشگاه‌ها و مؤسسات مختلف در کشورهای جهان، می‌توان شیوه‌های متنوع و مختلفی را برای آموزش کارآفرینی جست‌وجو نمود (فیض، ۱۳۸۶). رسالت تحقیقات کارآفرینی، جست‌وجوی مستمر و سیستماتیک عواملی است که بر توان افراد در جست‌وجو و خلق فرصت‌ها مؤثرند.

این دستاوردهای تحقیقاتی می‌تواند در طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی، مورد استفاده قرار گیرد (موسوی بازرگانی، ۱۳۸۵).

گرچه عوامل متعددی در امر کارآفرینی تأثیرگذار هستند، ولی بدیهی است که ویژگی‌های فرد، اعم از دانش و نگرش و مهارت‌های او، نقش انکارناپذیر و اساسی ایفا می‌نماید. بررسی وضع موجود این عامل مهم و یافتن خلاءهای موجود، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را در کمک به توسعه فرایند کارآفرینی یاری خواهد نمود. هدفی که در این پژوهش مدنظر قرار گرفت، عبارت بود از شناسایی وضعیت کارآفرینی دانشجویان در چهار حوزه دانش، توانش، نگرش و خلاقیت، و به دنبال آن این سؤال کلی مدنظر قرار گرفته بود که تا چه میزان دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی دانشجویان از مطلوبیت برخوردار است؛ بر این اساس، در ادامه بحث، مرور کوتاه بر پیشینه موضوع و روش پژوهش و نتایج حاصله بیان شده است.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

کارآفرینی، یک واژه رایج و متداول است و سیاست‌گذاران، اقتصاددانان، انجمن‌های علمی و حتی دانشجویان دانشگاه در مورد آن صحبت می‌کنند. همه ساله در سراسر دنیا، سمینارها، کنفرانس‌ها و کارگاه‌هایی سازمان‌دهی می‌شوند که بر اهمیت کارآفرینی برای کشور و سازمان‌ها، جامعه و نیز توسعه فردی تأکید می‌کنند. امروزه به کارآفرینی، به عنوان یکی از بهترین استراتژی‌های توسعه اقتصادی برای توسعه رشد اقتصادی و تقویت رقابت‌پذیری کشور و سازمان‌ها در مواجهه با گرایش‌های فزاینده جهانی‌سازی نگرسته می‌شود (کیت^۱ و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۰۸). برای اغلب مردم، پذیرش کارآفرینی بیشتر به سبب تأثیر مثبت آن در بسیاری از کشورها به عنوان عامل شتاب‌دهنده در تولید ثروت و ایجاد فرصت‌های شغلی است (کومه^۲ و همکاران، ۲۰۱۳: ۲۰۹). کارآفرینی، فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با ریسک‌پذیری مالی، روانی و اجتماعی است که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق‌طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (هیسریچ^۳ و

۱. Keat

۲. Kume

۳. Hisrich

همکاران، ۱۹۸۵: ۱۸). کارآفرینی و کارآفرینان، نماد تلاش و موفقیت و همچنین، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری و نیز، موتور محرک توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع به‌شمار می‌روند (اوربانو^۱ و همکاران، ۲۰۱۰: ۵۸). ما و تان معتقدند که کارآفرینی، یک ذهنیت ویژه است؛ یک شیوه بی‌نظیر نگاه به جهان، و نوعی خلاقیت مخاطره‌آمیز در جهت خودشکوفایی و تکامل است. در قلب کارآفرینی، تمایل به پیشرفت، اشتیاق به خلاقیت، آرزو برای آزادی، انگیزه برای استقلال و تجسم دیدگاه و رویاهای کارآفرینانه با کار سخت خستگی‌ناپذیر، خطرپذیری حساب شده، نوآوری مداوم و پشتکار پایدار، واقع شده است (ما و تان^۲، ۲۰۰۶: ۷۰۷).

کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهاست و در پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. اهمیت کارآفرینی و تأثیر آن بر سرنوشت کشورها باعث شده است تا برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران برای توسعه آن در ابعاد گوناگون تلاش و کوشش نمایند. مطالعات درباره کارآفرینی به قرن هفدهم و هجدهم (با کار کسانی چون ریچارد کانتلیون و جین بپتیست سی) بر می‌گردد. در قرن بیستم از سوی اقتصاددانانی مانند بامول، کرزینر و شومپتر این مطالعات ادامه داده شد و کارآفرینی، یکی از موضوعات مورد علاقه پژوهشگران شناخته شد (مارس و ریوس-اگویار^۳، ۲۰۰۹: ۴۴۴) در طول سال‌های اخیر، کارآفرین رونق رو به رشدی را در خط‌مشی سیاسی در پیش گرفته است، و دولت‌ها در حال اعتماد به کارآفرینان نوآور هستند که باعث تداوم رشد اقتصادی برای کمک به استمرار رفاه در آینده می‌شوند (تری^۴، ۲۰۰۵: ۲۲۶). در واقع امروزه کارآفرینی و توسعه آن، به عنوان کلید رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است (هارکما و اسکات^۵، ۲۰۰۸: ۵۱۸).

تحقیقات تجربی متعددی، همبستگی مثبت بین فعالیت‌های کارآفرینی و رشد اقتصادی را تأیید می‌کنند؛ لذا سیاست‌گذاران اروپایی و امریکایی، معتقدند که

۱. Urbano

۲. Ma & Tan

۳. Mars & Rios-aguilar

۴. Try

۵. Harkema & schout

کارآفرینی، علاوه بر آموزش، به سطوح بالاتر رشد اقتصادی و نوآوری نیاز دارد (وان پراگ و ورسلوت^۱، ۲۰۰۷: ۳۵۲). همچنین زمینه‌ها و خط‌مشی‌های متنوعی در کارآفرینی درگیر هستند و این زمینه‌ها و خط‌مشی‌ها، موضوعاتی از قبیل: آموزش، نوآوری، سرمایه‌گذاری و کسب و کارهای کوچک را شامل می‌شود (تری، ۲۰۰۵: ۲۲۶).

امروزه با وجود توافق عمومی در مورد نقش دانشگاه‌ها در رشد علمی و اقتصادی کشورها، توجه شایانی به پیگیری نتایج تحقیقات دانشگاهی معطوف شده است. در چنین شرایطی، یکی از نقش‌های مهم دانشگاه‌ها، ترویج و انتقال دانش در راستای تحقق رشد اقتصادی است، و به عنوان کلیدی در اجرای سیاست‌های تکنولوژیکی و علمی ملی تلقی می‌شود (نوتنی^۲ و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۸۳). رائه^۳ و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند که همه دانشجویان نیاز دارند اندیشه‌ها، مهارت‌ها و تجارب کارآفرینی را به عنوان بخشی از برنامه علمی، شغلی و اجتماعی خود توسعه دهند. در این میان، امروزه بر نقشی که آموزش و پرورش کارآفرینی و توسعه نگرش‌ها، توانایی‌ها و مهارت‌ها ایفاء می‌کند اتفاق نظر عمومی وجود دارد، به طوری که کارآفرینی به عنوان یک رشته علمی، شناسایی شده و ذاتی بودن کارآفرینی مورد سؤال قرار گرفته است که می‌توان دانش مربوط به آن را کسب کرد (هینونن و پویک‌کیجوکی^۴، ۲۰۰۶: ۸۵؛ اریکسون^۵، ۲۰۰۳: ۱۰۹). تحقیقات نشان داده‌اند که آموزش مهارت‌های کارآفرینی، در کاهش کسادها و رکود اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه (ماتلی و کری^۶، ۲۰۰۶)، تحقق رشد اقتصادی (استنبرگ و ون‌نکرس^۷، ۲۰۰۵: ۱۹۷)، انتقال فارغ‌التحصیلان آموزش عالی به سمت خوداشتغالی (ماتلی و وستید^۸، ۲۰۰۵: ۲۸۳)،

