**ارزیابی توجه مدرسان دانشگاه در آموزش های مجازی به مقوله کارآفرینی سیاسی**

**از دیدگاه دانشجویان رشته حسابداری و معماری: نگرشی نو به تغییرات**

**لیلانعمتی[[1]](#footnote-1)، مهرداد یوسفی تبار[[2]](#footnote-2)، زهرا نعمتی[[3]](#footnote-3)، مهدی یوسفی تبار[[4]](#footnote-4)**

**چکیده:**

پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده­ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان رشته معماری و حسابداری دانشجویان جهاد دانشگاهی همدان دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، دانشگاه غیر انتفاعی جهاد دانشگاهی کرمانشاه بود که بر اساس روش نمونه گیری هدفمند 353 نفر از دانشجویان انتخاب شد. ابزار پزوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته ای در رابطه با توجه مدرسان به مقوله کارآفرینی سیاسی بود که روایی آن مورد تایید صاحبنظران و میزان پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ 79/0 گزارش شد. برای تجریه و تحلیل یافته ها از دو سطح آمار توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (تی تک گروهی و تی دو نمونه مستقل) و نرم افزار spss استفاده گردید. نتایج نشان داد وضعیت توجه مدرسان دانشگاه در آموزش مجازی به مقوله کارآفرینی سیاسی در وضعیت ضعیفی قرار دارد و بین دو شهر و سه دانشگاه از میزان توجه به این مقوله تفاوت معنادار وجود نداشت و هر سه دانشگاه به طور تقریبی در وضعیت مشابهی قرار داشتند. همچنین نتایج نشان داد میزان توجه به کارآفرینی سیاسی در آموزشهای مجازی و حضوری تفاوتی مشاهده نشد.

**کلیدواژگان:** کارآفرینی، کارآفرینی سیاسی، آموزش های مجازی، دانشجویان.

**مقدمه:**

موضوع کارآفرینی مورد توجه سیاستگذاران آموزشی را به خود جلب نموده استو یکی از این دلایل تمرکز بر کارآفرینی، نیاز فزاینده جوامع برای بهره گیری از افراد خلاق است که از طریق ایده های نوین و تبدیل ایده­ها به فعالیتهای سودبخش، روند توسعه اقتصادی و اجتماعی فراهم می گردد (Turker & Selcuk, 2009: 142). در ملتهایی که کارآفرینی مورد عنایت و توجه کمی قرار دارد میزان رشد بیکاری افزایش چشم گیری داشته است (Audretsch, 2002: 3)؛ برای مثال میزان رشد بیکاری در ایران 5/15 درصد است و فارغ التحصیلان 18 درصد از جمعیت جویای کار را تشکیل میدهند (خبرگزاری مجلس شورای اسلامی، 1390). سالانه 270 هزار دانش آموخته دانشگاهی، خود را برای ورود به بازار کار آماده میکنند (رستمی و همکاران، 1390: 89)؛ بنابراین موضوع اشتغال را میتوان مهم ترین چالش اجتماعی کشور قلمداد کرد که ناشی از بی توجهی به مقوله کارآفرینی است (Xavier et al., 2012: 58) و میزان فعالیتهای کارآفرینانه در ایران در پنج سال گذشته تقریباً 10 درصد بوده است (کردنائیج و همکاران، 1392: 96)؛ بنابراین برای دستیابی به رشد اقتصادی و کاهش میزان بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی تشویق کارآفرینی و آموزش نسل جدید کارآفرینان ضروری است (Baltes et al., 2006:569) در این راستا مراکز آموزش عالی به عنوان متولیان اصلی کشور باید با برخوداری از شناختی از کارآفرینی به خصوص کارآفرینی سیاسی زمینه پرورشد نوآوری و خلاقیت کارآفرینانه را در دانشجوان فراهم آورد. یکی از مقولات مهم در زمینه کارآفرینی آنهم در بین دانشجویان، پرورش کارافرینان سیاسی است. چراکه سازمانها و شرکتهای امروزی استخدام افرادی را در اولویت قرار دارند که دارای نوآوری و خلاقیت بالایی باشند.

