



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی گرگان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد ششم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۸

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۷۰-۵۵

DOI: 10.22069/jead.2020.17788.1408

ارزشیابی دانشجویان از خدمات کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان)

سهیلا شیرخانی^۱، محمدرضا محبوبی^{۲*}، محمدشریف شریفزاده^۲

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، گرایش نوآوری و کارآفرینی، دانشگاه علوم کشاورزی

و منابع طبیعی گرگان، ایران

^۲دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۱۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۲۶

چکیده

هدف این پژوهش ارزشیابی دانشجویان از خدمات کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان بود. تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲۰ نفر از دانشجویانی بودند که در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به فعالیت‌های کارآفرینانه اشتغال داشتند که تعداد ۹۲ نفر از آنان به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بود که روایی آن توسط اعضای کمیته پایان‌نامه و اساتید گروه ترویج و آموزش کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی ۰/۹۱۰ و برای انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی ۰/۹۱۴ بود. نتایج آزمون ویلکاکسون نشان داد میانگین انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی بالاتر از ادراکات آنها است و شکاف منفی بیانگر عدم برآورده شدن انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی در دانشگاه بود. همچنین با توجه به مقادیر میانگین بیشترین شکاف منفی (۱۵/۱۵-) مربوط به گویه قابل اعتماد بودن اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز کارآفرینی و کمترین شکاف منفی (۲/۴۶-) مربوط به گویه پاسخ سریع به خواسته‌های دانشجویان در زمینه خدمات کارآفرینی بود. ارایه اطلاعات دقیق، درست و برپایه واقعیت‌های موجود بازار کار و جامعه به دانشجو توسط کارشناسان مرکز کارآفرینی، سخنرانان و مدرسان همکار به ویژه در رویدادهای کارآفرینی، توجه بیشتر دانشگاه به حمایت‌های مادی و معنوی دانشجویان، برقراری ارتباط صمیمانه‌تر اساتید با دانشجویان و توجه بیشتر به رفع نیازهای آموزشی آنان در زمینه راه‌اندازی و شروع کسب و کار، می‌تواند به کاهش شکاف بین ادراکات و انتظارات دانشجویان منجر شود.

واژه‌های کلیدی: ارزشیابی، خدمات کارآفرینی، دانشگاه کشاورزی

*مسئول مکاتبه: mahboobi47@gmail.com

مقدمه

شواهد موجود نشان می‌دهد در برنامه‌ها، روش‌ها و رویکردهای دانشگاه‌های امروز تغییرات عمده‌ای ایجاد شده و انتظاراتی موجود از آنها نیز متحول شده است (پورعزت و همکاران، ۱۳۸۹). اکنون زمانی است که دانشگاه‌ها مورد ارزشیابی قرار می‌گیرند تا به اهداف خود برسند، مأموریت‌های خود را تحقق بخشند و به این سؤال پاسخ دهند که چگونه می‌توانند در آموزش عالی بهترین کیفیت را داشته باشند (Malicet, 1997). در این رابطه صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه آموزش عالی، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه دانشگاه‌ها به شمار می‌آورند (تقی-پورظهير و حسن‌مرادی، ۱۳۸۵).

با آشکار شدن ضرورت توجه دانشگاه‌ها به کارآفرینی به عنوان یک کارکرد محوری در کنار آموزش و پژوهش، فراهم‌سازی زمینه مساعد برای کارآفرینی دانشگاهی بیش از پیش اهمیت یافته است (نیکرفتار و فرید، ۱۳۹۴). این مهم البته نیازمند فراهم‌سازی محیطی حمایتی و ارائه مشوق‌های لازم است. آموزش کارآفرینی می‌تواند نقش بسیار مهمی در تغییر دیدگاه‌های دانشجویان در جهت خوداشتغالی و کارآفرینی ایفا نموده و از طریق آموزش مهارت‌های لازم جهت کارآفرینی، آن‌ها را برای اشتغال در بازارهای کار خوداشتغالی آماده نماید (پاپزن و همکاران، ۱۳۹۴).

ارائه خدمات به موقع و مناسب و همچنین با کیفیت در جهت کارآفرین شدن دانشگاه مؤثر می‌باشد. مشتریان آموزش عالی را دانشجویان، کارکنان، هیأت علمی، صنایع و جامعه تشکیل می‌دهند. در بین این مشتریان، دانشجویان بیشترین توجه را به خود جلب نموده‌اند، زیرا انتظارات برآورده نشده آنان، عوامل کلیدی برای رویگردانی از مؤسسات مذکور می‌باشد (Fitri et al., 2008). توسعه کارآفرینی

در دانشگاه‌ها بدون خدمات امکان‌پذیر نیست و دانشگاه‌ها نیازمند برداشتن گام‌های رو به جلو در جهت ارائه خدمات کارآفرینی به دانشجویان هستند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱). در واقع نظام خدمات کارآفرینی باید قادر باشد خدماتی چون آموزش کارآفرینی، مشاوره فنی، ایجاد شبکه‌های یادگیری و تبادل اطلاعات و دانش و مهارت، دسترسی به سرمایه، تسهیل راه‌اندازی کسب‌وکار و ایجاد زیرساخت‌های مناسب جهت فعالیت‌های کارآفرینانه را به مخاطبان ارائه دهد (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۴)، در نتیجه کارآفرینان دانشگاهی می‌توانند با ساماندهی کسب-وکارهای کارآفرینانه به ارائه نوآورانه خدمات حمایتی مورد نیاز بهره‌برداران، تولیدکنندگان، صنایع تبدیلی و فرآوری و ... بپردازند. خدمات آموزشی و ترویجی، مشاوره و کمک‌های فنی، بازاریابی و بازاریابی، ارائه فناوری و خدمات پژوهشی، توسعه مکانیزاسیون، تأسیسات و سازه‌های زراعی، بیمه، ارائه نهاده‌های جدید کشاورزی، سرمایه‌گذاری مشترک و... از جمله حوزه‌های کارآفرینی در عرصه خدمات حمایتی به شمار می‌رود که باعث توسعه زنجیره تولید و بازار کشاورزی و در نتیجه، رسیدن به سودآوری، اشتغال-زایی، بهبود کیفیت محصولات، افزایش بهره‌وری، افزایش توان رقابتی و ... می‌شود (عبدالله‌زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۷). با این وجود تردیدی نیست در راستای نیل به اهداف دانشگاه کارآفرین، صرف ارائه خدمات کارآفرینی به خودی خود کافی نبوده و آنچه مهم است ارائه خدمات با کیفیت و اثربخش و متناسب با انتظارات دانشجویان است که باید بدان توجه جدی شود (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۴).

نظام آموزش عالی به‌عنوان نظامی پویا و هدفمند، دارای دو بعد کمی و کیفی است و توسعه پایدار آن در گرو رشد موزون هر دو بعد آن است (توفیقی و نورشاهی، ۱۳۸۱)، لذا گسترش بعد کمی آن بدون

(شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷). با این حال تاکنون مطالعه‌ای انجام نشده است که مشخص نماید دانشجویان چه ادراکی از خدمات کارآفرینی دارند و انتظارات آنان از خدمات مذکور چیست. شکی نیست اگر خدمات کارآفرینی با کیفیت به دانشجویان ارائه نشود و مشکلاتشان حل نشود به مسائلی همچون؛ دلزدگی دانشجویان و هدر رفتن منابع منجر می‌شود و دانشجو نمی‌تواند به اهداف خود در زمینه کارآفرینی دست یابد. از این رو انتظار می‌رود نتایج این تحقیق به دستاوردهایی چون افزایش پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری و ارتباط بهتر مرکز کارآفرینی دانشگاه با دانشجویان و در نتیجه جذب بیشتر آنان به فعالیت‌های کارآفرینی منجر شود. نتیجه این امر ارائه خدمات کارآفرینی با توجه به نیازها و شرایط دانشجو، افزایش بهره‌وری فعالیت‌ها، رضایتمندی دانشجو از خدمات حمایتی کارآفرینی و پایش، پیامدسنجی و مستندسازی بهتر فعالیت‌های کارآفرینی است. در عین حال این مطالعه گامی در راستای قضاوت نظام‌مند در خصوص عملکرد مرکز کارآفرینی دانشگاه و میزان توفیق آن در ارائه خدمات کارآفرینی به دانشجویان نیز در نظر گرفته می‌شود.