۱. Van Praag & Versloot

۲. Nowotny

۳. Rae

۴. Heinonen & Poikkijoki

۵. Erikson

۶. Matlay & Carey

۷. Sternberg & Wennekers

۸. Matlay & Westhead

افزایش خودکارآمدی کارآفرینی و مخاطره‌پذیری دانش‌آموختگان از مؤثرترین عوامل محسوب می‌گردد (سگال^۱ و همکاران، ۲۰۰۵: ۴۵).

دموری و همکاران (۱۳۸۸) در جهت شناسایی و رتبه‌بندی مهم‌ترین انگیزه‌ها برای کارآفرینی در میان دانشجویان دختر نشان داده‌اند که اصلی‌ترین انگیزه کارآفرینی دختران دانشجو، فراهم‌سازی شرایط برای زندگی بهتر، و پس از آن، مفیدبودن برای جامعه، دستیابی به استقلال و شناخت و بروز استعدادها و توانایی‌های شخصی است.

اثرات مثبت و چشم‌گیر کارآفرینی باعث گردیده است تا دولت‌ها در جوامع توسعه‌یافته و در حال توسعه، به موضوع کارآفرینی توجه خاص نموده و برای گسترش آن اهتمام ویژه‌ای صرف نمایند. توسعه کارآفرینی در هر کشور مستلزم فراهم آوردن امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و نیز طراحی و ایجاد ساختارهای مناسب است. یکی از عوامل مهم و مؤثر در توسعه کارآفرینی در هر جامعه، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی است. این مراکز، به عنوان مغز متفکر جامعه، نقش کلیدی در شناسایی و پرورش استعدادهای کارآفرینانه ایفا می‌کنند (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۲). در واقع، دانشگاه‌های پویا در هزاره جدید، دانشگاه‌هایی هستند که می‌توانند با تلفیق ارزش‌های تخصصی، نظری، عملی و مهارت‌های مدیریتی (کلارک^۲، ۲۰۰۴). کارآفرینانی نوآور تحویل جامعه دهند؛ در این میان، این نکته را نیز همواره باید در نظر داشت که دانشگاهی که قصد دارد کارآفرین تربیت کند باید در برابر تغییر و تحولات، خود سازمانی انعطاف‌پذیر، کارآمد، خلاق و نوآور و کارآفرین باشد و فرصت‌های موجود در زمینه‌های مختلف را از دست ندهد (حسینی لرگانی و همکاران، ۱۳۸۷). مطالعات زیادی در حوزه کارآفرینی و آموزش کارآفرینی در ایران و سایر کشورها انجام شده است، در جدول شماره (۱) به خلاصه‌ای از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

جدول (۱) خلاصه مطالعات پیشین در حوزه کارآفرینی

پژوهشگر	سال	عنوان	یافته‌ها
---------	-----	-------	----------

۱. Segal

۲. Clark

پژوهشگر	سال	عنوان	یافته‌ها
صبیر احمد ^۱ و همکاران	۲۰۱۴	شناسایی عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی در بین دانشجویان	شخصیت، خلاقیت و کانون کنترل سه عامل اصلی در جهت‌دهی علاقه به کارآفرینی است.
نگاش و امنتی ^۲	۲۰۱۳	بررسی نیت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه‌های اتیوپی: با تمرکز بر رشته‌های فناوری و کسب و کار	هنجارهای ذهنی، خودکارآمدی ادراک‌شده، محیط دانشگاه، حمایت آموزشی، و نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی پیش‌بین‌های معنادار نیت کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی است.
اسلام ^۳ و همکاران	۲۰۱۲	نیت کارآفرینی در بین دانشجویان پنجاب کشور پاکستان	یافته‌ها نشان دادند دانشجویانی که در دوره‌های آموزش کارآفرینی شرکت نموده‌اند نسبت به دانشجویانی که شرکت نکرده‌اند، به کارآفرینی تمایل بیشتری از خود نشان می‌دهند.
استریگ و همکاران ^۴	۲۰۱۰	تأثیر آموزش کارآفرینی بر مهارت‌های کارآفرینی و انگیزشی	افزایش سطوح کارآفرینی می‌تواند از طریق آموزش کارآفرینی به دست آید و اثر این آموزش‌ها در طول سال‌های آموزش مثبت بوده است.
داوید ^۵	۲۰۰۶	ایجاد کارآفرینی در دانشگاه	یافته‌ها موانعی را در توسعه کارآفرینی از قبیل: روش‌های نامناسب آموزش، فرهنگ سازمانی و عدم استعداد کارآفرینی نشان داد و برای غلبه بر این موانع نیز توصیه‌هایی از قبیل اینکه دانشگاه‌ها باید در آموزش کارآفرینی تمرکز بر ابتکار در حین عمل داشته باشند و اهمیت کارآفرینی نیاز به برنامه‌های بلندمدت دارد، ارائه کرد.
اینار و راسموسن ^۶	۲۰۰۶	آموزش کارآفرینی تحت عمل	دانشگاه‌ها باید انگیزش و رضایت لازم را در بین فارغ‌التحصیلان برای فعالیت کارآفرینی و نوآوری از طریق توسعه و تشویق یادگیری ضمن عمل افزایش دهند.
راسموسن و سورهم ^۷	۲۰۰۶	آموزش کاربردی کارآفرینی	یافته‌ها نشان داد که تأسیس شرکت‌های نوآور، عامل کلیدی در تحقق اهداف اقتصادی در سطح شرکت‌های نوآور، و ایجاد کسب و کارهای جدید، عامل کلیدی در تحقق اهداف اقتصادی در سطوح سازمانی، منطقه‌ای و ملی است. عامل محدودکننده در این میان، در دسترس نبودن افراد شایسته برای مدیریت پروژه‌ها و کارآفرینان است. دانشگاه‌ها از