چراکه آنان برای اینکه در سیاستهای نوآوری و خلاقیت موفق باشند نیاز به افرادی دارد که با شجاعت و خلاقیت در اندیشه، عمل دست به کارهای تازه بزنند و در روند همیشگی وضع موجود، جهش ایجاد کنند و طرح های نو را پیشنهاد دهند. این افراد کارآفرینان سیاسی هستند که طلیعه داران تحول و تغییر در سیاستها و خطمشیهای سازمان هستند (الوانی، 1395). کارآفرینی سیاسی راهی برای تغییر سیستمهای سیاسی از درون سازمان است (Lentsch, 2019).

کارآفرینی سیاسی به بررسی نقش کارآفرینی سیاسی در رشد و تنوع کارآفرینی در عرصه رقابت می پردازد و فردی که کارآفرین سیاسی است در شغل خود از رویکردهای نوآورانه استفاده میکند و تشویق میشود. زمانی که سازمانها در استرس اقتصادی به سر میبرند، کارآفرینی سیاسی برای یافتن راه های جدید برای ارتقای رشد، اشتغال و رفاه برای سازمان ضروری است (Karlsson, 2016)

کارسون[[5]](#footnote-5) و همکاران، 2016). کارآفرینی سیاسی منجر به طراحی استراتژیهایی میشود که هر فرد برای کسب و کار و فعالیتهای خود آن را اجرایی میکند که منجر به ایجاد ارزش و تامین مزیت رقابتی خواهد شد (Maksim Belitski, Ana‑Maria Grigore, Anca Bratum 2021). از دیدگاه اسچیرم (2020) تحولات و تغییرات برای ایجاد مشروعیت و بقا لازم است و فرآیندی برای حل مشکلات است (اسچیرم، 2020). بنابراین تحولات و تغییرات در منجر به رشد و پیشرفت میشود و رویکردی است که وضع موجود را بر هم میزند و وضعیت جدید ایجاد میکند و طرحها و ایده های نو را راه اندازی میکند این یعنی سازمان کارآفرینی سیاسی (Olausson & Svensson, 2019).

افرادی که کارآفرین سیاسی هستند وقت و زمان خود، دیگر منابع را برای منافع جمعی به کار می گیرند و طلیعه داران تغییر و تحول در سیاستها هستند که به شناخت و شناسایی مسائل سیاسی، متقاعدسازی دیگران و اجرایی کردن تغییرات در سیاستها و خط­مشیهای سازمانی نقشی اساسی دارند و تلاش میکنند نظرات مخاطبان خط مشی را جلب کنند (O’Brien, 2018; Kraav & Mets, 2018).

کارآفرین سیاسی یک بازیگر-گروه یا فرد- است که منابع موجود را برای خلق یک تصمیم و بررسی مشکل مورد نظرش در یک حوزه سیاستی، سرمایه گذاری می­کند. کارآفرینان با درک بالایی از مشکلات موجود، آنهایی را که مهم می دانند می یابند، راه حل مناسب برای آن را از بین راه حل های موجود بر می گزینند، و سعی می کنند با مراجعه به تصمیم سازان وارد معامله با آنها شوند. کارآفرینان به عنوان رهبران مدنی و اجتماعی از اعتبار، سرمایه مالی، پشتیبانی اجتماعی و سیاسی خود خرج کرده و در عوض حمایت سیاستمداران و تصمیم سازان را برای حل مشکل مذکور با راه حل پیشنهادی، جلب می کنند (Kingdon, 1984 ;مهیمنی، 1394). کارآفرين سياسي فردي نوآور و خلاق در عرصه سياست ها است که با طرح ايده هاي نو، در حوزه سياستگذاري تحول آفرين بوده و راه هاي جديدي را مي گشايد (الوانی، 1395).

