

## بررسی تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران و تاثیر آن بر بازار اشتغال به منظور ارائه مدل مناسب سهراب مختاری\*<sup>۱</sup>، محمد بهروزی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۲۵ صص ۲۷۲-۲۴۹ تاریخ پذیرش: ۹۸/۳/۷

### چکیده

این پژوهش با هدف ارائه مدل تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال انجام شد. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی و با توجه به هدف و ماهیت پژوهش، ترکیبی از نوع اکتشافی بود. جامعه آماری در بخش کیفی شامل همه صاحب‌نظران و خبرگان دانشگاهی بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۴ نفر انتخاب شدند. در بخش کمی جامعه آماری شامل کلیه فارغ‌التحصیلان دانشگاه های ایران زن و مرد بودند که تعداد آنان ۸۵۶۰۰۰ نفر بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای و جدول مورگان ۳۸۳ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. به‌منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه و پرسشنامه استفاده شد. برای این منظور با استفاده از مصاحبه با خبرگان، شاخص‌ها و مولفه‌های تجربه کارآفرینی، شاخص‌ها و مولفه‌های اثرگذار بر بازار اشتغال شناسایی و بر این اساس پرسشنامه طراحی شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله کیفی با استفاده از تحلیل محتوا و فرآیند کدگذاری صورت گرفت و در مرحله کمی نیز تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو قسمت آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و ..) و آمار استنباطی (معادلات ساختاری و آزمون تی) و با استفاده از نرم افزارهای (اس پی اس اس) و اموس انجام شد. وضعیت مطلوب مولفه‌های شناسایی شده تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران و عوامل شناسایی شده موثر بر تجربه کارآفرینی در حد مطلوبی نبود.

**واژه های کلیدی:** تجربه کارآفرینی، بازار اشتغال، دانش‌آموختگان

<sup>۱</sup> - دانشجوی مقطع دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.

<sup>۲</sup> - استادیار و عضو هیات علمی، گروه مدیریت آموزشی، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران.

## مقدمه

در گذشته، کارآفرینی مبتنی بر منابع مادی و تجربه بود. اما از اوایل دهه ۱۹۹۰، پدیده های نوآوری مبتنی بر دانش و اقتصاد مبتنی بر دانش در تعامل با یکدیگر رشد و توسعه پیدا کرده اند. چون، یکی از عوامل ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش، پیدایش نوآوری و کارآفرینی مبتنی بر دانش بوده است. تجربه های آموزش کارآفرینی در بعضی از کشورها نشان می دهد که فارغ از فرهنگ و مذهب خاص، با آموزش کارآفرینی می توان کارآفرین تربیت کرد و با پژوهش می توان کارآفرینی کرد (zare yekta, ۲۰۱۱).

و از سوی دیگر، واقعیت این است که برخورداری از سطوح بالای کارآفرینی در جامعه مستلزم ایجاد و توسعه زمینه های آن است و چون کارآفرینی شامل رفتارهای مشهود می شود به همین دلیل این بخش آن قابل آموزش و تعلیم دادن است (razavi-zali, ۲۰۱۷) در واقع بنگاهی که از دانشگاه مشتق می شود عامل رفع تنش های تجاری سازی است که مکانیسمی را برای حرکت منافع اقتصادی دانش و تکنولوژی در سطوح ملی و منطقه ای فراهم می کند.

از این رو، آموزش کارآفرینی بر اقتصاد تأثیر می گذارد. آموزش کارآفرینی باید واجب باشد و به تمام رشته ها گسترش یابد. شرکت هایی که توسط فارغ التحصیلان کارآفرینی ایجاد می شود می توانند نوآوری، رشد بالا و بلند پروازانه داشته باشند. آموزش کارآفرینی بر توانایی استخدام افراد در زمینه تجربه شغلی، خلاقیت در شغل فعلی و درآمد سالانه که توسط فارغ التحصیلانی که در حال حاضر در استخدام مشمول پرداخت می شوند، موثر است. بنابر این افراد را برای کارفرمایان جذاب تر می کند (mehradsfar, ۲۰۱۸).