۱. Sabir Ahmad

۲. Negash and Amentie

۳. Aslam

۴. Oosterbeek, Praag & Ijsselstein

۵. David

۶. Einar & Rasmussen

۷. Rasmussen & Sorhim

پژوهشگر	سال	عنوان	یافته‌ها
			طریق افزایش انگیزه و توسعه قابلیت‌های دانشجویان می‌توانند این مهم را دنبال کنند تا آنها افرادی عمل‌گرا در نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه شوند.
وسترگارد ^۱	۲۰۰۵	پویایی دانشگاه‌ها، موانع کارآفرینی در دانشگاه‌ها و چگونگی غلبه بر آنها	یافته‌های پژوهش، روابط سیاسی حاکم بر دانشگاه‌ها و عدم واگذاری مسئولیت شرکت‌های خالق فناوری‌های دانش‌محور به محققان ارشد را دو مانع اصلی کارآفرینی در دانشگاه‌ها شناسایی و بیان کردند.
هنری و همکاران ^۲	۲۰۰۵	آموزش و پرورش کارآفرینی	در مورد اینکه آیا می‌توان کارآفرینی را آموزش داد، یافته‌ها نشان داد که کارآفرینی هم هنر است و هم علم، و در نتیجه می‌توان جنبه‌هایی از کارآفرینی را آموزش داد.
پوستیگو ^۳	۲۰۰۲	آموزش کارآفرینی در آراژانتین؛ مورد مطالعه دانشگاه سن‌اندر	از نظر دانشجویان، مهم‌ترین دوره‌ها برای آموزش کارآفرینی دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری است. در این مطالعه، دانشجویان خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده‌اند.
رشید ^۴	۲۰۰۲	نقش آموزش، بر افزایش نگرش‌های خاص و خصوصیات کارآفرینانه	افراد در دو گروه تجربی و گواه طبقه‌بندی شدند. نتایج حاکی از آن است که افراد گروه تجربی به شکل محسوس‌تری بالاتری از مقیاس نگرش کارآفرینانه، را به خود اختصاص داده‌اند.
آراستی و همکاران	۱۳۹۲	انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت؛ شباهت‌ها و تفاوت‌ها	انگیزه‌های کارآفرینیان در بخش صنعت عبارتند از: کسب درآمد، ایجاد اشتغال، استفاده از فرصت‌ها، کمک به جامعه، اثبات شایستگی‌ها، رضایت درونی، کسب استقلال.
منصوری‌نژاد و همکاران	۱۳۹۱	بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران	یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که تنها ۳۸/۴ درصد دانشجویان دارای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی بودند. همچنین آنها در اکثر ویژگی‌ها فاصله زیادی با وضعیت مطلوب داشتند. البته، دانشجویان در ویژگی کانون کنترل، به وضعیت مطلوب نزدیک بوده و در ویژگی تحمل ابهام، وضعیت بسیار خوبی داشتند.
محمدی و همکاران	۱۳۹۰	بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی	نتایج نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آنها به کارآفرینی، رابطه معناداری وجود دارد.
حسینی‌پور و رضایی	۱۳۸۹	بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی	نتایج نشان داد که بین متغیرهای مهارت‌های کارآفرینی، انگیزه‌های درونی و بیرونی دانشجویان، برداشت ذهنی از جذاب بودن کارآفرینی، خودکارآمدی، انتظار، خلاقیت و هنجار اجتماعی و نگرش دانشجویان

۱. Vestergard

۲. Henry & Hill and Leitch

۳. Postigo

۴. Rasheed

پژوهشگر	سال	عنوان	یافته‌ها
			به کارآفرینی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که نداشتن سرمایه یا پس‌انداز شخصی، ناتوانی در به دست آوردن منابع مالی و نداشتن اطلاعات درباره راه‌اندازی یک کسب و کار، مهم‌ترین موانع تمایل دانشجویان به کارآفرینی هستند.
طیبی و نصرآصفهانی	۱۳۸۷	ارزیابی تأثیر دوره‌های آموزش کارآفرینی بر ضریب کارآفرینی	دوره‌های آموزش کارآفرینی، مهارت کارآفرینی شرکت‌کنندگان را افزایش می‌دهد.
غفاری	۱۳۸۷	بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور اراک	قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینه استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بود، اما نمرات ریسک-پذیری از متوسط نمره معیار پایین‌تر بود. همچنین، آموزش‌های دانشگاهی در پرورش قابلیت‌های کارآفرینی در دانشجویان مؤثر نبوده است.
شهبازی	۱۳۸۷	چالش‌های توسعه و آموزش کارآفرینی: نگاهی به نقش ویژگی‌های شخصیتی	در مرحله آموزش کارآفرینی به کارکنان و دانشجویان، با توجه و تأکید بیشتر نسبت به ابعاد چهارگانه حمایت از طرح‌های کارآفرینانه، تقویت روحیه تیمی، ویژگی‌های شخصیتی و توجه به نیازهای صنعت، اثربخشی برنامه‌های کارآفرینی بیشتر شده است.
طالبی و زارع	۱۳۸۷	آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و دانش‌بنیان	علت ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش، پیدایش نوآوری و کارآفرینی مبتنی بر دانش است، و دانشگاه به دلیل داشتن ویژگی‌های پایه، مانند سرمایه انسانی در قالب دانشجو و اعضای هیأت علمی، محل مناسبی برای نوآوری مبتنی بر دانش است.

با نگاهی به پژوهش‌های انجام‌شده ملاحظه می‌شود که این پژوهش‌ها اغلب کارآفرینان بالقوه را از سه جنبه بررسی کرده‌اند: (۱) ویژگی‌های شخصیتی که بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان تمایز قایل می‌شود؛ (۲) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مانند: جنسیت، سن، تحصیلات، پیشینه خانوادگی و ...؛ (۳) عوامل محیطی (به‌ویژه عوامل شخصی مانند نگرش و خلاقیت کارآفرینی) که بر تصمیم افراد برای راه‌اندازی یک حرفه کارآفرینانه اثرگذار است (گوئررو^۱ و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۷). در ادامه پژوهش‌های انجام شده، این بررسی به دنبال پاسخگویی به سؤالات ذیل است:

- دانشجویان کارشناسی‌ارشد دانشگاه‌های اصفهان و زنجان از چه میزان دانش کارآفرینی برخوردارند؟

- دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های اصفهان و زنجان از چه میزان توانش کارآفرینی برخوردارند؟
- نگرش دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های اصفهان و زنجان در حیطه کارآفرینی چیست؟
- خلاقیت دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های اصفهان و زنجان در حیطه کارآفرینی چیست؟
- آیا بین دیدگاه‌های دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های اصفهان و زنجان برحسب متغیرهای تعدیل‌کننده (جنسیت، رشته تحصیلی، دانشگاه) تفاوت معناداری وجود دارد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و برای اجرای آن از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شده است. همچنین به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته ۴۰ گویه‌ای بر اساس مقیاس پنج سطحی لیکرت استفاده شده، روایی پرسشنامه از طریق نظرات متخصصان و کارشناسان مورد تأیید قرار گرفته، و پایایی پرسشنامه نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و ۰/۹۵ برآورد شده است. جامعه آماری پژوهش، مشتمل بر ۲۶۳۴ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی و مهندسی دانشگاه‌های اصفهان و زنجان بوده که با محاسبه واریانس جامعه، تعداد ۳۳۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری کوکران به عنوان نمونه آماری پژوهش برآورد گردید که از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی استفاده شد. جامعه و نمونه آماری به‌طور خلاصه در جدول (۱) نشان داده شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در سطح آمار استنباطی، از آزمون‌های t تک‌نمونه‌ای، t برای دو گروه مستقل، و تحلیل واریانس یک‌راهه استفاده شده، و برای تعیین تفاوت‌ها در صورت لزوم آزمون تعقیبی شفه محاسبه گردید.