کارآفرینی سیاسی یک مفهوم نظری است که نظریه های مختلف سیاسی از آن حمایت میکنند و شامل انگیزه در بحث هایی است که با انواع رفتار و فعالیتهایی سروکار دارد که میتواند با کارآفرینی سیاسی مرتبط باشند. پوزن (2008) اشاره دارد که کارآفرینی سیاسی (به استثنای فعالیتهای رانت جویانه) در بسیاری از ادبیات به نوآوری و تحول در بخش عمومی کمک میکند. بیورکمن و ساندگرن (2005) مفهوم کارآفرینی سیاسی را بر خلاف نگاه سنتی به کارآفرینی به بهره برداری از فرصتهای بازار و در نظر گرفتن کارآفرینی سیاسی عمدتاً بر بهره برداری از فرصتهای درون سازمانی متمرکز میدانند. کارآفرینی سیاسی برای نوآوری و ایجاد تحولات است و لاکشمانان (2009) آن را گره­ای توصیف میکند که کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی را به هم پیوند میدهد. شرایط محیطی میتواند فرصتهایی را برای کارآفرینان فراهم آورد تا آنها از طریق اقدام جمعی نهادهای جدیدی را به وجود آورند. کارآفرینان سیاسی را میتوان بازیگرانی مانند سیاستمداران و بوروکراتهایی دانست که در سازماهای دولتی کار می کنند (سوبل، 2008).

کارآفرینی سیاسی، کارآفرینی عرصه سیاست محسوب میگردد. در زمانی که اغلب بازیگران این عرصه حافظان وضع موجود هستند، کارآفرینی سیاسی برهم زننده وضع موجود و پیام آور وضعی دیگر است. او با اشتیاق برای تغییر و تحول و برهم زدن وضع موجود پا به میدان سیاستگذاری میگذارد و این وجه تمایز او با دیگر بازیگران سیاسی است. کارآفرینی سیاسی را فردی می­دانند که با تحولات و نوآوری، خلاقیت، با متقاعد کردن سیاستگذاران و مخاطبان خط­مشی­ها، میکوشد تا نظرات آنها را نسبت به موضوع خط مشی جلب کرده، تدوین و تصویب آنها را تسهیل نموده و اجرای داوطلبانه آن را امکان پذیر سازد (الوانی، 1395).

کارآفرینی سیاسی همچون هر کارآفرین دیگری عشق به کار، توانایی نوجویی و نوخواهی، امید به آینده، انگیزه توفیق طلبی، قدرت نوآوری و خلاقیت را دارا میباشد. علاوه بر این مسائل، ذکاوت و هوش اجتماعی، درک موقعیتهای فرصت آفرین، قدرت پیش نگری و آینده نگاری، شناخت دیگران و راه­های متقاعد کردن آنان، بهره گیری از شبکه­ها و انسجام بخشیدن به آنها، توانایی تیم سازی، از زمره ویژگیهای کارآفرینی سیاسی، محسوب میگردد (Mintrom, 2000).

ذکاوت اجتماعی به کارآفرینان سیاسی این امکان را میدهد تا جامعه را به درستی شناخته و بر اساس خصوصیات مخاطبان از شیوه­های مناسب ارتباطی بهره جوید. وی صرفاً به توانایی­های خود متکی نیست، بلکه این نکته واقف است که بدون یاری دیگران نمیتواند به نتیجه مطلوب رسید، بنابراین همراه ساختن دیگران و مجاب ساختن آنان، رمز موفقیت وی است. کارآفرین سیاسی با ارائه نمونه­ها و مثالهای متقاعد کننده، نقش هدایتگری و رهبری مجموعه­های انسانی را به خوبی انجام میدهد و آنان را به هواخواهی از نظر بر می­انگیزد. کارآفرین سیاسی از نشانه­های ضمنی و تلویحی، پی به مشکلات می برد و آنها را از قبل از وقوع و آشکار شدن تشخیص میدهد. شم احساس و ادراک مشکل خصوصیتی است که کارآفرینی سیاسی را از دیگر بازیگران سیاستگذاری متمایز میسازد. او بحرانها را پیش بینی میکند و همین توانایی، قدرت اثرگذاری و نفوذ او بر مخاطبانش را افزون میسازد. برخی دیگز اط صاحبنظران ویژگیهای کارآفرین را که در تاثیرگذاری بر سیاستها دارای اهمیت است عملگرایی، توفیق گرایی، اصلاح گرایی، توان رهبری، قدرت طلبی، برانگیختگی درونی، نیاز به شناخته شدن، ظرفیت بالای کاری، قدرت تشخیص حیطه زمانی دانسته اند (King, 1991; Lewis,1988 Doig, 1987 ).