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های انجام شده در زمینه کیفیت خدمات و تعریف، مدل‌سازی، اندازه‌گیری، روش‌های جمع‌آوری داده، تجزیه و تحلیل داده‌ها و... منجر به توسعه دیدگاه‌های مختلف پژوهشگران، در این زمینه شده است (شاهوردیانی، ۱۳۸۹؛ قلاوندی و همکاران، ۱۳۹۵) که خلاصه آن در جدول ۱ آمده است. همچنین بررسی پیشینه نشان می‌دهد این پژوهش‌ها در زمینه کارآفرینی در محیط‌های دانشگاهی بیشتر به بررسی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان و نقش آموزش در توسعه این ویژگی‌ها معطوف بوده و کمتر

توجه به توسعه کیفیت پیامدهایی همچون افت تحصیلی، وابستگی علمی، فرار مغزها، عدم کارآفرینی و ضعف تولید دانش را به همراه خواهد داشت (آقاملایی و همکاران، ۱۳۸۵). از سوی دیگر، در مدیریت خدمات، فهم کیفیت خدمات از دیدگاه مشتری حائز اهمیت است، لذا بررسی کیفیت از دیدگاه مشتری یکی از راه‌های ارزیابی است که با تأمین خواسته‌های مشتری، سازمان به ارائه خدمات بهتر نائل می‌شود (Oliveria, 2009). در واقع دریافت‌کنندگان خدمات، کیفیت آن را با مقایسه ادراکات و انتظارات خود از خدمات دریافت شده، ارزیابی می‌کنند. «ادراکات» بیانگر ارزیابی مشتری از کیفیت خدمات ارائه شده است و «انتظارات» همان خواسته‌های مشتری است. در واقع انتظارات بیانگر احساس مشتری نسبت به آن چیزی است که ارائه‌دهندگان خدمات باید عرضه کنند (جعفری اصل و همکاران، ۱۳۹۳). اگر سطح انتظارات بیش از سطح ادراکات باشد، کیفیت خدمات دریافت شده از دیدگاه مشتری ضعیف بوده، در نتیجه سبب نارضایتی می‌شود (Shaney et al., 2006).

نگاهی به خدمات کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان نشان می‌دهد این خدمات در زمینه‌هایی چون برگزاری کارگاه آموزشی و بازدید از محیط کسب‌وکار، برگزاری سلسله نشست‌های کارآفرینی با دعوت از کارآفرینان با تجربه، دوره‌های توانمندسازی دانشگاهی، اطلاع‌رسانی مناسبی و مستمر در مورد رویدادهای کارآفرینی، برگزاری جشنواره کارآفرینان برتر دانشگاهی، راه‌اندازی بازارچه کارآفرینی، برگزاری استارت آپ و یک‌کند، برگزاری دوره‌های مهارتی، تشکیل تعاونی دانشجویی، تسهیل حمایت از کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و تشکیل صندوق حمایت از کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار دانشگاهیان ارائه می‌شود

دانشجویان در خصوص کیفیت آموزشی پایین و متوسط است. عنایتی‌نویین‌فر و همکاران (۱۳۹۰) تحقیقی را تحت عنوان ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه پیام نور همدان بر اساس مدل سروکوال انجام دادند. نتایج نشان داد که ادراکات دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده در حد پایین و انتظاراتشان در حد بالاست. بیشترین شکاف در بعد همدلی و کمترین شکاف در بعد پاسخگویی مشاهده گردید. در واقع نتایج نشان داد که دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه پیام نور همدان راضی نیستند و خدمات آموزشی ارائه شده انتظارات دانشجویان را برآورده نمی‌سازد.

در آن‌ها به مقوله ارائه خدمات حمایتی کارآفرینی و اثربخشی آن‌ها در ارتقای توانمندی‌های دانشجویان توجه شده است (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۴)، از جمله این که چنگیزی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان بررسی کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اراک به این نتیجه رسیدند که انتظارات دانشجویان از خدمات ارائه شده برآورده نشده و بیشترین شکاف در بعد تضمین و کمترین شکاف در بعد همدلی بود. شریف‌زاده و عبدالله‌زاده (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان بررسی رضایت دانشجویان کشاورزی از کیفیت آموزشی، نتیجه گرفتند سطح رضایت بیشتر

جدول ۱- خلاصه مدل‌های اندازه‌گیری کیفیت خدمات

نام مدل	نویسنده/ نویسندگان	سال	اندازه‌گیری کیفیت خدمات از طریق
کیفیت کارکردی فنی	گرونروس	۱۹۸۴	کیفیت کارکردی و فنی
شکاف	پاراسورامان و همکاران	۱۹۸۵	ابعاد ۱۰ گانه کیفیت خدمات
ترکیب شده کیفیت خدمات	بروگوویز و همکاران	۱۹۹۰	کیفیت کارکردی و فنی براساس فعالیت‌های سنتی مدیریت (برنامه‌ریزی، اجرا و عملکرد)
مبتنی بر عملکرد	کرونین تیلور	۱۹۹۲	بر اساس ابعاد ۲۲ گانه سروکوال ولی تنها مبتنی بر عملکرد
ویژگی PCP	فیلیپ و هزات	۱۹۹۷	ویژگی‌های محوری، میانی (مرکزی) و جانبی
مبتنی بر IT	زو و همکاران	۲۰۰۲	ابعاد سروکوال تنها مبتنی بر ادراکات
مدل هدپرف	فیرادوس	۲۰۰۶	پرسشنامه ۴ بخشی اندازه‌گیری کیفیت خدمات

منبع: شاهوردیانی، ۱۳۸۹، قلاوندی و همکاران، ۱۳۹۵

سروکوال نشان داد که در تمامی ابعاد کیفیت خدمات، بین انتظارات و ادراکات دانشجویان، شکاف منفی وجود داشته و در تمامی موارد سطح انتظارات دانشجویان فراتر از سطح ادراکات آن‌ها بود. رسول-آبادی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی با مدل سروکوال از دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کردستان نتیجه گرفتند که با وجود شکاف منفی در همه ابعاد پنج‌گانه کیفیت، بیشترین شکاف مربوط به بعد پاسخگویی و کمترین آن مربوط به بعد اطمینان بود.