جدول (۲) جامعه و نمونه آماری

دانشگاه زنجان		دانشگاه اصفهان		جنسیت	دانشکده
نمونه	جامعه	نمونه	جامعه		
۱۲	۹۷	۵۶	۴۳۵	مرد	علوم انسانی

۱۴	۱۰۴	۶۳	۵۰۰	زن	علوم پایه
۱۳	۱۰۱	۴۴	۳۴۳	مرد	
۲۵	۲۰۲	۸۰	۶۴۰	زن	فنی مهندسی
۱۳	۱۰۹	۹	۷۱	مرد	
۳	۱۹	۳	۱۳	زن	کل
۳۸	۳۰۷	۱۰۹	۸۴۹	مرد	
۴۲	۳۲۵	۱۴۶	۱۱۵۳	زن	
۸۰	۶۳۲	۲۵۵	۲۰۰۲	مرد و زن	

یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی مطلوبیت دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی در سؤال‌های اول، دوم، سوم و چهارم پژوهش از آزمون t تک نمونه استفاده شده است.

سؤال اول: دانشجویان از چه میزان دانش کارآفرینی برخوردارند؟

جدول (۳) آزمون t تک نمونه در حوزه دانش کارآفرینی

Test Value = 57			انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	دانشگاه
Sig.	df	T				
۰/۰۰۰	۲۵۴	-۱۸/۸۸۸	۱۳/۲۹۷	۴۱/۲۷۰	۲۵۵	اصفهان
۰/۰۰۰	۷۹	-۸/۸۷۱	۱۳/۴۸۵۴	۴۳/۶۲۵۰	۸۰	زنجان

یافته‌های t تک نمونه در حوزه دانش کارآفرینی نشان داد که دانش کارآفرینی در هر دو جامعه مورد مطالعه، از مطلوبیت پایینی (به عبارتی از وضعیت نامطلوبی) برخوردار است.

سؤال دوم: دانشجویان از چه میزان توانش کارآفرینی برخوردارند؟

جدول (۴) آزمون t تک نمونه در حوزه توانش کارآفرینی

Test Value = 72			انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	دانشگاه
Sig.	df	T				
۰/۰۰۰	۲۵۴	-۲۱/۵۱۰	۱۶/۶۵۸	۴۹/۵۶۰	۲۵۵	اصفهان
۰/۰۰۰	۷۹	-۱۳/۲۱۵	۱۵/۶۶۴	۴۸/۷۰۸	۸۰	زنجان

با توجه به داده‌های جدول فوق می‌توان چنین استنباط کرد که توانش کارآفرینی در هر دو جامعه مورد مطالعه، از مطلوبیت پایینی (به عبارتی از وضعیت نامطلوبی) برخوردار است.

سؤال سوم: نگرش دانشجویان در حیطه کارآفرینی چیست؟

جدول (۵) آزمون t تک نمونه در حوزه نگرش کارآفرینی

Test Value = 45			انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	دانشگاه
Sig.	df	T				
۰/۰۰۰	۲۵۴	-۱۹/۸۴۳	۱۰/۸۸۰	۳۱/۴۵۲	۲۵۵	اصفهان
۰/۰۰۰	۷۹	-۸/۵۴۵	۱۱/۶۱۹	۳۳/۹۰	۸۰	زنجان

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که نگرش کارآفرینی در هر دو جامعه مورد مطالعه از مطلوبیت پایینی (به عبارتی از وضعیت نامطلوبی) برخوردار است.

سؤال چهارم: خلاقیت دانشجویان در حیطه کارآفرینی چیست؟

جدول (۶) آزمون t تک نمونه در حوزه خلاقیت کارآفرینی

Test Value = 66			انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	دانشگاه
Sig.	df	T				
۰/۰۰۰	۲۵۴	-۲۰/۵۵۵	۱۶/۴۶۸	۴۴/۷۵۹	۲۵۵	اصفهان
۰/۰۰۰	۷۹	-۸/۶۵۸	۱۷/۸۴۶	۴۸/۷۲۵	۸۰	زنجان

با توجه به داده‌های جدول می‌توان چنین استنباط کرد که خلاقیت کارآفرینی در هر دو جامعه مورد مطالعه از مطلوبیت پایینی (به عبارتی از وضعیت نامطلوبی) برخوردار است.

سؤال پنجم: آیا بین میزان کارآفرینی دانشجویان برحسب متغیرهای تعدیل کننده (جنسیت، رشته تحصیلی، دانشگاه) تفاوت معناداری وجود دارد؟

نتایج تأثیر ویژگی‌های فردی بر دانش، توانش، نگرش و خلاقیت در جدول (۷) نشان شده است.

جدول (۷) نتایج آماری تأثیر ویژگی‌های فردی بر دانش، توانش، نگرش و خلاقیت

متغیر	دانش	توانش	نگرش	خلاقیت
-------	------	-------	------	--------

نتیجه	Sig	نوع آزمون	نتیجه	Sig	نوع آزمون	نتیجه	Sig	نوع آزمون	نتیجه	Sig	نوع آزمون
تأیید	۰/۰۰۱	T مستقل	رد	۰/۰۰۱	T مستقل	رد	۰/۰۰۱	T مستقل	رد	۰/۰۰۱	T مستقل
رد	۰/۰۰۱	AVOVA	رد	۰/۰۰۱	AVOVA	رد	۰/۰۰۱	AVOVA	رد	۰/۰۰۱	AVOVA
رد	۰/۲۸۵	T مستقل	رد	۰/۴۳۹	T مستقل	رد	۰/۲۴۰	T مستقل	تأیید	۰/۰۷۱	T مستقل

آزمون t برای دو گروه مستقل نشان داد که در خصوص نمره مؤلفه‌های کارآفرینی، با توجه به متغیر جنسیت، تفاوت معناداری وجود دارد؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که در این مؤلفه‌ها جنسیت بر میزان کارآفرینی افراد مؤثر است؛ به عبارتی میزان کارآفرینی افراد نمونه به تفکیک جنسیت آنها متفاوت است و مقایسه میانگین‌ها نشان داد که مردها نسبت به زن‌ها، در همه مؤلفه‌های کارآفرینی از مطلوبیت بهتری برخوردار هستند. با توجه به داده‌های جدول فوق، همچنین می‌توان نتیجه گرفت که در این مؤلفه‌ها، متغیر رشته تحصیلی بر میزان کارآفرینی افراد مؤثر است؛ به عبارتی میزان کارآفرینی افراد نمونه به تفکیک رشته تحصیلی آنها متفاوت است، و نتایج آزمون تعقیبی نشان داد که دانشجویان رشته‌های علوم فنی - مهندسی در مقایسه با دانشجویان رشته‌های علوم انسانی و علوم پایه، از دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی مطلوب‌تری برخوردار هستند. یافته‌های حاصل از آزمون t برای دو گروه مستقل، بیانگر عدم تفاوت معناداری بین نمره‌های مؤلفه‌های کارآفرینی و متغیر دانشگاه است؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که در این مؤلفه‌ها، متغیر دانشگاه بر میزان کارآفرینی افراد تأثیر معناداری ندارد؛ به عبارتی میزان کارآفرینی افراد نمونه به تفکیک دانشگاه آنها تفاوتی با یکدیگر ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی میزان برخورداری دانشجویان از ابعاد کارآفرینی انجام شد. یافته‌های تحلیلی داده‌های پژوهش در حوزه دانش کارآفرینی نشان داد که این مؤلفه از وضعیت نامطلوبی برخوردار است. از جمله عوامل و دلایل احتمالی که موجب شده است تا دانش کارآفرینی از وضعیت نامطلوبی برخوردار شود می‌توان به عامل مهم کمبود واحدهای عملی گروه‌های آموزشی و امکانات مناسب و کافی به منظور انجام کارهای عملی در دانشگاه‌ها اشاره کرد. یافته‌های پژوهش امیریان (۱۳۸۶) نشان داده است که دانشگاه‌ها در گذشته نتوانسته‌اند نقش شایسته خود را در امر کارآفرینی ایفا نمایند و امروزه هم در این مسیر با موانع زیاد و گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روبرو هستند و بخشی از این مشکلات به نظام