در روزگاران امروزی که سرعت تغییرات به علت ورود سهمگین فناوری و تکنولوژی بسیار بالا است و همه افراد به علت آگاهی و سهولت ارتباطات جهانی، انتظارات و نیازهای تازه را به میان کشیده اند، نیاز به سیاستهای تازه و نوآورانه بیشتر شده و این تحولات و نوآوریها و نوجویی کاری است که از عهده کارآفرینی سیاسی بر می آید. شواهد بیان میکند که سیاستهایی مورد توجه قرار گرفته اند و موثر بوده است که در آنها نوعی تحول، نوآوری و تازگی وجود داشته و سیاستهای کهنه و تکراری توفیق چندانی نداشته اند. به عبارت دیگر، سیاستگذرانی موفق بوده اند که توانسته اند سیاستهای نو را مطرح سازند و به گونه ای، نقش کارآفرینی سیاسی را ایفا کرده اند. شرایط زمانه ما سیاستها و شیوه های کهنه را تاب نمی آورند و باید سیاستی نو را به میان آورد و اینجاست که نقش مهم کارآفرینی سیاسی به خوبی احساس میشود (الوانی، 1395).

مطالعاتی در رابطه با کارآفرینی سیاسی انجام شده که در ادامه به آن توجه می­گردد؛ ایگوگا و زوبایرو[[6]](#footnote-6) (2020) در مطالعه خود نشان دادند کارآفرینی سیاسی میتواند قابلیت پاسخگویی به یک نیاز و یا پذیرش ریسک به منظور سودآوری باشد که عاملی برای تغییر و نوآوری است. دووتاگ و همکاران[[7]](#footnote-7) (2020) معتقد است کارآفرینی منجر به تحولات مثبت در شرکت و جامعه میشود و با ایجاد نوآوری منبعی ارزشمند برای رشد، رفاه فردی و اجتماعی است.

ویکلوند و همکاران[[8]](#footnote-8) (2019) نیز در مطالعات خود بیان داشتند که کارآفرینی تلاش متعهدانه به خلق ارزش میشود و حیات تازه ای به سازمان میبخشد. اولاسوم و سونسون[[9]](#footnote-9) (2019) نیز در مطالعات خود بیان داشتند کارآفرینی سیاسی در پی نوآوریها و ایده های نو برای عرصه سیاست است که سود سیاسی به همراه داشته باشد. سونسون[[10]](#footnote-10) (2019) در مطالعه خود بیان داشت که کارآفرینان سیاسی با خلق ایده ها و نوآوریهای جدید به عنوان رهبرای عرصه سیاست عمل میکنند. به عبارتی از مهارتهای رهبری لازم (همچون نفوذ در دیگران، هوش و ذکاوت، شیوه های مناسب ارتباطی، تیم سازی و آینده نگاری) در ایجاد و اجرای سیاستها و خط مشی­های جدید برخوردارند.