## بیان مسأله

به اعتقاد برخی از پژوهشگران، کارآفرینی نوش داروی مشکلات اقتصادی و تسریع کننده توسعه اقتصادی است. افزایش فعالیت های کارآفرینانه منجر به افزایش تولید ناخالص ملی و در نتیجه افزایش درآمد ملی، رفاه و آسایش در جامعه می شود. و از طریق توسعه فضای رقابتی و ارتقای مولفه های سرمایه انسانی، فناوری و نهادها به ارتقای بهره وری کمک شایانی می کند. به طور کلی دلایل مختلفی سبب بر انگیختن افراد به سوی کارآفرینی می شود که برخی از مهم ترین آن ها عبارتند از: تحقق ایده ها از طریق راه اندازی کسب و کار، امکان دستیابی به شغل مطلوب و دلخواه از طریق راه اندازی کسب و کار مورد علاقه، تمایل به کسب در آمد بیشتر، کشف فرصت های کسب و کار که دیگران به آن توجه نکرده اند، و تحقق اهداف فردی کارآفرین، همراه با خدمت رسانی به جامعه است.

مسأله اصلی این است که دانشجویان در دانشگاه نسل سوم همزمان مجموعه‌ای از دانش، مدیریت دانش و مدیریت کارآفرینی را فرا می‌گیرند تا بتوانند در زمینه صنعت شروع به فعالیت کنند که این امر در کشور ایران نادیده گرفته می‌شود و به بازار اشتغال لطمه وارد می‌کند. از این رو، یکی از مسایل پیش روی کشور، دانش آموختگانی هستند که توانایی های فردی و مهارت های لازم را برای راه اندازی کسب و کار مناسب ندارند (2017, pooratashi&parhizgar)

بنابراین دغدغه اصلی شکل گیری و اثربخشی دانشگاه کارآفرین را می توان چنین مطرح کرد که ، بدون توسعه نظام مند آموزش کارآفرینی و مهارت آموزی موثر دانشجویان، استادان، مدیران و کارکنان و تقویت ویژگی های کارآفرینی سرمایه انسانی، تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال امکان پذیر نیست. از این رو، یکی از وجوه و منظرهای کلیدی دانشگاه نسل سوم، توسعه مهارت های شغلی، حرفه ای و شایستگی ها و توانمندسازی دانشجویان و استادان با فرآیند توسعه ملی و حل مسائل جامعه به روش علمی همسوست. (2011, malekpoor&mohammadi)

بررسی نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران ، جمعیت دارای تحصیلات عالی در سال ۱۳۸۵، از ۶۸۹۵۰۳۳ نفر به ۱۰۵۵۱۳۰ نفر، در سال ۱۳۹۰ به ۱۳۶۱۳۶۵۱ نفر در سال ۱۳۹۵ رسیده است به بیان دیگر فاصله جمعیت دارای تحصیلات عالی در کشور ایران در سال ۹۷ اضافه شده اند.

هم چنین بر اساس جمعیت سرشماری ۱۳۸۵، ۴۸٪ جمعیت ۱۰ساله و بیشتر دارای تحصیلات عالی شاغال بوده اند که یان میزان در سال ۱۳۹۰ با ۷٪ کاهش به حدود ۴۱٪ رسیده است در سرشماری سال ۱۳۹۵ نیز سهم شاغلان دارای تحصیلات عالی هم چنان کاهش یافته و به ۳۹٪ رسیده است .

نتایج گزارش وضعیت اشتغال و بیکاری دانش آموختگان در سال ۱۳۹۵ به ۲۰٪ رسیده است که نسبت به سال ۱۳۷۵ ، پنج برابر شده است . علاوه بر این یافته های گزارش مذکور حاکی از آن است که در حال حاضر دانش آموختگان ما در بازار کار کشور بیکاری ۳ تا ۷ برابری را در مقایسه با افراد بی سواد یا دارای تحصیلات عمومی تجربه می کنند. بدون تردید بیکار تأثیر بسزایی در مهاجرت نخبگان دارد، در این خصوص گزارش سال ۲۰۱۶ گروه اقتصاد و روابط اجتماعی سازمان ملل متحد نشان می دهد در سال مذکور ۴۲۴۰۰۰ نفر از ایرانیان مهاجر دارای تحصیلات عالی، در کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و

توسعه<sup>۱</sup> زندگی می کردند. هم چنین میزان مهاجرت افراد با تحصیلات عالی (۴ درصد) کشور بیش از ۲/۵ برابر نرخ مهاجرت عمومی (۱/۵ درصد) است. بدیهی است که عدم استغاده از ظرفیت نیروی انسانی دانش آموخته و افزایش بیکاری قشر تحصیل کرده، علاوه بر مهاجرت نخبگان پیامدهای ناخوشایند دیگر همچون عدم ازدواج، طلاق، ارتکاب جرم مواردی از این قبیل را به دنبال خواهد داشت (khalaji, 2011).