آموزشی، ساختار و عملکرد آن و بخشی نیز به مسائل کلان دولت و جامعه و ارتباط میان آنها مربوط می‌شود. تدین (۱۳۸۶) به این نتیجه رسید که آموزش کارآفرینی متفاوت از آموزش‌های سنتی بوده و مستلزم به‌کارگیری استراتژی‌های آموزشی ویژه‌ای است که در آن، دانشجویان از استقلال بیشتری در مورد چگونگی و شرایط یادگیری برخوردارند. نتایج پژوهش سلیمی و عبدی (۱۳۸۶) نیز نشان داد که کارآفرینی، یک امر قابل آموزش است و می‌توان آن را نظارت و ارزشیابی نمود. در این میان می‌توان از مدل‌های متفاوتی از آموزش کارآفرینی استفاده نمود که هر کدام دارای خصوصیات منحصر به فردی هستند. دانشگاه‌ها می‌توانند نقش اساسی در آموزش کارآفرینی و توسعه دانش و روحیه کارآفرینی در دانشجویان و حتی به طور کلی در جامعه ایفاء نمایند. همچنین یافته‌های پژوهش شفیع‌زاده (۱۳۸۶) نشان داد که آموزش، مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش را در توسعه کارآفرینی دارد، و دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید آموزش‌های لازم را به‌منظور توسعه کارآفرینی و فرهنگ‌سازی در دستور کار خود قرار دهند. دانشگاه‌ها، به‌عنوان متولی اصلی پرورش نیروی متخصص جامعه، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه کارآفرینی در کشور دارند. به همین دلیل، امروزه این نگرش به وجود آمده است که سرمایه اصلی دانشگاه‌های آینده از فارغ‌التحصیلان کارآفرین تأمین خواهد شد؛ لذا باید برنامه‌ریزی دقیق و منسجمی در زمینه آموزش کارآفرینی در این مؤسسات صورت گیرد. نتایج پژوهش‌های لوئیس^۱ و همکاران (۲۰۰۰) و وان پراگ و ورسلوت^۲ (۲۰۰۷) و نتایج پژوهش انت ویسل^۳ (۲۰۰۲) و تیمنز و اسپینلی^۴ (۲۰۰۷) نشان دادند که آموزش، عامل اصلی توسعه کارآفرینی است، و برای کارآفرین شدن، ابتدا باید دانش لازم را در این زمینه به افراد منتقل نمود.

مؤلفه توانش کارآفرینی نیز از وضعیت نامطلوبی برخوردار بود. ناتوانی دانشگاه‌ها در توانمندکردن دانشجویان برای ورود به بازار کار، ارتباط و همکاری ضعیف بین دانشگاه و صنعت و ناکافی بودن کارگاه‌های آموزشی و مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها به منظور ارائه برنامه‌های آموزشی مناسب به دانشجویان، از جمله عواملی احتمالی

۱. Luis

۲. Van Praag & Verslout

۳. Entwistle

۴. Timmons & Spinelli

هستند که وضعیت نامطلوب توانش کارآفرینی را به وجود آورده‌اند. در این حوزه، نتایج پژوهش کارکنان نصرآبادی (۱۳۸۶) نشان داد که امروزه کارآفرینان نیاز مبرم به تخصص و مهارت دارند و دانشگاه‌ها می‌توانند مهم‌ترین وسیله کسب این مهارت‌ها باشند. دانشگاه‌ها و مراکز علمی، انجمن‌های علمی دانشجویی، یکی از مهم‌ترین زمینه‌های تحقق این هدف است. یافته‌های پژوهش موسوی بازرگانی (۱۳۸۵) نشان داد که هدف اصلی آموزش کارآفرینی نیز چیزی جز توان‌بخشی افراد برای جست‌وجو و خلق فرصت‌ها نخواهد بود. نتیجه پژوهش پیوندی (۱۳۸۶) نشان داد که با انجام پژوهش‌های مناسب می‌توان دانشگاه را به‌صورت مرکز پشتیبانی از کارآفرینی به وجود آورد تا با فعالیت مناسب بر شکوفایی فناوری و اقتصاد کشور تأثیرگذار گردد. نتایج پژوهش‌های استریبیک^۱ و همکاران (۲۰۱۰)، صالحی عمران و رستمی (۱۳۸۶)، وان پراگ و ورسلوت^۲ (۲۰۰۷) و نرکس^۳ (۲۰۰۵) نشان دادند که یکی از عوامل مهم کارآفرینی، داشتن تخصص و مهارت است. پژوهش لوپس و همکاران (۲۰۰۶) و انت ویسل (۲۰۰۲) نشان دادند که رسالت عمده دانشگاه‌ها، آموزش مداوم، پژوهش و گسترش فعالیت‌ها به منظور تربیت افراد با دانش حرفه‌ای و مهارت‌هایی است که بتوانند در توسعه اجتماعی شرکت کنند.

نگرش کارآفرینی دانشجویان، مؤلفه دیگری بود که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها حاکی از نامطلوب بودن وضعیت این مؤلفه بود. از جمله عوامل احتمالی مؤثر در خصوص وضعیت این مؤلفه، می‌توان به توجه ناکافی به نقش کارآفرینی در کاهش بیکاری و توسعه کشور، اعتقاد برخی از دانشجویان و جامعه مبنی بر ایجاد اشتغال از سوی دولت، تمایل ناکافی دانشجویان برای خوداشتغالی و ایجاد کسب و کار و شرکت‌های کوچک، و نبود برنامه‌های بازدید از مراکز کارآفرینی و شرکت‌های کوچک که از سوی افراد کارآفرین ایجاد شده‌اند، اشاره کرد. نتیجه پژوهش استریبیک و همکاران (۲۰۱۰) نشان داد که آموزش کارآفرینی بر مهارت‌های کارآفرینی و انگیزشی تأثیر دارد و موجب افزایش سطوح کارآفرینی می‌شود. نتایج پژوهش صالحی عمران و رستمی (۱۳۸۶) نشان داد که برنامه‌های آموزشی دانشگاه،