با توجه به اینکه مطالعه دانشگاه­ها و مراکز آموزش عالی کشور به عنوان یکی از نهادهای استراتژیکی که به پرورش نیروهای متخصص و مورد نیاز سازمان­ها می­پردازد، می­تواند گامی مهم در زمینه­ی سرمایه­گذاری و کاهش هزینه­های منابع انسانی سازمان­ها باشد. با عنایت به آنچه گفته شد مدرسان دانشگاه به عنوان متولیان اصلی انتقال مواد آموزشی و تربیت نیروی متخصص وفرهیخته جامعه نقش بسیار مهمی در پیشبرد اهداف آموزشی دارند. به خصوص در شرایط بحرانی کرونا که آموزشها از شکل حضوری به شکل مجازی درآمده است هرچند که استفاده از ابزارها و تکنولوژیها خود راهی برای قدم گذاشتن درعرصه تغییرات و نوآوریهاست اما مدرسان باید از نیازهای تغییر یافته دانشجویان در عرصه های جدید را آگاهی داشته باشند تا بتوانند دانشجویان را به عنوان کارآفرینان سیاسی برای تغییرات و نوآوریها رشد دهند تا علاوه بر اینکه رشد اقتصادی و اجتماعی فراهم آید، میزان بیکاری نیز در بین دانشجویان فارغ التحصیل کاهش یابد. آنچه به عنوان دغدغه­ی اصلی برای پژوهشگران این مقاله بود خلاء مطالعه پژوهشگران به مقوله کارآفرینی سیاسی در آموزشهای اساتید دانشگاه بود که نویسندگان امید دارند با مطالعه در این زمینه توجه نظام های دانشگاهی را به این مقوله جلب نمایند. بر اساس آنچه گفته شد مطالعه حاضر درصدد بررسی این مسئله پژوهشی است که در عرصه تکنولوژی و فناوریهای پیشرفته و با وجود بیماری همه گیر کرونا آیا مدرسان دانشگاه در آموزشهای مجازی به مقوله کارآفرینی سیاسی توجه دارد یا نه؟ آیا قبل از ورود بیماری کرونا و مجازی شدن آموزشها مدرسان به مقوله کارآفرینی سیاسی در فرآیند آموزش توجه داشته اند یا نه؟

**روش شناسی پژوهش:**

پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده­ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان رشته معماری و حسابداری دانشجویان جهاد دانشگاهی همدان دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، دانشگاه غیر انتفاعی جهاد دانشگاهی کرمانشاه بود که بر اساس روش نمونه گیری هدفمند 353 نفر از دانشجویان انتخاب شد. ابزار پزوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته ای در رابطه با توجه مدرسان به مقوله کارآفرینی سیاسی بود که روایی آن مورد تایید صاحبنظران و میزان پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ 79/0 گزارش شد. برای تجریه و تحلیل یافته ها از دو سطح آمار توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (تی تک گروهی و تی دو نمونه مستقل) و نرم افزار spss استفاده گردید.

**توزیع افراد نمونه بر حسب دانشکده محل تدریس**

بیشترین فراوانی مربوط به دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان بوده است که بیش از 41 درصد از افراد نمونه را به خود اختصاص داده بودند (فراوانی: 146 نفر). پس از این گروه، دانشجویان جهاد دانشگاهی همدان (107 نفر)، و در آخر دانشجویان دانشگاه غیر انتفاعی جهاد دانشگاهی کرمانشاه بود که به ترتیب بیشترین تعداد افراد نمونه را به خود اختصاص داده بودند.

جدول 1:توزیع فراوانی افراد نمونه بر حسب دانشکده محل تحصیل

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | سطوح تعداد | | | درصد |
| دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان | | 146 | 35/41 | | |  |
| دانشگاه علمی کاربردی جهاد دانشگاهی همدان | | 107 | 31/30 | | |  |
| دانشگاه غیر انتفاعی جهاد دانشگاهی کرمانشاه | | 100 | 28/32 | | |  |
| کل | | 353 | 100/0 | | |

جدول 2: نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنف پیرامون بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| متغیر | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | آماره z | سطح معنی‌داری |
| کارآفرینی سیاسی | 353 | 46/3 | 567/0 | 398/1 | 088/0 |

نتایج آزمون کالموگروف-اسمیرنف نشان داد داده ها از وضعیت نرمالی برخودارند بنابراین شرایط استفاده از آزمون های پارامتریک تی تک گروهی و آزمون تی دو نمونه مستقل فراهم است.