توفیقی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان بر اساس مدل سروکوال نشان دادند در تمامی ابعاد کیفیت خدمات آموزشی و عبارات مربوط به سنجش آن، شکاف کیفیت وجود دارد. بیشترین میانگین شکاف کیفیت در بعد همدلی و بعد از آن به ترتیب در ابعاد فیزیکی، پاسخگویی و تضمین و کمترین میانگین شکاف مربوط به بعد اطمینان بود. نتایج پژوهش قلاوندی و همکاران (۱۳۹۱) با هدف بررسی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه ارومیه بر اساس مدل

کمترین شکاف در بعد اطمینان مشاهده شد. Barnes (۲۰۰۵) در مطالعه‌ای به منظور تعیین ادراکات و انتظارات دانشجویان چینی از کیفیت خدمات آموزشی نشان داد که در تمام ابعاد کیفیت خدمات شکاف منفی وجود داشته است یعنی دانشجویان از کیفیت کلیه ابعاد خدمات آموزشی ارائه شده ناراضی بودند، همچنین بیشترین شکاف منفی کیفیت در بعد تضمین و کمترین شکاف در بعد اطمینان مشاهده شد. Adams و Emanuel (۲۰۰۶) در تحقیقی به منظور تعیین کیفیت خدمات آموزشی در ایالات متحده نشان دادند از دیدگاه دانشجویان خدمات با کیفیت به آنها ارائه نمی‌شود. Oliveria (۲۰۰۹) در مقاله‌ای تحت عنوان سازگاری و کاربرد مقیاس سروکوال در آموزش عالی به این نتیجه رسید که در همه ابعاد مقیاس شکاف منفی وجود دارد و خطای قابل توجهی در این خدمات وجود دارد که کیفیت خدمات ارائه شده را به خطر می‌اندازد. Pavlina و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی تحت عنوان درک دانشجویان از کیفیت آموزش در آموزش عالی نشان دادند آنان درک صحیحی از ویژگی‌های کیفیت آموزش ندارند. Farahmandian و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان درک کیفیت خدمات و رضایت دانشجویان از آموزش عالی دریافتند تقریباً اکثر دانشجویان از کیفیت خدمات ارائه شده در دانشکده تجارت بین‌المللی کوالالمپور در مالزی رضایت دارند. همچنین، یافته‌ها نشان داد که عوامل تسهیلات، خدمات مشاوره، برنامه درسی و کمک‌های مالی و شهریه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایت دانشجویان دارد. Byun و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان مطالعه اثربخشی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دوره‌های تحصیلات تکمیلی در مؤسسات آموزش عالی کشور کره جنوبی به این نتیجه رسیدند که تفاوت در ترجیحات برنامه درسی و برنامه آموزشی شناخته شده توسط

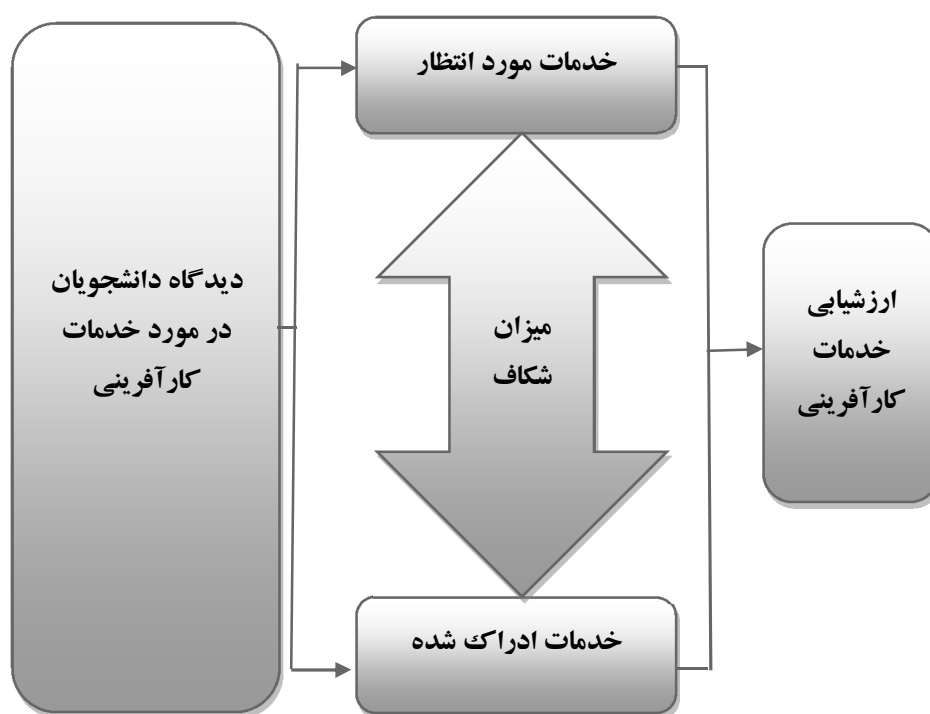
بین شکاف کیفیت خدمات آموزشی در ابعاد پنج‌گانه و دانشجویان زن و مرد، مقطع تحصیلی و سنوات تحصیلی دانشجویان رابطه معنی‌دار وجود نداشت اما در کلیه ابعاد پنج‌گانه در حیطه انتظار بین دانشجویان زن و مرد تفاوت معنی‌دار مشاهده شد.

آقامیرزایی محلی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی و رتبه‌بندی کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان مطالعه موردی دانشگاه علوم و فنون مازندران نشان دادند که از دیدگاه دانشجویان در هر پنج بعد کیفیت خدمات، شکاف منفی وجود دارد. بیشترین میانگین شکاف کیفیت به ترتیب در ابعاد شرایط فیزیکی، پاسخگویی، همدلی، تضمین و قابلیت اطمینان مشاهده شد. همچنین نتایج آنها نشان داد بین متغیر جمعیت شناختی جنسیت و ترم‌های تحصیلی تفاوت معناداری با شکاف در هر یک از ابعاد پنج‌گانه وجود ندارد و به جز بعدهای پاسخگویی و تضمین، بین متغیر مقطع تحصیلی با شکاف، در سایر ابعاد پنج‌گانه تفاوت معنادار مشاهده شده است. متغیر معدل با شکاف در هر یک از ابعاد پنج‌گانه به جز پاسخگویی و همدلی تفاوت معنادار داشته و بین متغیر رشته تحصیلی با شکاف به جز بعد شرایط فیزیکی در بقیه ابعاد تفاوت معنادار مشاهده نشده است. اجاقی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای تحت عنوان ارزیابی کیفیت خدمات آموزش کارآفرینی در دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه به این نتیجه رسیدند که بیشترین شکاف کیفیت در بعد پاسخگویی و کمترین شکاف کیفیت در بعد فیزیکی است.

Chua (۲۰۰۴) در مطالعه‌ای در باره کیفیت خدمات آموزشی در دانشکده مدیریت بازرگانی دانشگاه رایرسون تورنتوی کانادا نشان داد در تمام ابعاد خدمات شکاف منفی کیفیت وجود داشت؛ بیشترین شکاف منفی کیفیت در بعد تضمین و

مدل مفهومی این تحقیق تلفیقی از مدل سروکوال و هدپرف می‌باشد (شکل ۱). همچنین، هدف کلی این تحقیق ارزشیابی خدمات کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان و اهداف اختصاصی شامل شناخت ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی، شناسایی انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی و همچنین مقایسه انتظارات و ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان بود.

دانشجویان فارغ التحصیل وجود دارد. نتایج این پژوهش پیامدهای دانشگاهی و عملی برنامه‌های آموزش کارآفرینی را نشان داده است. در این تحقیق، از نظر دانشگاهی، طبقه‌بندی موضوعات و برنامه‌های درسی آموزش کارآفرینی بر مبنای تحلیل اهمیت-رضایت و از نظر عملی، بهبود برنامه‌های درسی و آموزشی برای فعال‌سازی مدارس کارآفرینی پیشنهاد شده است. با توجه به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق،



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

به چارچوب نظری و اهداف تحقیق تدوین شد که در آن برای ارزشیابی ادراکات و انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی، از مطالعه انجام شده توسط فلاوندی و همکاران (۱۳۹۵) و Firdaus (۲۰۰۶) استفاده شد. این پرسشنامه طبق جدول ۲، در سه بخش اصلی تدوین شد: بخش اول متغیرهای شخصی و حرفه‌ای پاسخگویان، مشتمل بر ۱۳ گویه، بخش دوم متغیرهای تحصیلی، مشتمل بر ۸ گویه بود.

روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ درجه نظارت و کنترل، میدانی و از لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی است. همچنین تحقیق حاضر را به دلیل استفاده از پرسشنامه می‌توان در زمره‌ی تحقیق‌های پیمایشی نیز طبقه‌بندی کرد. در تحقیق حاضر ابزار گردآوری داده‌ها و اندازه‌گیری متغیرها، یک پرسشنامه محقق ساخته بود که با توجه

گویه‌های مرتبط با ارزشیابی کارآفرینی، شامل ۲۷ گویه در زمینه ادراکات و ۲۷ گویه در زمینه انتظارات دانشجویان بود که در قالب طیف لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد (۱=خیلی کم؛ ۲=کم؛ ۳=متوسط؛ ۴=زیاد؛ ۵=خیلی زیاد)، مورد سنجش قرار گرفت.

جدول ۲- بخش‌های مختلف پرسشنامه بر اساس بخش‌های مختلف و تعداد گویه‌های هر بخش

ردیف	متغیرها	تعداد گویه‌ها
۱	متغیرهای شخصی و حرفه‌ای دانشجویان	۱۳
۲	متغیرهای تحصیلی	۸
۳	ارزشیابی ادراکات کارآفرینی دانشجویان	۲۷
۴	ارزشیابی انتظارات کارآفرینی دانشجویان	۲۷

روایی محتوایی و ظاهری پرسشنامه تحقیق توسط اعضای کمیته پایان‌نامه و اساتید گروه ترویج و آموزش کشاورزی تأیید شد. همچنین به منظور محاسبه اعتبار پرسشنامه، با استفاده از نرم‌افزار SPSS16 ضریب آلفای کرونباخ برای تعداد ۳۰ پرسشنامه خارج از محدوده جغرافیایی تحقیق و در دانشگاه گلستان تکمیل گردید (جدول ۳).

جدول ۳- ضریب آلفای کرونباخ برای دو شاخص ادراکات و انتظارات

نوع شاخص	تعداد گویه	مقدار آلفا
انتظارات	۲۷	۰/۹۱۴
ادراکات	۲۷	۰/۹۱۰
کل	۷۵	۰/۸۰۲

جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۲۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر بودند که به فعالیت‌های کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان اشتغال داشتند. نمونه‌گیری به شیوه‌ی تصادفی از بین دانشجویان مذکور انجام شد در نتیجه ۳۲ دختر و ۶۰ پسر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد. بر این اساس، حجم نمونه ۹۲ نفر به دست آمد. پرسشنامه‌ها به دو صورت حضوری و آنلاین توزیع شد، که ۴۸ پرسشنامه به صورت حضوری و ۴۴ پرسشنامه به صورت آنلاین تکمیل گردید.

یافته‌ها

نتایج نشان داد میانگین سنی پاسخگویان ۲۵/۱۴

سال، ۶۰ نفر (۶۵/۲ درصد) از نمونه‌ها پسر و ۳۲ نفر (۳۴/۸ درصد) دختر بودند. بیشترین تعداد پاسخگو در رشته باغبانی با ۲۳ نفر (۲۵ درصد) و کمترین تعداد پاسخگو در رشته صنایع غذایی و مهندسی چوب با ۱ نفر (۱/۱ درصد) بودند. از نظر مقطع تحصیلی، بیشترین فراوانی مربوط به دانشجویان کارشناسی با ۵۷ نفر (۶۲ درصد) بود. بیشتر پاسخگویان با فراوانی ۶۰ نفر (۶۵/۲ درصد)، غیرشاغل و ۳۲ نفر (۳۴/۸ درصد) شاغل بودند. بیشتر پاسخگویان به تعداد ۷۵ نفر (۸۱/۵ درصد) مجرد و ۱۷ نفر (۱۸/۵ درصد) متأهل‌اند. بیشتر پاسخگویان با فراوانی ۷۴ نفر (۸۰/۴ درصد) در شهر و ۱۸ نفر (۱۹/۶ درصد) در روستا زندگی می‌کنند. بیشتر پاسخگویان با فراوانی ۵۹ نفر (۶۴/۱ درصد) در کارگاه آموزش کارآفرینی، با

فراوانی ۷۰ نفر (۷۶/۱ درصد) در سخنرانی‌ها و ۶۸ نفر (۷۳/۹ درصد) در بازدید کارآفرینی مشارکت
 نشست‌های کارآفرینی، با فراوانی ۳۰ نفر (۳۲/۶ درصد) در رویدادهای استارت‌آپی، با فراوانی ۴۴ نفر
 (۴۷/۸ درصد) در جشنواره‌های کارآفرینی و با فراوانی

جدول ۴- اولویت‌بندی ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی

اولویت	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱۳	۱/۱۳	۲/۷۲	آموزش اثربخش کارآفرینی (در قالب درس و کارگاه‌ها) در دانشگاه
۲۴	۱/۰۵	۲/۵۷	تعهد دانشگاه به پیشبرد و اجرای برنامه‌های حمایتی در حوزه کارآفرینی
۱۷	۱/۲۵	۲/۶۶	انگیزه بخشی و تشویق مناسب (مادی و معنوی) دانشجویان به امور کارآفرینی
۷	۱/۰۹	۲/۷۹	اعتماد اساتید به دانشجویان در امور کارآفرینی
۲۰	۱/۲۳	۲/۶۳	ارائه به موقع خدمات مقتضی به دانشجویان متقاضی کسب و کار
۲۳	۱/۰۹	۲/۵۹	پاسخ سریع به خواسته‌های دانشجویان در زمینه خدمات کارآفرینی
۱۲	۱/۰۵	۲/۷۳	انکاء و اعتماد دانشجویان به اساتید در زمینه ایده پردازی و کارآفرینی
۲۵	۱/۱۵	۲/۵۳	احساس حمایت و پشتیبانی دانشجویان از طرف دانشگاه در زمینه کارآفرینی
۲۷	۰/۹۹	۲/۳۸	توجه خاص اساتید به رفع نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانشجویان
۱۸	۱/۱۳	۲/۶۵	تمرکز استاد بر علایق دانشجویان حوزه کسب و کار
۳	۱/۱۰	۲/۸۳	شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه
۲	۱/۱۰	۲/۹۱	نگرش مثبت مدرسان به دانشجویان در حوزه کارآفرینی
۱۶	۱/۰۹	۲/۶۷	ارائه بازخورد در مورد میزان پیشرفت دانشجو درباره برنامه کار در مرکز کارآفرینی
۲۱	۱/۰۹	۲/۶۱	ارایه زمان مناسب و کافی به دانشجویان برای پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینی
۱۹	۰/۹۶	۲/۶۴	انعطاف پذیری در روند انجام کار و برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه
۱۴	۱/۱۰	۲/۷۰	برگزاری رویدادهای شناخته شده‌ی کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه
۹	۱/۱۲	۲/۷۸	برخوردار بودن مدرسان از تجربه و تسلط کافی در امور کسب و کار و کارآفرینی
۲۶	۱/۰۶	۲/۴۵	رسیدگی موثر و فوری به شکایات دانشجویان در زمینه خدمات حمایتی کارآفرینی
۶	۱/۲۱	۲/۸۰	ارتباطات خوب بین کادر اداری و دانشجویان در امر کارآفرینی
۱۵	۱/۰۸	۲/۶۸	نگرش مثبت کادر اداری دانشگاه نسبت به وظایف محوله در زمینه‌ی کارآفرینی
۱۱	۱/۲۱	۲/۷۶	رفتار و توجه برابر و بدون تبعیض به دانشجویان در امور کارآفرینی
۱۰	۱/۰۸	۲/۷۷	وجود میزان نسبتاً خوب آزادی عمل برای دانشجویان در برنامه‌های کارآفرینی
۴	۱/۱۰	۲/۸۲	قابل اعتماد بودن اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز آفرینی
۱	۱/۱۶	۳/۰۷	دسترسی و ارتباط آسان با تشکیلات کارآفرینی در دانشگاه
۵	۱/۱۵	۲/۸۱	ارایه مناسب مشاوره شغلی به دانشجویان با رویکرد کارآفرینی و خوداشتغالی
۸	۱/۰۶	۲/۷۹	امکان ارائه بازخورد جهت بهبود عملکرد تشکیلات کارآفرینی دانشگاه
۲۲	۱/۱۴	۲/۶۰	وجود رویه های استاندارد و ساده در ارائه خدمات کارآفرینی به دانشجویان

* دامنه میانگین از ۱-۵ می‌باشد.