از سوی دیگر تحلیلگران بازار کار معتقدند تعدیل منابع انسانی و کاهش جذب نیروی متخصص از جمله مواردی است که در رکود اقتصادی قابل رویت بوده و به تبع آن حذف اضافه کاری، کاهش روند تولید و توسعه نیز اجرا خواهد شد. در این میان، امنیت شغلی کارمندان و کارگران به خطر می افتد و اشتغال نیروی کار جدید در هاله‌ای از ابهام باقی می ماند (amini, 2018).

سازمان علمی آموزشی ملل متحد در چشم انداز جهانی آموزش عالی برای قرن ۲۱، دانشگاه های نوری را این گونه توصیف کرده است: جایگاهی که در آن، مهارت های کارآفرینی، به منظور تسهیل قابلیت های فارغ التحصیلان و برای تبدیل شدن به ایجاد کنندگان کار، توسعه می یابد (barati, 2009). برخی معتقدند که بازارهای جهانی فردا از آن سازمان هایی است که به ریسک پذیری کارآفرینانه بها می دهند (sadeghi, 2018). یکی از چالش های اشاره شده از سوی شاتوک<sup>۲</sup> (2003)، این است که دانشگاه های کارآفرین " لزوماً موسسات راحتی برای کار کردن نیستند." دانشگاهیانی که مکان راحتی را ترجیح می دهند، ممکن است مخالف تغییر باشند. با این وجود، تقاضاهای تغییر زیست محیطی، به ویژه کاهش منابع مالی منظور شده برای منافع اجتماعی، ممکن است پاسخ های کارآفرینانه مورد نیاز را بدهند. در حال حاضر بسیاری از دانشگاه ها برای تغییر شیوه ی کاری خود تحت فشار هستند. این موضوع غیر عادلانه نیست و احتمالاً مفید است، چرا که فشار می تواند انسان را فولاد آب دیده کند (razavi, 2011). با انجام این پژوهش در صد پاسخگویی به این سوال هستیم که چه مدلی می توان در زمینه تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال ارائه کرد؟

## هدف اصلی پژوهش

ارائه مدل تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال

## اهداف فرعی

1-The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

1-SHatook

- شناسایی شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال؛
- شناسایی مؤلفه های عوامل موثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران
- شناسایی عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال؛
- شناسایی وضعیت موجود ابعاد و مؤلفه های تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران
- شناسایی وضعیت مطلوب ابعاد و مؤلفه های تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران
- شناسایی وضعیت موجود عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران
- شناسایی وضعیت مطلوب عوامل اثر گذار بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران
- تعیین برازش مدل تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال؛

### سوال اصلی پژوهش

- چه مدلی می‌توان در زمینه تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال ارائه کرد؟

### سوال های فرعی

- مؤلفه‌های تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران کدامند؟
- مؤلفه‌های عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران کدامند؟
- عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال کدامند؟
- وضعیت موجود مؤلفه‌های شناسایی شده تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران چگونه است؟
- وضعیت مطلوب مؤلفه های شناسایی شده تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران چگونه است؟
- وضعیت موجود عوامل شناسایی شده مؤثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران چگونه است؟
- وضعیت مطلوب عوامل شناسایی شده مؤثر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران چگونه است؟
- برازش (درجه تناسب) مدل تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال به چه میزان است؟
- پیشینه تحقیق :

ادبیات و مبانی نظری مربوط به تجربه کارآفرینی بازار اشتغال، آموزش و عوامل موثر بر آن و نیز عوامل موثر بر آموزش مدیریت ریسک در صنعت بیمه پرداخته شده و منابع

داخلی و خارجی و هم چنین نظریه های مختلف مرتبط با موضوع پژوهش به طریق کتابخانه ای مطالعه شد و در ادامه شاخص ها و متغیرهای پژوهش با توجه به پیشینه پژوهش، شناسائی و مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت با ارائه مدل مفهومی اولیه توضیحات این فصل کامل شد. در مدل مفهومی اولیه، یادگیری، سرمایه های اجتماعی، اندازه شرکت و ساختار مالکیت مولفه هایی بودند که بر آموزش مدیریت ریسک تأثیر گذارده و همان طور که گفته شد از ادبیات نظری پژوهش استخراج شدند.