به منظور ارزیابی وضعیت کارآفرینی سیاسی در آموزش مجازی دانشگاه‌های مذکور، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، میانگین وضعیت کارآفرینی سیاسی برابر با 88/1 و میانگین مورد انتظار برابر با 3 بود (p < .05). از آن‌جا که مقدار t در سطح خطای کمتر از 05/. معنی‌دار بود، بنابراین فرض صفر مبنی بر عدم تفاوت میانگین تجربی با میانگین نظری رد می‌گردد. همچنین از آن‌جا که میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری می‌باشد، لذا نتیجه گرفته می‌شود که وضعیت کارآفرینی سیاسی در آموزش مجازی در بین دانشگاه های نامبرده، به‌طور معنی‌داری پایین‌تر از متوسط بوده است.

جدول 3: آزمون t تک نمونه‌ای پیرامون ارزیابی وضعیت فرهنگ سازمانی از دیدگاه اعضای هیأت علمی

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| متغیر | تعداد | میانگین  تجربی | انحراف استاندارد | میانگین نظری | آماره t | درجه آزادی | سطح معنی‌داری |
| کارآفرینی سیاسی | 353 | 88/1 | 315/0 | 3 | 27/5- | 352 | 000/0 |

در ادامه به منظور مقایسه کارآفرینی سیاسی در سه دانشگاه نامبرده در دو شهر کرمانشاه و همدان، از آزمون t برای دو گروه مستقل استفاده شد (3). نتایج نشان داد که میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در دانشگاه آزاد اسلامی همدان برابر با 84/1 و میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در جهاد دانشگاهی همدان برابر با 92/1 و میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در دانشگاه غیر انتفاعی کرمانشاه 81/1 بود. مقدار t برابر با 75/1- و سطح معنی‌دار حاصل 079/. گزارش شد (p > .05). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از 05/. معنی‌دار نبود، لذا نتیجه گرفته می‌شود که بین توجه به کارآفرینی سیاسی در آموزش مجازی از دیدگاه دانشجویان دو شهر و سه دانشگاه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول 4: نتایج آزمون t برای دو گروه مستقل پیرامون مقایسه کارآفرینی سیاسی در دانشگاه‌های مورد مطالعه

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| متغیر | سطح | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | آماره t | درجه آزادی | سطح معنی‌داری |
| دانشگاه | دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان | 146 | 84/1 | 456/0 | 759/1- | 352 | 079/0 |
| علمی کاربردی جهاد دانشگاهی همدان | 107 | 92/1 | 359/0 |
|  | غیر انتفاعی جهاد دانشگاهی کرمانشاه | 100 | 81/1 | 411/0 |  |  |  |

در جدول 5 نتایج آزمون t برای دو گروه مستقل پیرامون مقایسه میزان توجه به کارآفرینی سیاسی در آموزشهای مجازی و حضوری ارائه شده است.

جدول 5: نتایج آزمون t برای دو گروه مستقل پیرامون مقایسه کارآفرینی سیاسی در دانشگاه‌های مورد مطالعه

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| متغیر | سطح | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | آماره t | درجه آزادی | سطح معنی‌داری |
| دانشگاه | حضوری (قبل از کرونا | 253 | 34/2 | 399/0 | 431/0 | 352 | 659/0 |
| مجازی (ایام کرونا) | 100 | 32/2 | 380/0 |

نتایج جدول 5 نشان داد که میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی برابر با 34/2 و میانگین نمرات این متغیر در دو شهر برابر با 32/2 بود. مقدار t برابر با 431/. و سطح معنی‌دار حاصل 659/. گزارش شد (p > .05). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از 05/. معنی‌دار نبود، لذا نتیجه گرفته می‌شود که بین کارآفرینی سیاسی دو شهر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

**نتیجه گیری:**

جامعه برای پیشرفت در تمامی عرصه ها به خصوص عرصه اقتصادی و اجتماعی نیازمند فارغ التحصیلانی هستند که به آنها کارآفرین سیاسی می گویند. این افراد با نوآوری و خلاقیتشان در زمینه اقتصادی و کار ایده های نو می پرورانند و تحول آفرینند و سازمانها و شرکتهای اعمل از خصوصی و دولتی به دنبال دستیابی به این نیروهای پیشگام نوآوری هستند. کارآفرینی سیاسی به عنوان ابزاری مهم برای دانشگاه هاست که با آن نیروی نوآور و متخصص را پرورش دهند. از آنجایی که مدرسان متولی انتقال آموزش و این مهارتها هستند باید مقوله کارآفرینی سیاسی را در مباحث آموزشی خود جای دهند.