اولویت‌بندی ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه"،
 کارآفرینی دانشگاه نشان داد گویه‌های "دسترسی و نگرش مثبت مدرسان به دانشجویان در حوزه ارتباط آسان با تشکیلات کارآفرینی در دانشگاه"،

فوری به شکایات دانشجویان در زمینه خدمات حمایتی کارآفرینی" و "توجه خاص اساتید به رفع نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانشجویان"، دارای کمترین اهمیت بوده است (جدول ۴).

کارآفرینی" و "شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه"، دارای بیشترین اهمیت و گویه‌های "احساس حمایت و پشتیبانی دانشجویان از طرف دانشگاه در زمینه کارآفرینی"، "رسیدگی موثر و

جدول ۵- اولویت‌بندی انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی

اولویت	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱۹	۱/۲۱	۳/۳۴	آموزش اثربخش کارآفرینی (در قالب درس و کارگاه‌ها) در دانشگاه
۱۶	۱/۳۳	۳/۳۷	تعهد دانشگاه به پیشبرد و اجرای برنامه‌های حمایتی در حوزه کارآفرینی
۲۳	۱/۲۳	۳/۳۰	انگیزه بخشی و تشویق مناسب (مادی و معنوی) دانشجویان به امور کارآفرینی
۱۵	۱/۱۷	۳/۳۸	اعتماد اساتید به دانشجویان در امور کارآفرینی
۲۶	۱/۲۶	۳/۲۷	ارائه به موقع خدمات مقتضی به دانشجویان متقاضی کسب و کار
۲۷	۱/۲۶	۳/۲۳	پاسخ سریع به خواسته‌های دانشجویان در زمینه خدمات کارآفرینی
۱	۱/۰۵	۳/۶۰	اتکاء و اعتماد دانشجویان به اساتید در زمینه ایده پردازی و کارآفرینی
۲۰	۱/۳۰	۳/۳۳	احساس حمایت و پشتیبانی دانشجویان از طرف دانشگاه در زمینه کارآفرینی
۱۷	۱/۲۲	۳/۳۶	توجه خاص اساتید به رفع نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانشجویان
۲۲	۱/۱۰	۳/۳۱	تمرکز استاد بر علایق دانشجویان حوزه کسب و کار
۱۰	۱/۱۵	۳/۴۳	شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه
۹	۱/۰۵	۳/۴۴	نگرش مثبت مدرسان به دانشجویان در حوزه کارآفرینی
۲۵	۱/۰۲	۳/۲۸	ارائه بازخورد در مورد میزان پیشرفت دانشجو درباره برنامه کار در مرکز کارآفرینی
۲۱	۱/۱۳	۳/۳۲	ارایه زمان مناسب و کافی به دانشجویان برای پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینی
۱۳	۱/۰۴	۳/۴۰	انعطاف پذیری در روند انجام کار و برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه
۲	۱/۰۴	۳/۵۹	برگزاری رویدادهای شناخته شده کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه
۳	۱/۰۷	۳/۵۴	برخورداری مدرسان از تجربه و تسلط کافی در امور کسب و کار و کارآفرینی
۱۱	۱/۳۱	۳/۴۲	رسیدگی موثر و فوری به شکایات دانشجویان در زمینه خدمات حمایتی کارآفرینی
۷	۱/۲۲	۳/۴۶	ارتباطات خوب بین کادر اداری و دانشجویان در امر کارآفرینی
۵	۱/۲۰	۳/۴۸	نگرش مثبت کادر اداری دانشگاه نسبت به وظایف محوله در زمینه کارآفرینی
۶	۱/۲۱	۳/۴۷	رفتار و توجه برابر و بدون تبعیض به دانشجویان در امور کارآفرینی
۱۴	۱/۲۰	۳/۳۹	وجود میزان نسبتاً خوب آزادی عمل برای دانشجویان در برنامه‌های کارآفرینی
۴	۱/۲۰	۳/۵۳	قابل اعتماد بودن اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز آفرینی
۸	۱/۲۴	۳/۴۵	دسترسی و ارتباط آسان با تشکیلات کارآفرینی در دانشگاه
۱۲	۱/۲۳	۳/۴۱	ارایه مناسب مشاوره شغلی به دانشجویان با رویکرد کارآفرینی و خوداشتغالی
۲۴	۱/۰۸	۳/۲۹	امکان ارائه بازخورد جهت بهبود عملکرد تشکیلات کارآفرینی دانشگاه
۱۸	۱/۲۳	۳/۳۵	وجود رویه های استاندارد و ساده در ارائه خدمات کارآفرینی به دانشجویان

* دامنه میانگین از ۱-۵ می‌باشد.