مبانی نظری پژوهش شامل: تاریخچه کارآفرینی، تعاریف و ابعاد کارآفرینی، ویژگی های فردی کارآفرین، سیر تحول دانشگاه ها، تلفیق کارآفرینی در نظام آموزش عالی، و هم های آموزش کارآفرینی، و... مدل های مختلف ارائه شده در زمینه تجربه کارآفرینی، چالش های کارآفرینی در دانشگاه در انتها مطالعات تطبیقی دانشگاه ایران و دانشگاه های برتر جهان و تعاریف اشتغال، روش های مختلف ایجاد اشتغال و کارآفرینی، تفاوت کارآفرینی و اشتغال، ویژگی ها و چالش های اصلی بازار کار، وضعیت موجود اشتغال در ایران و مدل رابطه اشتغال و آموزش عالی پرداخته شد.

پیشینه های داخلی و خارجی پرداخته شد و در پایان فصل دوم به خلاصه ای از استخراج مولفه اصلی تجربه کارآفرینی، مولفه های اثر گذار بر تجربه کارآفرینی، مولفه اصلی بازار اشتغال و مولفه های اثر گذار بر بازار اشتغال پرداخته شد.

ظهور دانشگاه کارآفرین پاسخی به اهمیت روبه رشد دانش در سیستم نوآوری ملی و منطقه ای بوده که به عنوان یک دانشگاه مقرون به صرفه، خلاق، مخترع و عامل انتقال دانش و فن آوری شناخته می شود و با وجود اهمیت دستگاه های صنعتی و دانشگاهی در مراحل مختلف توسعه، دولت ها در بیشتر نقاط دنیا بر پتانسیل دانشگاه ها به عنوان منبعی در افزایش محیط های نوآورانه و ایجاد نظامی مبتنی بر اقتصاد دانش بنیان تمرکز کرده اند (Atzkowitz، ۲۰۰۰).

### روش شناسی پژوهش :

در این بخش ضمن توصیف روش های تحقیق که مبنای گردآوری داده ها بوده اند، جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری نیز گزارش شده است. سپس روش ها و ابزار گردآوری داده ها و ویژگی های آن از نظر ابعاد، نمره گذاری و روایی و پایایی، گزارش شده است. در انتها نیز روش های تجزیه و تحلیل کمی و کیفی داده ها معرفی شده است. از نظر هدف، این تحقیق ترکیبی از روش های کاربردی و بنیادی است. از نظر شیوه جمع آوری داده ها، این تحقیق توصیفی - پیمایشی است. هم چنین از نظر نوع داده ها، روش تحقیق ترکیبی است. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی از خبرگان دانشگاهی استفاده شد و در

بخش کمی شامل همه فارغ التحصیلان دانشگاه های ایران بود تعداد فارغ التحصیلان دانشگاه های کشور به تفکیک نوع وابستگی (دانشگاه های دولتی ، دانشگاه آزاد اسلامی و سایر مراکز آموزش عالی) بالغ بر ۸۵۶۰۰۰ نفر بود. حجم نمونه در بخش کیفی با استفاده از اصل اشباع نظری ۱۴ نفر تعیین شده است که این افراد با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. و در بخش کمی با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای انجام شد. باید در نظر داشت که در مدل یابی معادلات ساختاری تعیین حجم نمونه می تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری شده تعیین شود: در نهایت حجم نمونه ۵۹۰ نفر به دست آمد. البته پژوهشگر با در نظر گرفتن ریزش حجم نمونه ۶۲۰ پرسشنامه در میان جامعه آماری ذکر شده توزیع کرد که ۱۲۰ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن کنار گذاشته شد و از این میان ۵۰۰ پرسشنامه سالم گردآوری شد که تحلیل - های آماری روی این تعداد پرسشنامه صورت گرفت. روش جمع آوری داده ها به صورت کتابخانه ای و میدانی صورت گرفت. ابزار پژوهش در بخش کیفی شامل مصاحبه نیمه ساختار یافته بوده است. که به عنوان مطالعات اکتشافی از آن ها استفاده شده است. در بخش کمی ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته ۵۹ سؤالی بوده است که با مرور مبانی نظری و عملی و نیز نتایج مصاحبه های اکتشافی (با کدگذاری باز و محوری متون مصاحبه اکتشافی)، تدوین شده است. روایی ابزار اندازه گیری به صورت روایی محتوا و سازه مورد تایید قرار گرفت و به منظور سنجش پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ و دونیمه کردن همبستگی ماده های زوج و فرد استفاده شد که یافته ها بیانگر روا و پایا بودن ابزار گردآوری داده ها بود.