نتایج نشان داد وضعیت کارآفرینی سیاسی در آموزش مجازی در بین دانشگاه های نامبرده، به‌طور معنی‌داری پایین‌تر از متوسط بوده است. این امر نشان میدهد کارآفرینی سیاسی در آوزشهای مدرسان این سه دانشگاه مورد توجه و عنایت کمی قرار دارد که باید مدیران آموزشی و مسئولان دانشگاهی به این امر واقف باشند که برای تامین نیروی کارآمد و کارآفرین که همسو با تغییرات جامعه و بین الملل حرکت میکند باید کارآفرینی سیاسی را در نظر بگیرند.

نتایج نشان داد که میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در دانشگاه آزاد اسلامی همدان برابر با 84/1 و میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در جهاد دانشگاهی همدان برابر با 92/1 و میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در دانشگاه غیر انتفاعی کرمانشاه 81/1 بود. با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از 05/0 معنی‌دار نبود، لذا نتیجه گرفته می‌شود که بین توجه به کارآفرینی سیاسی در آموزش مجازی از دیدگاه دانشجویان دو شهر و سه دانشگاه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. این امر نشان از آن دارد که مدرسان دانشگاه در دو شهر متفاوت در یک سطح به کارآفرینی سیاسی در آموزشهای مجازی توجه دارند.

نتایج نشان داد که میانگین نمرات کارآفرینی سیاسی در دانشگاه های نامبرده برابر با 34/2 و میانگین نمرات این متغیر در دو شهر برابر با 32/2 بود. نتیجه گرفته می‌شود که بین کارآفرینی سیاسی دو شهر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. این یافته حاکی از آن است که در آموزشهای حضوری قبل از کرونا و آموزشهای مجازی در ایام کرونا به مقوله کارآفرینی سیاسی توجه چندانی نشده و در هر دو مدت این مقوله را مدرسان نسبت به سایر مواد آموزشی و مباحث علمی کمتر مدنظر داشتند.

بر اساس نتایج به دست آمد به مسئولین آموزشی پیشنهاد می گردد؛ دانشگاه برای کارآفرینی سیاسی باید انعطاف پذیر باشد، الگو سازی کند به ویژه در واکنش به تقاضا و نیاز در حال تغییر محیط را در نظر بگیرد این امر از طریق تغییر سیاستهای آموزشی به سمت کارآفرینی سیاسی امکان پذیر خواهد بود.

ساختار منعطف برای کاهش پیچیدگیها، قوانین سنتی و خشک، افزایش سرعت تصمیم گیری در این زمینه

داشتن و رعایت اصل ابتکار عمل و تقویت چنین فضایی در دانشگاه تا فعالیتهای نوآورانه حمایت شود

دعوت از مدرسان و متخصصانی که در شیوه تدریس خودبه مقوله های کارآفرینی و تغییرات و تحولات توجه دارند.

**منابع**

رستمی، گراوندی، زرافشانی. (1390). پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تاسیس کسب و کار: مورد مزالعه دانشجویان پردیش کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه، توسعه کارآفرینی، شماره 14، 106-87.

کردنائیج، احمدی، قربانی، نیاکان لایهیجی. (1391). بررسی ویژگیهای دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس، توسعه کارآفرینی، شماره 3، 64-47.

الوانی، سیدمهدی (1395). کارآفرین سیاسی: بازیگر تحول آفرین در عرصه سیاست گذاری، سیاست گذاری عموی، 2(1)، 81-91

Audretsch, D.B. (2002). Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison, Boston: Kluwer Academic.