جدول ۶- نتایج مقایسه میانگین ادراکات و انتظارات پاسخگویان

ردیف	گویه	میانگین ادراکات	میانگین انتظارات	میزان شکاف	مقدار Z	Sig
۱	آموزش اثربخش کارآفرینی (در قالب درس و کارگاه‌ها) در دانشگاه	۲۹/۶۸	۳۵/۷۱	-۶/۰۳	-۳/۶۸۱	۰/۰۰۰
۲	تعهد دانشگاه به پیشبرد و اجرای برنامه‌های حمایتی در حوزه کارآفرینی	۲۳/۵۰	۳۵/۷۶	-۱۲/۲۶	-۴/۳۵۴	۰/۰۰۰
۳	انگیزه بخشی و تشویق مناسب (مادی و معنوی) دانشجویان به امور کارآفرینی	۲۲/۰۸	۳۵/۳۵	-۱۳/۲۷	-۳/۶۷۶	۰/۰۰۰
۴	اعتماد اساتید به دانشجویان در امور کارآفرینی	۲۵/۲۳	۳۵/۱۵	-۹/۹۲	-۳/۵۱۲	۰/۰۰۰
۵	ارائه به موقع خدمات مقتضی به دانشجویان متقاضی	۲۷/۵۶	۳۳/۱۱	-۵/۵۵	-۳/۴۳۳	۰/۰۰۱
۶	پاسخ سریع به خواسته‌های دانشجویان در زمینه خدمات کارآفرینی	۳۱/۲۲	۳۳/۶۸	-۲/۴۶	-۳/۳۹۰	۰/۰۰۱
۷	اتکاء و اعتماد دانشجویان به اساتید در زمینه ایده پردازی و کارآفرینی	۲۴/۶۸	۳۶/۴۶	-۱۱/۷۸	-۵/۰۵۴	۰/۰۰۰
۸	احساس حمایت و پشتیبانی دانشجویان از طرف دانشگاه در زمینه کارآفرینی	۲۵/۵۳	۳۷/۹۸	-۱۲/۴۵	-۴/۲۶۳	۰/۰۰۰
۹	توجه اساتید به رفع نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانشجویان	۲۰/۸۲	۳۳/۸۰	-۱۲/۹۸	-۵/۳۰۹	۰/۰۰۰
۱۰	تمرکز استاد بر علایق دانشجویان حوزه کسب و کار	۲۷/۷۱	۳۵/۸۴	-۸/۱۳	-۳/۷۷۳	۰/۰۰۰
۱۱	شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه	۲۳/۵۷	۳۶/۵۲	-۱۲/۹۵	-۳/۴۰۱	۰/۰۰۰
۱۲	نگرش مثبت مدرسان به دانشجویان در حوزه کارآفرینی	۲۳/۸۹	۳۲/۶۸	-۸/۷۹	-۳/۴۹۵	۰/۰۰۰
۱۳	ارائه بازخورد در مورد میزان پیشرفت دانشجو درباره برنامه کار در مرکز کارآفرینی	۲۶/۹۲	۳۵/۵۱	-۸/۵۹	-۳/۷۴۸	۰/۰۰۰
۱۴	ارایه زمان مناسب و کافی به دانشجویان برای پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینی	۲۹/۸۴	۳۴/۰۳	-۴/۱۹	-۳/۹۴۵	۰/۰۰۰
۱۵	انعطاف پذیری در روند انجام کار و برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه	۳۲/۴۲	۳۱/۲۸	۱/۱۴	-۴/۲۰۶	۰/۰۰۰
۱۶	برگزاری رویدادهای شناخته شده کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه	۳۰/۸۵	۱۹/۱۱	۱۱/۷۴	-۵/۲۹۴	۰/۰۰۰
۱۷	برخوردراری مدرسان از تجربه و تسلط کافی در امور کسب و کار و کارآفرینی	۲۰/۷۷	۳۱/۴۳	-۱۰/۶۶	-۴/۵۰۵	۰/۰۰۰
۱۸	رسیدگی موثر و فوری به شکایات دانشجویان در زمینه خدمات حمایتی کارآفرینی	۲۰/۶۸	۳۱/۵۶	-۱۰/۸۸	-۴/۹۱۳	۰/۰۰۰
۱۹	ارتباطات خوب بین کادر اداری و دانشجویان در امر کارآفرینی	۲۷/۰۵	۳۶/۳۰	-۹/۲۵	-۳/۶۸۷	۰/۰۰۰
۲۰	نگرش مثبت کادر اداری دانشگاه نسبت به وظایف محوله در زمینه کارآفرینی	۲۴/۵۶	۲۸/۶۷	-۴/۱۱	-۴/۶۷۴	۰/۰۰۰
۲۱	رفتار و توجه برابر و بدون تبعیض به دانشجویان در امور کارآفرینی	۲۱/۲۹	۲۸/۶۷	-۷/۳۸	-۴/۱۳۱	۰/۰۰۰
۲۲	وجود میزان نسبتاً خوب آزادی عمل برای دانشجویان در برنامه های کارآفرینی	۲۴/۵۴	۲۹/۸۲	-۵/۲۸	-۳/۷۷۶	۰/۰۰۰
۲۳	قابل اعتماد بودن اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز آفرینی	۱۷/۱۴	۳۲/۲۹	-۱۵/۱۵	-۴/۶۵۴	۰/۰۰۰
۲۴	دسترسی و ارتباط آسان با تشکیلات کارآفرینی در دانشگاه	۲۷/۵۰	۲۷/۵۰	۰	-۲/۶۸۸	۰/۰۰۷
۲۵	ارایه مناسب مشاوره شغلی به دانشجویان با رویکرد کارآفرینی و خوداشتغالی	۲۹/۵۹	۲۶/۳۲	۳/۲۷	-۳/۵۰۵	۰/۰۰۰
۲۶	امکان ارائه بازخورد جهت بهبود عملکرد تشکیلات کارآفرینی دانشگاه	۲۴/۴۴	۳۱/۷۸	-۷/۳۴	-۳/۳۲۰	۰/۰۰۱
۲۷	وجود رویه های استاندارد و ساده در ارائه خدمات کارآفرینی به دانشجویان	۲۱/۷۵	۳۱/۳۶	-۹/۶۱	-۴/۲۱۲	۰/۰۰۰

* دامنه میانگین از ۱-۵ می باشد

های حمایتی در حوزه کارآفرینی قابل توجه است. لازم به ذکر است در مورد گویه‌های انعطاف‌پذیری در روند انجام کار و برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه، برگزاری رویدادهای شناخته شده‌ی کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه و ارایه مناسب و مشاوره شغلی به دانشجویان با رویکرد کارآفرینی و خوداشتغالی، میانگین ادراکات پاسخگویان از میانگین انتظارات بیشتر بوده است (شکاف مثبت).

بحث و نتیجه‌گیری

با آشکار شدن ضرورت توجه دانشگاه‌ها به کارآفرینی به عنوان یک کارکرد محوری در کنار آموزش و پژوهش، فراهم‌سازی زمینه مساعد برای کارآفرینی دانشگاهی بیش از پیش اهمیت یافته است. همچنین توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها بدون خدمات امکان‌پذیر نیست و دانشگاه‌ها نیازمند برداشتن گام‌های رو به جلو در جهت ارائه خدمات کارآفرینی به دانشجویان هستند. در عین حال، رضایت دانشجویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه در صورتی است که سطح انتظارات (وضعیت مطلوب)، کمتر از سطح ادراکات (وضعیت موجود) باشد. این پژوهش با هدف ارزشیابی دانشجویان از خدمات کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان انجام شد. نتایج اولویت‌بندی ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه نشان داد گویه‌های "دسترسی و ارتباط آسان با تشکیلات کارآفرینی در دانشگاه"، "نگرش مثبت مدرسان به دانشجویان در حوزه کارآفرینی" و "شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه"، دارای بیشترین اهمیت هستند. این نتیجه بیانگر این است که خدمات نامبرده که عمدتاً به موضوع نگرش مثبت دانشگاه به کارآفرینی دانشجویان مربوط است، از نظر دانشجویان در وضعیت موجود، بیشتر مورد توجه قرار گرفته

اولویت‌بندی انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه نشان داد گویه‌های "اتکاء و اعتماد دانشجویان به اساتید در زمینه ایده‌پردازی و کارآفرینی"، "برگزاری رویدادهای شناخته شده‌ی کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه" و "برخورداری مدرسان از تجربه و تسلط کافی در امور کسب و کار و کارآفرینی"، دارای بیشترین اهمیت و گویه‌های "ارائه بازخورد در مورد میزان پیشرفت دانشجو درباره برنامه کار در مرکز کارآفرینی"، "ارائه به موقع خدمات مقتضی به دانشجویان متقاضی کسب و کار" و "پاسخ سریع به خواسته‌های دانشجویان در زمینه خدمات کارآفرینی"، دارای کمترین اهمیت بوده است (جدول ۵).

برای مقایسه میانگین انتظارات و ادراکات دانشجویان از خدمات کارآفرینی از آزمون ویلکاکسون استفاده شد. با توجه به نتایج جدول ۶، میزان شکاف بین میانگین انتظارات و ادراکات منفی بوده است. در واقع در غالب موارد میانگین ادراکات پاسخگویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه (وضع موجود)، از میانگین انتظارات پاسخگویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه (وضع مطلوب)، کمتر بوده است. بیشترین شکاف منفی مربوط به گویه قابل اعتماد بودن اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز آفرینی (۱۵/۱۵-) و کمترین شکاف منفی مربوط به گویه پاسخ سریع به خواسته‌های دانشجویان در زمینه خدمات کارآفرینی (۲/۴۶-)، بوده است. همچنین این شکاف منفی در مورد گویه‌های انگیزه بخشی و تشویق مناسب (مادی و معنوی) دانشجویان به امور کارآفرینی، توجه اساتید به رفع نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانشجویان، شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه، احساس حمایت و پشتیبانی دانشجویان از طرف دانشگاه در زمینه کارآفرینی و تعهد دانشگاه به پیشبرد و اجرای برنامه-

است. همچنین نتایج اولویت‌بندی انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی دانشگاه نشان داد گویه‌های "اتکاء و اعتماد دانشجویان به اساتید در زمینه ایده‌پردازی و کارآفرینی"، "برگزاری رویدادهای شناخته شده‌ی کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه" و "برخورداری مدرسان از تجربه و تسلط کافی در امور کسب و کار و کارآفرینی" دارای بیشترین اهمیت هستند. این نتیجه بیانگر این است که خدمات نامبرده که عمدتاً به موضوع رویکرد حرفه‌ای اساتید در قبال حمایت از کارآفرینی دانشجویان مربوط است، از نظر دانشجویان باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد.