۱. Oosterbeek

۲. Van Praag, C.M., Verslout

۳. Narque

زمینه پرورش کارآفرینی را برای دانشجویان فراهم نکرده است. همچنین یافته‌ها نشان داد که هیچ کدام از دانشکده‌ها عملکرد بهتر یا بدتری نسبت به سایر دانشکده‌ها در پرورش روحیه کارآفرینی نداشته و میزان برخورداری دانشجویان از روحیه کارآفرینی در ۱۴ دانشکده مورد مطالعه، تفاوت معناداری با هم نداشته، و نیز بین عامل جنسیت و روحیه کارآفرینی، رابطه معناداری وجود نداشته است. نتایج پژوهش هارکیما و اسکات (۲۰۰۸) نشان داد که آموزش کارآفرینی با نگرش دانشجویان نسبت به آن و پرورش روحیه کارآفرینی رابطه دارد. نتایج تحقیق شکرکن و همکاران (۱۳۸۱) نشان داد که بین انگیزش و کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر، همبستگی معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش تقی امیری و مرادی (۱۳۸۷) نشان داد که چهار عامل سبک مدیریت، محتوای دروس، نظام اداری- مالی و عملکرد کارکنان دانشگاه به ترتیب، به عنوان مهم‌ترین موانع درون دانشگاهی نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان به حساب می‌آیند. پژوهش مک‌لین^۱ (۲۰۰۴) نشان داد که کارآفرینی در بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، به عنوان اصلی‌ترین منبع توسعه مورد نظر قرار گرفته است و توجه فراوانی به آن مبذول داشته‌اند.

خلاقیت کارآفرینی دانشجویان، آخرین مؤلفه مورد بحث، نیز از وضعیت نامطلوبی برخوردار بود. توجه ناکافی به ایده‌های جدید و ناب دانشجویان، به‌کارگیری شیوه‌های نامناسب تدریس و ارزشیابی، و حمایت ناکافی از دانشجویان نخبه و خلاق کشور، به نظر از جمله عوامل و دلایلی هستند که وضعیت کیفی نامطلوب خلاقیت کارآفرینی را موجب شده‌اند. در این زمینه، نتایج پژوهش سریع‌القلم (۱۳۸۶) نشان داد که نظام آموزش عالی در کشور ما نمی‌تواند انسان‌های خلاق، یادگیرنده و کارآفرین تربیت کند، و برای تربیت انسان‌های خلاق باید اصلاحاتی در نظام آموزش عالی شود که عصاره آن، توسعه کارآفرینی مبتنی بر دانش در کشور است. برای توسعه کارآفرینی مبتنی بر دانش، ایجاد واحد کارآفرینی در رشته‌های دانشگاهی و همچنین تجدیدنظر در روش‌های آموزش، یادگیری و برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی ضرورت دارد. یافته‌های پژوهش توکلی مقدم و همکاران (۱۳۸۶) نشان داد که ایده‌های جدید، با اندیشیدن به دست می‌آید که در آن ذهن به‌طور عمیق با یک مسأله درگیر می‌شود و به تجسم آن می‌پردازد و با حذف و یا ترکیب واقعیت‌های موجود، به

روشن‌شدن فکر جدید کمک می‌کند. بینشی که بدین ترتیب حاصل می‌شود، قوه تصور را در یافتن فکرهای جدید تغذیه می‌کند. همچنین پژوهش راسموسن و سورهم (۲۰۰۶) نشان داد که برای توسعه کارآفرینی باید در دانشگاه‌ها آموزش‌هایی در زمینه پرورش خلاقیت ارائه دهیم. نتایج تحقیق شکرکن و همکاران (۱۳۸۱) نشان داد که بین خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر همبستگی معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش صفایی قادیکلانی و همکاران (۱۳۸۶) نشان داد که طراحی برنامه‌های اجرایی آموزش کارآفرینی مبتنی بر الگوهای خلاق و دانش‌جو محور است که در آن، دانشجویان از استقلال بیشتری در مورد چگونگی و شرایط یادگیری برخوردارند. همچنین پژوهش حاجیان‌چهالی (۱۳۸۱) نشان داد که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های افراد کارآفرین، خلاقیت و نوآوری است.

کارآفرینی دانشجویان در هر چهار مؤلفه، با توجه به متغیرهای جنسیت، رشته تحصیلی و دانشگاه، مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد که متغیر جنسیت در میزان کارآفرینی دانشجویان تأثیر داشته است و مقایسه میانگین مؤلفه‌های کارآفرینی، بیانگر این است که مردها نسبت به زنان در همه مؤلفه‌ها از مطلوبیت بهتری برخوردار هستند. همچنین با توجه به متغیر رشته تحصیلی در بین نمره‌های مؤلفه‌های کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که گروه فنی - مهندسی، در مقایسه با گروه‌های علوم انسانی و پایه، از دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی مطلوب‌تری برخوردار هستند. از دلایل احتمالی این یافته‌ها می‌توان به عملی بودن اغلب درس‌های گروه فنی-مهندسی و برخوردار بودن اغلب دانشجویان گروه فنی-مهندسی از جایگاه اقتصادی و اجتماعی مناسب و بهتر نسبت به سایر گروه‌ها، و جایگاه اجتماعی نامناسب زنان در جامعه اشاره کرد. یافته‌های پژوهش در خصوص نقش دانشگاه‌های در میزان کارآفرینی دانشجویان خشتی بود.

پیشنهادها

در مجموع، نتایج تجزیه و تحلیل‌های به دست آمده حکایت از آن دارد که ابعاد چهارگانه کارآفرینی در وضعیت نامطلوب قرار دارند. این نتیجه مبین این است که برنامه‌های آموزشی دانشگاه نتوانسته‌اند مؤلفه‌های آموزش کارآفرینانه را آن چنان که باید تأمین نمایند. با توجه به نتایج پژوهش، که ضرورت توجه ویژه به کارآفرینی دانشجویان را می‌طلبد و نیز در جهت افزایش نقش آموزش عالی در ارتقای حوزه‌های کارآفرینی دانشجویان، پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد:

در حوزه دانش کارآفرینی:

- با توجه به یافته‌های پژوهش، ضرورت دارد که برنامه‌های آموزشی مقطع کارشناسی ارشد با هدف مهم دیگری که عبارت از کمک به تحقق مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان است، مورد بازبینی قرار گیرد.

- امروزه بیشتر برنامه‌ها به‌ویژه در رشته‌های علوم انسانی به صورت نظری ارائه می‌شود؛ از این‌رو، اغلب دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها با نیازهای بازار کار، که بیشتر مستلزم فعالیت‌های عملی و کاربردی است، هماهنگی و همخوانی ندارند و نیز تخصص‌ها و مهارت‌ها همسو با نیازهای بازار کار شکل نمی‌گیرد؛ بنابراین، تدوین و طراحی محتوای آموزش در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید متناسب با نیازهای جامعه و دانشجویان انجام گیرد. این اقدام را می‌توان از راه بازبینی مستمر برنامه‌های آموزشی در سطح گروه، دانشکده و دانشگاه با توجه به الزامات تحولات محیطی انجام داد. همچنین در جهت آشناکردن دانشجویان با مفاهیم و اصول کارآفرینی، باید به تدوین و اجرای دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی اقدام نمود.