Devetag, M., Zazzerini, G., Tuan, N & Hung, D (2020). Developing Entrepreneurial   
Competencies in Vietnam: Evidence from the Bac Ninh Province, Journal of   
Entrepreneurship and Innovation in Emergnig Economies, 10, 329-362.

Doig, J.W. (1987), A Biographic Perspective on Entrepreneur in Government, London: Johns Hopkins University Press.

Egboga, I., Zubairu, U. (2020). How Effective Has Global Entrepreneurship Been As A Tool For Economic Growth?. Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship, 4(1), 112-121

Gunegو Kickert, W.(1997), Managing Complex Networks, London: Sage.

Josef Lentsch . (2018). Introducing Political Entrepreneurship, [Political Entrepreneurship](https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-02861-9) pp 1-14.

Karlsson, Ch (2015). Political Entrepreneurship, Cluster Policies and Regional Growth. Centre of Excellence for Science and Innovation Studies, 1-17.

King, P.J. (1997), Policy Entrepreneurs, Dissertation Abstracts International, 50, 2633.

Kraav, M & Mets, T (2019). ICT Infrastructure Development as Political Entrepreneurship: The Case of the Estonian Education and Research Network (EENet), International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA), 1-7.

Kraav, M & Mets, T (2019). ICT Infrastructure Development as Political Entrepreneurship: The Case of the Estonian Education and Research Network (EENet), International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA), 1-7.

Lewis, E (1988) , Public Entrepreneurship, Bloomington: Indiana University Press.

Maksim Belitski1,2. Ana‑Maria Grigore3· Anca Bratu. (2021). Political entrepreneurship: entrepreneurship ecosystem perspective, International Entrepreneurship and Management Journal, <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00750-w>

Mintrom, M. (2009), “Policy Entrepreneurship and Policy Change” Policy Studies Journal, Vol. 37, No. 4.

O’Brien, T (2018). Political entrepreneurship in the feld of Maori sovereignty in Aotearoa New Zealand, The British Journal of Sociology, 70(4), 1-19.

Olausson, A & Svensson, P (2019). Understanding Political Entrepreneurship in Local Government Administration – a Contextual Framework, Lex Localis- Journal Of Local Self –Government, 17(3), 643-658

Ramamorti, R. (1986), “Public Entrepreneur” California Management Review, 28, 3.

Timmons, J.A. (1978), “Characteristics & Role Demands of Entrepreneurship” American Journal of Small Business, Vol. 3, No.1.

Turker, D. and Selcuk, S.S. (2009). “Which factors affect entrepreneurial intention of university students”? Journal of European Industrial Training, 33(2): 142-159.

Wiklund, J., Nikolaev, B., ShirMaw-Der, N & Bradley, S (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future, Journal of Business Venturing, 34, 579-588

Xavier, S.R., Kelley, D., Kew, J., Harrington, M. and Vorderwulbecke, A. (2012). Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report, Global Entrepreneurship Research Association

1. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران،*nematiliela@gmail.com* [↑](#footnote-ref-1)
2. دانشجوی کارشناسی معماری شهری، دانشگاه علمی کاربردی جهاد دانشگاهی واحد همدان، ایران، *Mehrdad22yousefi67@gmail.com*

   3 دانشجوی کارشناسی رشته معماری دانشگاه غیر انتفاعی جهاد دانشگاهی کرمانشاه**، ایران** [*zahranematix@gmail.com*](mailto:zahranematix@gmail.com)

   4 کارشناس حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران، *Mehdi.hidden081@gmail.com* [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)
5. O’Brien

   Kraav & Mets Karlsson [↑](#footnote-ref-5)
6. Egboga, I., Zubairu, U. [↑](#footnote-ref-6)
7. Devetag, M., Zazzerini, G., Tuan, N & Hung, D [↑](#footnote-ref-7)
8. Wiklund, J., Nikolaev, B., ShirMaw-Der, N & Bradley, S [↑](#footnote-ref-8)
9. Olausson, A & Svensson, P [↑](#footnote-ref-9)
10. Svensson, P [↑](#footnote-ref-10)