علاوه بر این، نتایج این پژوهش نشان داد بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان فاصله معنی‌داری وجود دارد به طوری که در غالب موارد میانگین ادراکات از میانگین انتظارات از خدمات کارآفرینی دانشگاه، کمتر بوده است که دال بر وجود شکاف منفی است. این به معنای آن است که در مواردی که شکاف منفی است، رایحه خدمات کارآفرینی به دانشجویان به خوبی انجام نشده است و به تعبیر دیگر، انتظارات دانشجویان از ادراکات آن‌ها بیشتر می‌باشد. نتایج این بخش با یافته‌های کبرایی و همکاران (۱۳۸۴)، چنگیزی و همکاران (۱۳۹۰)، شریف‌زاده و عبدالله‌زاده (۱۳۹۰)، عنایتی نوین فر و همکاران (۱۳۹۰)، توفیقی و همکاران (۱۳۹۰)، قلاوندی و همکاران (۱۳۹۱)، رسول‌آبادی و همکاران (۱۳۹۱)، جعفری اصل و همکاران (۱۳۹۳)، رضایی و همکاران (۱۳۹۴)، اجاقی و همکاران (۱۳۹۶)، آقامیرزایی محلی و همکاران (۱۳۹۶)، Chua (۲۰۰۴)، Barnes (۲۰۰۵)، Adams و Emanuel (۲۰۰۶)، Oliveria و همکاران (۲۰۰۹) همخوانی دارد که در مطالعات خود نشان دادند در تمامی ابعاد کیفیت خدمات، بین ادراکات و انتظارات دانشجویان، شکاف

منفی وجود داشته است. با توجه به این که بیشترین شکاف منفی مربوط به گویه قابل اعتماد بودن اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز آفرینی دانشگاه بوده است، رایحه اطلاعات دقیق، درست و بر پایه واقعیت-های موجود بازار کار و جامعه به دانشجو توسط کارشناسان مرکز کارآفرینی، سخنرانان و مدرسان همکار به ویژه در رویدادهای کارآفرینی چون کارگاه، سخنرانی، نشست، بازدید و... قابل توصیه است. همچنین شکاف منفی بین ادراکات و انتظارات دانشجویان در مورد گویه‌های انگیزه‌بخشی و تشویق مناسب (مادی و معنوی) دانشجویان به امور کارآفرینی، توجه اساتید به رفع نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانشجویان، شناخت و تسلط اساتید در تدریس آموزش کارآفرینانه، احساس حمایت و پشتیبانی دانشجویان از طرف دانشگاه در زمینه کارآفرینی و تعهد دانشگاه به پیشبرد و اجرای برنامه‌های حمایتی در حوزه کارآفرینی قابل توجه است. از این رو، انجام اقدامات زیر نیز با هدف کاهش شکاف منفی بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از خدمات کارآفرینی در دانشگاه قابل توصیه است:

- توجه بیشتر دانشگاه به امکان دسترسی و ارتباط آسان دانشجویان با تشکیلات کارآفرینی در دانشگاه و حمایت‌های مادی و معنوی از آنان (چون تأمین بودجه و منابع لازم برای تأمین مالی فعالیت‌های کارآفرینی، اعطای وام کم‌بهره، در اختیار گذاردن تجهیزات و ملزومات و فضای کسب و کار و توسعه زیرساخت‌های لازم برای فعالیت‌های کسب‌وکار دانشجویی، سرکشی مدیران و مسئولان از فضای کسب و کار، معرفی دانشجویان کارآفرین به جامعه، سرمایه‌گذاران و تکریم آنان و...)؛

- برقراری ارتباط صمیمانه‌تر اساتید با دانشجویان و توجه بیشتر به رفع نیازهای آموزشی آنان در زمینه ایده‌پردازی، کارآفرینی و راه‌اندازی و شروع کسب و کار و استمرار آن با هدف افزایش اتکا و اعتماد دانشجویان به اساتید؛
- برگزاری رویدادهای شناخته شده‌ی کارآفرینی و کسب و کار، کارگاه‌ها و نشست‌های آموزشی تدریس کارآفرینانه برای اساتید دانشگاه با در نظر گرفتن امتیاز مربوطه برای آنان؛
- درگیرساختن هر چه بیشتر اساتید کارآفرین در فرآیند کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار دانشجویان با هدف انتقال تجارب این گروه به آنان و تشویق و حمایت‌های مادی و معنوی دانشگاه از این گروه اساتید؛
- تعهد دانشگاه به پیشبرد و اجرای برنامه‌های حمایتی در حوزه کارآفرینی و عدم اتکا برنامه به فرد یا مدیر خاص یا توقف برنامه با تغییر مدیران یا افراد.
- حمایت از مرکز رشد دانشگاه به عنوان بستر ورود دانش آموختگان کارآفرین، نوآور و خلاق با کسب و کارهای دانش‌مدار و فناور محور.
- ### منابع
۱. آقاملائی، ت.، زارع، ش. و عابدینی، ص. ۱۳۸۵. شکاف کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان در دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان. مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی. گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۳ (۲): ۷۸-۸۵.
 ۲. آقامیرزایی محلی، ط.، بابازاده، م.، رحیم‌پورکامی، ب. و صالحی عمران، ا. ۱۳۹۶. ارزیابی و رتبه‌بندی کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه علوم و فنون مازندران).
 ۳. اجاقی، ص.، رضایی، ب.، نادری، ن. و جعفری، ح. ۱۳۹۶. ارزیابی کیفیت خدمات آموزش کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه). نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۴ (۳): ۱-۱۲.
 ۴. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۱. کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). انتشارات پردیس تهران.
 ۵. پاپزن، ع.، کرمان، ف.، ژولیده، م. و غلامی، م. ۱۳۹۴. شناسایی نگرش دانشجویان دانشکده کشاورزی نسبت به کارآفرینی. مجله کارآفرینی و کشاورزی، ۲ (۳): ۱-۸.
 ۶. پورعزت، ع. ا.، قلی‌پور، آ. و ندیرخانلو، س. ۱۳۸۹. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل اثرگذار در تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها (براساس مقایسه روش‌های پنج دانشگاه معتبر جهان). فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۲ (۷): ۳۵-۶۶.
 ۷. تقی‌پورظهیر، ع. و حسن‌مرادی، ن. ۱۳۸۵. الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کارآفرین. مجله علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت، ۶۹: ۴۰-۳۱.
 ۸. توفیقی، ج. و نورشاهی، ن. ۱۳۸۱. ضرورت نظام تضمین کیفیت در آموزش عالی. مجموعه مقالات پنجاه و یکمین نشست روسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی. تهران. ایران. ۱-۲۷.
 ۹. توفیقی، ش.، صادقی‌فر، ج. و حموزاده، پ. ۱۳۹۰. کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان؛ مدل سروکوال. فصل‌نامه راهبردهای آموزش، ۴ (۱): ۲۱-۲۶.
 ۱۰. جعفری اصل، م.، چهارزاد، م. م.، شفیعی‌پور، ز. و قنبری، ع. ۱۳۹۳. کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان پرستاری و مامایی بر اساس