### یافته های پژوهش:

داده های پژوهش با استفاده از روش های علمی مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفت؛ اما قبل از تجزیه و تحلیل داده ها به تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی در بخش کیفی پرداخته شد. که بیشترین فراوانی مربوط به جنسیت بود . مرد ۱۰ نفر و زن ۴ نفر انتخاب شد. سپس به تحلیل محتوای داده های حاصل از مصاحبه پرداخته شد. چک لیستی جداگانه از تحلیل محتوای هریک از شاخص ها و مولفه های تجربه کارآفرینی، عوامل موثر تجربه کارآفرینی، مولفه ها و شاخص های بازار اشتغال و شاخص ها و مولفه های اثرگذار بر بازار اشتغال از ۱۴ نفر از مصاحبه شوندگان تهیه شد. مفهیم اولیه استخراج شد. کد گذاری شد و در نهایت پرسشنامه تدوین گردید. پس از آن به تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی بخش کمی و یافته های مربوط به شاخص های روان سنجی ابزارها پرداخته شد. در

جمعیت‌شناختی بخش کمی بیشترین فراوانی مربوط به دانش آموختگان کمتر از ۳۰ سال سن بود. در گروه تحصیلی رشته علوم انسانی بالاترین فراوانی را داشت. در مقطع تحصیلی بیشترین فراوانی مربوط به فوق دیپلم و لیسانس بود. در سابقه کار بیشترین فراوانی مربوط به طبقه ۵-۱ بود. از لحاظ جنسیت تعداد مردان بیشتر از زنان بود. در ادامه، یافته‌های مربوط به شاخص‌های روان‌سنجی ابزارها که از تحلیل محتوای داده‌های حاصل از مصاحبه در زمینه متغیرهای پژوهش (تجربه کارآفرینی، عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی، بازار اشتغال و عوامل مؤثر بر بازار اشتغال) ارائه شده است. قبل از انجام دادن تحلیل و به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها در خرده مقیاس‌ها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. میانگین و انحراف معیار کل فارغ‌التحصیلان را در خرده مقیاس‌های هر کدام از پرسشنامه‌ها نشان مشخص شد. نتایج نشان داد در پرسشنامه تجربه کارآفرینی میانگین فارغ‌التحصیلان در خرده مقیاس پدیده‌های رفتاری بیشتر از میانگین نمره آنان در سایر خرده مقیاس‌ها است. در مورد خرده مقیاس‌های پرسشنامه عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی بیشترین میانگین فارغ‌التحصیلان مربوط به خرده مقیاس فرهنگ سازمانی و کمترین میانگین آنان مربوط به خرده مقیاس مأموریت‌های پژوهشی بود. هم‌چنین، در زمینه پرسشنامه بازار اشتغال، بیشترین میانگین فارغ‌التحصیلان مربوط به خرده مقیاس امنیت شغلی و کمترین میانگین آنان مربوط به خرده مقیاس سیاست‌های اقتصادی بود. در نهایت، پرسشنامه عوامل مؤثر بر بازار اشتغال نتایج نشان داد که میانگین فارغ‌التحصیلان در خرده مقیاس فناوری اطلاعات و ارتباطات بیشتر از میانگین نمره آنان در خرده مقیاس آموزش است. محاسبه کفایت حجم نمونه برای هر پرسشنامه (تجربه کارآفرینی، عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی، بازار اشتغال و عوامل مؤثر بر بازار اشتغال) انجام شد. بار عاملی هر یک از پرسشنامه‌ها جداگانه پس از چرخش واریماکس بدست آمد. سپس همان‌طور به تفکیک بعد از هر چرخش واریماکس مدل تحلیل عامل تأییدی هر پرسشنامه با ضرایب استاندارد ترسیم شد. قبل از آزمون سؤال‌های پژوهش به بررسی ضرایب همبستگی ساده (پیرسون) بین عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی و عوامل مؤثر بر بازار اشتغال را با تجربه کارآفرینی و بازار اشتغال در فارغ‌التحصیلان پرداخته شد. در واقع نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین عوامل مؤثر بر تجربه کارآفرینی، عوامل مؤثر بر بازار اشتغال و مؤلفه‌های آن‌ها با مؤلفه‌های تجربه کارآفرینی و بازار اشتغال در فارغ‌التحصیلان رابطه مثبت معنی‌دار دارد ( $p < 0/05$ ). به علاوه، بین تجربه کارآفرینی و مؤلفه‌های آن با بازار اشتغال مؤلفه‌های آن، و بالعکس، بین بازار اشتغال و مؤلفه‌های آن با تجربه کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در فارغ‌التحصیلان رابطه مثبت معنی‌دار دارد ( $p < 0/05$ ). قبل از تحلیل داده‌ها و برای اطمینان