در حوزه توانش کارآفرینی:

- توسعه و تقویت ویژگی‌های کارآفرینی مثل نوآوری و خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، و ... از طریق اجرای برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی؛

- استفاده از مربیان مجرب با یکی از دو ویژگی بارز داشتن قالب ذهنی کارآفرینانه یا کارآفرین بودن.

- بهره‌گیری از روش‌های مختلف تدریس از جمله سخنرانی، یادگیری تجربی یا مبتنی بر عمل، بازدید، آموزش‌های گروهی و آموزش از راه دور یا رسانه‌ای، کاربرد آموزش‌های همسو با سبک یادگیری دانشجویان و استفاده از روش‌های ارزشیابی مناسب.

در حوزه نگرش کارآفرینی:

- معرفی جاذبه‌های کارآفرینی مانند کارکردن در محل دلخواه خود، دستیابی به سطوح بالای درآمدی، کمک به حل مشکلات جامعه، آشنایی با شرکت‌های کارآفرین و همچنین مدیران موفق در زمینه کارآفرینی با هدف ایجاد ادراک مثبت در آنها درباره جاذبه‌های کارآفرینی و ترغیب انگیزه و روحیه کارآفرینی در آنان.

- اغلب افراد از کارآفرینی و مزایای آن بی‌خبرند، و بیشتر کارآفرینی را اشتغال‌یابی فرض می‌کنند؛ در حالی که اشتغال‌یابی، جزئی از کارآفرینی است، و کارآفرینی

باعث افزایش کیفیت زندگی شده و به توزیع عادلانه درآمد... نیز منجر می‌گردد؛ از این‌رو، ضروری است که فرهنگ کارآفرینی در جامعه، به‌ویژه در بین دانشجویان، ترویج داده شود. این کار را می‌توان از طریق واحدهای دانشگاهی، مؤسسات آموزش عالی و رسانه‌های جمعی انجام داد.

در حوزه خلاقیت کارآفرینی:

- لازم است که مسئولان و مدیران دانشگاه‌ها از ایده‌های ناب دانشجویان حمایت نمایند و آنان را در جهت تبدیل ایده‌های ناب به طرح‌های عملیاتی کسب و کاری کنند. این امر می‌تواند از طریق سازمان‌هایی به نام انکوباتورها که بایستی در داخل دانشگاه‌ها ایجاد شوند، صورت گیرد.

- دانشگاه‌ها باید برای رشد خلاقیت کارآفرینی دانشجویان، آنها را در فعالیتهای گروهی، پروژه‌ها مشارکت داده و در فرایند یاددهی و یادگیری در شرایط حل مسأله قرار دهند؛ چرا که این اقدام، یکی از مهم‌ترین راه‌های پرورش خلاقیت است.

منابع

- آراستی، زهرا؛ کنعانی، احمد و سیدقاسمی، نویسا سادات (۱۳۹۲). انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت؛ شباهت‌ها و تفاوت‌ها. نشریه زن در توسعه و سیاست، ۱۱ (۱): ۸۳ - ۱۰۰.
- امیریان، سهراب (۱۳۸۶). نقش و جایگاه دانشگاه در نظام کارآفرینی کشور و موانع توسعه آن. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.
- پیوندی، گلناز (۱۳۸۴). ظهور دانشگاه کارآفرین. کنگره تولید علم.
- تدین، اعظم (۱۳۸۶). توسعه کارآفرینی دانشگاهی. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.
- تقی‌امیری، علی و مرادی، یزدان (۱۳۸۷). نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۴ (۴۹): ۴۵ - ۶۸.
- توکلی مقدم، رضا؛ آیانی، سپیده و عموزاده، حسین (۱۳۸۶). بررسی عوامل اثربخش در آموزش کارآفرینی و راهکار گذر از موانع. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.
- جهانپان، رمضان (۱۳۸۳). کارآفرینی در سیستم آموزشی. کنفرانس کارآفرینی، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن.
- حاجیان‌چهرالی، علی (۱۳۸۱). بررسی دیدگاه دانشجویان در ارتباط با محتوا و دوره‌های کارآفرینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شیراز.
- حسین‌پور، ابوطالب و رضایی، مسعود (۱۳۸۹). بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی. توسعه کارآفرینی، ۳ (۱۰): ۱۳۵ - ۱۵۳.
- حسینی، لرگانی، مریم؛ میرعرب‌رضی، رضا و رضایی، سعید (۱۳۸۷). «آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیر ساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۴ (۵۰): ۱۱۹ - ۱۳۸.
- دموری، داریوش؛ نجاتی‌آجی‌بیشه، مهران و منفرد، شمیم (۱۳۸۸). شناسایی و رتبه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی دختران دانشجو با رویکرد TOPSIS فازی بررسی دانشجویان دختر گروه اقتصاد و حساب داری دانشگاه یزد. فصلنامه مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان، ۷ (۳): ۷ - ۳۰.

سریع‌القلم، آرزو (۱۳۸۶). نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در کارآفرینی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.

سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۲). آشنایی با کارآفرینی. تهران: نشر سپاس.
 سلیمی، جمال و عبدی، علی (۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی؛ اصول و مبانی، روش‌های آموزش و نقش دانشگاه در آموزش آن. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.

شفیع‌زاده، حمید (۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.
 شکرکن، حسین؛ برومندنسب، مسعود؛ نجاریان، بهمن و شهنی بیلاق، منیجه (۱۳۸۱). بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه چمران اهواز، ۳ (۴ و ۳): ۱-۲۴.

شهابی، بهنام (۱۳۸۷). چالش‌های توسعه و آموزش کارآفرینی: نگاهی به نقش ویژگی‌های شخصیتی. کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده.
 صالحی‌عمران، ابراهیم و رستمی، فرخنده (۱۳۸۶). آموزش عالی و پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه مازندران. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، دانشگاه سمنان.

صفایی‌قادیکلانی، عبدالمجید؛ حسن‌زاده اطاق‌سرا، علی‌اکبر و شکرالهی، امیر (۱۳۸۶). چالش‌های آموزش کارآفرینی در نظام‌های آموزشی. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان.

طالبی، کامبیز، زارع یکتا، محمدرضا (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه‌ی شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان. مجله توسعه کارآفرینی، ۱ (۱): ۱۱۱-۱۳۱.

طیعی، سیدکمیل و نصرافهانی، رضا (۱۳۸۷). ارزیابی تأثیر دوره‌های آموزش کارآفرینی بر ضریب کارآفرینی. خلاصه مقالات همایش ملی تعاون و کارآفرینی، ص ۱۶.

غفاری، هادی (۱۳۸۷). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور اراک. همایش ملی توسعه کارآفرینی در آموزش‌های علمی کاربردی کشاورزی، دی ماه ۱۳۸۷.

فیض، داود و احمدپور، محمود (۱۳۸۶). تبیین استراتژی‌های توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور. طرح تحقیقاتی، تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر.

کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۸۶). نقش انجمن‌های علمی دانشجویی در توسعه کارآفرینی. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده، دانشگاه سمنان، ۸-۱.

کوثری، مریم و نوروززاده، رضا (۱۳۸۸). تبیین ویژگی‌های عناصر چهارگانه برنامه درسی مقطع کارشناسی با تأکید بر پرورش مهارت‌های کارآفرینی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۵ (۴): ۱-۱۸.

محمدی، حمیدرضا؛ احمدی، عبادا... و شایان جهرمی، شاپورامین (۱۳۹۰). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی. جامعه‌شناسی زنان، ۲ (۱): ۹۹-۱۱۹.

منصوری‌نژاد، عبدالحکیم؛ نقشینه، نادر و احمدپورداریانی، محمود (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۸ (۳): ۴۶۹-۴۶۸.

موسوی‌بازرگانی، سید جلال (۱۳۸۵). فرصت کارآفرینی چیست؟ مجله علوم مدیریت ایران، ۲۰.

یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۳۸۶). نقش جدید دانشگاه‌ها: توسعه قابلیت‌های کارآفرینی. مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس. ۹۳-۱۱۴.

Aslam, Tahseen Mahmood; Sher Awan, Ahmed; Mahmood Khan, Tariq. (2012). Entrepreneurial Intentions among University students of Punjab a Province of Pakistan. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2 (1): 114-120.

Clark, B. R. (2004). The Entrepreneurship University Demand and Response, *Tertiary Education and Management*. 4 (1): 5-16.

David, K. (2006). Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice. *Journal of Technology Transfer*, 31: 599-603.

- Einar, A. & Rasmussen, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 21: 185- 194.
- Entwistle, N. (2002). Research-based University Teaching. *Psychology of education review*, 26 (2): 3-9.
- Erikson, T. (2003). Towards taxonomy of entrepreneurial learning experiences among potential entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1): 106-112.
- Guerrero, M.; Rialp, J. & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model, *Int Entrepreneurship Management*, 4: 35-50.
- Harkema, S. J. M. & Schout, H. (2008). Incorporation student-centered learning in innovation and entrepreneurship education. *European Journal of Education*, 43 (4): 513-526.
- Heinonen, J. & Poikkijoki, S.A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development*, 25 (1): 80-94.
- Henry, Colette; Frances, Hill & Claire, Leitch. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? *Education Training*, 47 (3): 158-169.
- Hisrich, Robert & Brush, Candida. (1985). *the woman Entrepreneur: Starting, Financing, and managing a successful New Business*. Lexington books.
- Karlan, D. & Valdivia, M. (2006). *Teaching entrepreneurship: impact of business training on microfinance clients and institutions*. Working paper.
- Keat, O. Y.; Selvarajah, C. & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (4): 206-220.
- Knight, P. T. & Yorke, M. (2003). Employability and good learning in higher education. *Teaching in higher education*, 8 (1): 4-11.
- Kume, Anisa; Kume, Vasilika & Shahini, Besa (2013). Entrepreneurial characteristics amongst university students in Albania. *European Scientific Journal*, 9 (6): 206-225.
- Luis, M.; Martines, R.; peter, R. W.; Gerristen, Ramon cuevas & Jesus Rosccles, A. (2006). Or prorating Principles of Sustainable Development in Research and Education in Western Mexico. *The Journal of Cleaner Production*, 14 (9-11): 1003-1009.
- Ma, H. & Tan, J. (2006). Key components and implications of entrepreneurship: A 4-p framework. *Journal of business venturing*, 21: 704-725.
- Mars, M. & Rios-aguilar, C. (2009). Academic entrepreneurship defines: significance and implications for the scholarship of higher education. *Higher Education*, 51: 441-460

- Matlay, H. & Carey, C. (2006). Entrepreneurship education in the UK: a critical perspective. Paper presented at the ISBE Conference, Cardiff, November.
- Matlay, H. & Westhead, P. (2005). Virtual teams and the rise of e-entrepreneurship in Europe. *International Small Business Journal*, 12 (3): 279-302.
- McCline, R. L. (2004). Opportunity Recognition: An Exploratory Investigation of a Component of the Entrepreneurial Process in the Context of the Health care Industry: Theory and Practice. *Tertiary Education Management*, 25 (2), 37-50
- Moriano, J. A. L. & Gorgievski, M. (2007). Psychology of entrepreneurship: Research and education. *UNED*.
- Narques, J. P. C. (2005). *How can university industry government interaction change the innovation scenario in Portugal*. Corrected press.
- Negash, Emnet & Amentie, Chalchissa (2013). An investigation of higher education student's entrepreneurial intention in Ethiopian Universities: Technology and business fields in focus. *Basic Research Journal of Business Management and Accounts*, 2 (2): 30-35.
- Nowotny, H.; Scott, P. & Gibbons, M. (2003). Mode 2, revisited: the new production of knowledge. *Minerva*, 41 (3): 179-194
- Oosterbeek, H.; Praag, M. V. & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *Journal of European Economic Review*, 3: 442-454.
- Postigo, S. (2002). *Entrepreneurship education in Argentina: the case of SanAnder University*. In preceding of the Conference Entitled the Internationalizing in entrepreneurship Education and training Malasya, july.
- Rae, D.; Penaluna, A. & Dhaliwal, H. (2011), Higher education and graduate enterprise in the new era, *Graduate Market Trends*, Winter, Higher Education Careers Service Unit, Manchester.
- Rasheed, H. S. (2002). *Developing Entrepreneurial potential in youth the effect of Entrepreneurial Education and venture creation*. Available at: WWW.coba.usf. Edu / Department / Management / Faculty, / rasheed / Youth Entrepreneurship.
- Rasmussen, E. A. & Sorhim, R. (2006). Action-Based Entrepreneurship education. *Technovation*, 26: 185-194.
- Sabir Ahmad, Sarah; Md Zani, Rosliza; Zakaria, Azfahane; Wan Omar, Maznah; Mat Seman, Azmin (2014). *Contributing factors to entrepreneurial intentions among university students*. 4th international conference on management (4th icm 2014) proceeding 16 - 17 june 2014. The kuta beach heritage hotel, bali indonesia. Website: www.internationalconference.com.my.
- Segal, G.; Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour & Research*, 11 (1): 42-57.

- Sternberg, R. & Wennekers, S. (2005). Determinants and effects of new business creation using global entrepreneurship monitor data. *Small Business Economics*, 24 (3): 193-214.
- Timmons, J. A. & Spinelli, S. (2007). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill Co, New York.
- Try, S. (2005). The use of job search strategies among university graduates. *The Journal of Socio-Economics*, 34: 223-243. Available at: www.elsevier.com/locate/econbase.
- Urbano, D.; Toledano, N. & Soriano, D. (2010). Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain, *Journal of Social Entrepreneurship*, 1: 54-69.
- Van Praag, C. M. & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29 (4): 351-382.
- Vestergard, J. (2005). *Mobilizing university: Berries to university entrepreneurship and how to overcome them*. A Paper for presentation at the 5th Triple Helix conference, Session 9- National Policies, Turin, May 2005.