- مدل سروکوال. پژوهش در آموزش علوم پزشکی، ۱۶(۱): ۵۸-۵۰.
۱۱. چنگیزی آشتیانی، س. و شمسی، م. ۱۳۹۰. بررسی کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اراک در سال ۱۳۸۸، پژوهش در آموزش علوم پزشکی، ۳(۱): ۲۶-۱۷.
۱۲. رسول آبادی، م.، شفیعیان، م. و غریبی، ف. ۱۳۹۲. ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی با مدل سروکوال: دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کردستان. مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی کردستان، ۱۸: ۱۱۲-۱۰۴.
۱۳. شاهوردیانی، ش. ۱۳۸۹. طراحی ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی مبتنی بر مدل سروکوال. مجله حسابداری مدیریت، ۳(۵): ۹۵-۸۷.
۱۴. شریفزاده، ا. و عبداللهزاده، غ. ح. ۱۳۹۰. بررسی رضایت دانشجویان کشاورزی از کیفیت آموزشی، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۶۱: ۷۴-۵۱.
۱۵. شریفزاده، م. ش. و عبداللهزاده، غ. ح. ۱۳۹۴. مؤلفه‌های توسعه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۲: ۱۱۲-۹۶.
۱۶. شریفزاده، م. ش.، عبداللهزاده، غ. ح. و نجفی‌نژاد، ع. ۱۳۹۷. موردکاوی تجربه‌گذار به دانشگاه کارآفرین: دانشگاه بسان یک زیست‌بوم کارآفرینی خرد. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۵(۲): ۶۹-۳۳.
۱۷. عبداللهزاده، غ. ح. و شریفزاده، م. ش. ۱۳۹۷. توسعه کسب‌وکارآفرینی در کشاورزی. انتشارات دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان. ۴۲۸ ص.
۱۸. عنایتی‌نوین‌فر، ع.، یوسفی‌افراشته، م.، صیامی، ل. و جواهری دانشمند، م. ۱۳۹۰. ارزیابی کیفیت خدمات
- آموزشی دانشگاه پیام نور زاهدان بر اساس مدل سروکوال. فصل‌نامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۶۱: ۱۵۱-۱۳۵.
۱۹. قلاوندی، ح.، اشرفی سلیم‌کندی، ف. و آقازاده، ک. ۱۳۹۵. ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه ارومیه بر اساس مدل هدپرف. فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، ۶(۱۶): ۸۸-۶۷.
۲۰. قلاوندی، ح.، بهشتی‌راد، ر. و قلعه‌ای، ع. ر. ۱۳۹۱. بررسی وضعیت کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه ارومیه بر اساس مدل سروکوال. فرآیند مدیریت توسعه، ۲۵(۳): ۶۶-۴۹.
۲۱. نیک‌رفتار، ط. و فرید، ح. ۱۳۹۴. عامل‌های درون سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۲): ۷۹-۶۷.
22. Abdullah, F. 2006. Measuring service quality in higher education: three instruments compared. *International Journal of Research & Method in Education*, 29 (1):71-89.
23. Barnes, B.R. 2007. Analysing service quality: the case of post-graduate Chinese students. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18 (3): 313-331.
24. Brogowicz, A.A., Delene, L.M. and Lyth, D.M. 1990. A synthesised service quality model with managerial implications. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1): 27-45.
25. Byun, C.G., Sung, C.S., Park, J.Y. and Choi, D.S. 2018. A study on the effectiveness of entrepreneurship education programs in higher education institutions: A case study of Korean graduate programs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4 (26):1-14.
26. Chua, C. 2004. Perception of quality in higher education. In *Proceedings of the Australian universities quality forum*.

34. Universities. *European journal of education*, 32 (2):165-174.
35. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49 (4): 41-50.
36. Pavlina, K., Zorica, M.B. and Pongrac, A. 2011. Student perception of teaching quality in higher education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15: 2288-2292.
37. Philip, G. and Hazlett, S.A. 1997. The measurement of service quality: a new P-C-P attributes model. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 14 (3): 260-286.
38. Sahney, S., Banwet, D.K. and Karunes, S. 2006. An integrated framework for quality in education: Application of quality function deployment, interpretive structural modelling and path analysis. *Total Quality Management & Business Excellence*, 17 (2):265-285.
39. Vrana, V.G., Dimitriadis, S.G. and Karavasilis, G.J. 2015. Students' perceptions of service quality at a Greek higher education institute. *International Journal of Decision Sciences, Risk and Management*, 6 (1):80-102.
40. Zhu, F.X., Wymer, W. and Chen, I. 2002. IT-based services and service quality in consumer banking. *International journal of service industry management*, 13 (1):69-90.
- Melbourne: AUQA Occasional Publication. 181-187
27. Cronin Jr, J.J. and Taylor, S.A. 1992. Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56 (3): 55-68.
28. De Oliveira, O.J. and Ferreira, E.C. 2009. Adaptation and application of the SERVQUAL scale in higher education. In *Proceedings of POMS 20th Annual Conference Orlando, Florida USA*.
29. Emanuel, R. and Adams, J.N. 2006. Assessing college student perceptions of instructor customer service via the Quality of Instructor Service to Students (QISS) Questionnaire. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 31 (5): 535-549.
30. Farahmandian, S., Minavand, H. and Afshardost, M. 2013. Perceived service quality and student satisfaction in higher education. *Journal of Business and Management*, 12 (4):65-74.
31. Gronroos, C. 1984. A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*. 18 (4): 36-44.
32. Hasan, H.F.A., Ilias, A., Rahman, R.A. and Razak, M.Z.A. 2008. Service quality and student satisfaction: A case study at private higher education institutions. *International Business Research*, 1 (3):163-175.
33. Malicet, D.P. 1997. Evaluation and self-evaluation in French.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 6(2), 2019

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/jead.2020.17788.1408

Student Evaluation of Entrepreneurship Services (Case Study: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources)

S. Shirkhani¹, M.R. Mahboobi^{2*}, M.SH. Sharifzade²

¹M.Sc. student of Agricultural Extension, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Iran

²Associate Prof., of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Iran

Received: 03/07/2020; Accepted: 26/09/2020

Abstract

The purpose of this study was student evaluation of entrepreneurship services at Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources. The research was descriptive and survey. The target population of the study consisted of 120 students engaged in entrepreneurial activities at Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, 92 of whom were selected as the sample of the study. Data collection tool was a questionnaire whose validity was confirmed by the members of the dissertation committee and faculty members of Agricultural Extension and Education Department and its reliability was calculated using Cronbach's alpha coefficient. It was 0.910 for students' perceptions of entrepreneurship services and 0.914 for students' expectations of entrepreneurship services. The results of Wilcoxon test showed that students' average expectations of entrepreneurship services were higher than their perceptions and the negative gap indicated that students' expectations of entrepreneurship services were not met at the University. Also, according to the mean values, the most negative gap (-15.15) is related to the item of reliable information provided by the Entrepreneurship Center and the lowest negative gap (-2.46) is related to the item of quick response to students' requests in the entrepreneurship services. Providing accurate, correct and based information on the existing realities of the labor market and society to the student by the experts of the Entrepreneurship Center, speakers and fellow instructors, especially in entrepreneurship events, the University pays more attention to the material and spiritual support of students, establish more intimate communication between professors and students and pay more attention to meeting their training needs in setting up and starting a business, can reduce the gap between students' perceptions and expectations.

Keywords: Evaluation, Entrepreneurship Services, Agricultural University

*Corresponding author; mahboobi47@gmail.com