از اینکه داده‌های این پژوهش مفروضه‌های زیربنایی اجرای معادلات ساختاری را برآورد می‌کنند چند مفروضه اصلی معادلات ساختاری شامل داده‌های گمشده<sup>۱</sup>، نرمال بودن<sup>۲</sup> و هم-خطی چندگانه<sup>۳</sup> مورد بررسی قرار گرفتند. در پژوهش حاضر از روش جایگزینی<sup>۴</sup> داده‌های گمشده با میانگین متغیر استفاده شد. به منظور تعیین مدل مناسب برای تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال از برازش مدل استفاده شد. درجه تناسب مدل در وضع مناسب بود. سوال های اول و دوم و سوم فرعی به ترتیب درجه تناسب مولفه های تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران، عوامل موثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران و عوامل موثر بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار پرداخت که هر کدام در وضع مناسب بود. سوال چهارم و ششم فرعی به وضعیت موجود به ترتیب مولفه های شناسایی شده تجربه کارآفرینی و عوامل شناسایی شده موثر بر تجربه کارآفرینی پرداخت که برای هریک از تی تک نمونه استفاده شد. مولفه های شناسایی شده تجربه کارآفرینی در وضع موجود در حد متوسط بود. مولفه های شناسایی شده موثر بر تجربه کارآفرینی بالاتر از متوسط بود. سوالهای پنجم و هفتم فرعی به وضعیت مطلوب مولفه های شناسایی شده تجربه کارآفرینی و وضعیت مطلوب مولفه های شناسایی شده موثر بر تجربه کارآفرینی پرداخت. که هر دوسول در حد مطلوبی قرار نداشت. در نهایت سوال هشتم فرعی به برازش مدل تجربی کارآفرینی در دانشگاه های ایران براساس بازار اشتغال پرداخت که در چه تناسب مدل مناسب بود.

### بحث و نتیجه گیری :

پیرامون نتایج به دست آمده از پژوهش در بخش های قبلی یافته های پژوهش مورد تفسیر قرار گرفت. در این قسمت با ذکر هر یک از این سؤال ها و مقایسه آن ها با نتایج پژوهش های پیشین، سعی در تفسیر درست و دقیق نتایج شد. در واقع در این فصل نتایج حاصل از پژوهش با توجه به داده های جمع آوری شده از آزمون آماری که در فصل قبل به تفصیل ارائه گردید، تحلیل شد.

1- Missing

2- Normality

3- Multicollinearity

4- Replacement

### تفسیر یافته‌های پژوهش

در این بخش نتایج حاصل از پژوهش با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده از آزمون آماری که در فصل قبل به تفصیل ارائه گردید، تحلیل شد.

سوال اصلی: چه مدلی می‌توان در زمینه تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران بر اساس

بازار اشتغال ارائه کرد؟

در خصوص این سوال، یافته‌های پژوهش نشان داد که مدل ارائه شده در زمینه ی تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران بر اساس بازار اشتغال، از جامعیت خوبی برخوردار است. براساس مدل‌های تجربه کارآفرینی و مدل‌های بازار اشتغال که در ادبیات پژوهش به آن‌ها پرداخته شده است، این مدل ها، مولفه‌های مختلف فرهنگی، ساختاری، اطلاعاتی، تکنولوژیکی، برنامه‌های کاربردی و رسالت‌های سازمانی را در بر می‌گیرند، تاثیر این مولفه‌ها بر تجربه کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس، مولفه‌های تجربه کارآفرینی کیفیت زندگی کاری، بین‌المللی سازی، توانمندسازی و پدیده‌های رفتاری مولفه‌های اصلی مورد بررسی در این مدل هستند که در واقع ابعاد تشکیل دهنده تجربه کارآفرینی را شامل می‌شوند. هم‌چنین این مولفه‌ها با توجه به ادبیات و پیشینه پژوهش، ۱۳ مولفه برای این متغیر شناسایی و معرفی گردیده است. این مؤلفه‌ها شامل، بهره‌وری (برگرفته از الگوی موریس، ۲۰۰۲)، بهبود کیفیت زندگی (برگرفته از الگوی میک، ۲۰۰۲، و نترولو، ۲۰۰۶، جام‌آپ، ۲۰۰۹، جانسون، ۲۰۰۷، گودن و بلوسواب، ۲۰۱۵)، شبکه‌سازی (برگرفته از الگوی موریس، ۲۰۰۲)، تیم‌سازی (برگرفته از اوزکل، ۲۰۰۸، بایسال، ۲۰۰۸)، ریسک‌پذیری (برگرفته از الگوهای تیموس، ۱۹۹۹، بلانچارد، ۲۰۰۰، هی‌وارد، ۲۰۰۳)، خلاقیت (برگرفته از الگوهای استوارت، ۱۹۹۹، لیوی، ۱۹۹۹)، تحمل ابهام (برگرفته از الگوهای میک، ۲۰۰۲، تیموس، ۱۹۹۹)، ایجاد کسب و کار کوچک (برگرفته از الگوهای موریس، ۲۰۰۲)، ایجاد سازوکارهایی جهت تعامل با محیط، گسترش مرزهای ساختاری (برگرفته از الگوی میک، ۲۰۰۲، فرانک، ۲۰۰۲، کیفت، ۲۰۰۷، کلارک، ۱۹۹۸)، توانمندی حرفه‌ای (برگرفته از الگوهای موریس، ۲۰۰۲، آندری مک‌لین، ۲۰۰۰، لیوی، ۱۹۹۹) توسعه رهبری (برگرفته از الگوهای اوزکل، ۲۰۰۸، بایسال، ۲۰۰۸، بلانچارد، ۱۹۹۶)، ارائه محصول خدمات جدید (الگوی برگرفته از تیموس، ۱۹۹۹، بلانچارد، ۲۰۰۰، هی‌وارد، ۱۳۸۷) و سیستم پاداش دانشگاه (الگوهای برگرفته از استوارت، ۱۹۹۹، لیوی، ۱۹۹۹) است. هم‌چنین با توجه به ادبیات پژوهش، مولفه‌های موثر بر تجربه کارآفرینی نیز شناسایی شدند که شامل ارتباطات عمودی و افقی و غیررسمی (برگرفته از الگوهای ونگ، ۲۰۰۷)، پشتیبانی مدیریت (برگرفته از الگوهای ونگ، ۲۰۰۷، دونالد، ۱۹۹۹)، مأموریت خدمات‌حمایتی (برگرفته از الگو

های راسین، ۲۰۰۹، پیلیس، ۱۹۹۱)، مأموریت خدمات پژوهشی (برگرفته از الگو های راسین، ۲۰۰۹، پیلیس، ۱۹۹۱)، کیفیت محصولات (برگرفته از جانسن، ۲۰۱۰، سلوادورایی، ۲۰۱۰)، بصیرت (برگرفته از براون، ۲۰۰۰)، حقوق مالکیت معنوی و فرهنگ (برگرفته از الگوهای ونگ، ۲۰۰۷، دونالد، ۱۹۹۹) است

هم چنین با توجه به ادبیات پژوهش، مولفه های اصلی بازار اشتغال نیز شناسایی شدند که شامل ثبات شغلی (الگو های برگرفته از پارکر، ۲۰۱۳، گرون بلوسواب، ۲۰۱۱)، سیاست های اقتصادی، سیاست های فرهنگی، عوامل سیاسی (الگو های اژیزیل، ۲۰۱۹، جاکوب، ۲۰۰۳)، پارک علم و فناوری، محیط کسب و کار، نظام دانشگاهی، رشد اقتصادی (الگوهای برگرفته از نالس و اوون، ۱۹۹۵، بارو، ۱۹۹۶، گروسمن، ۱۹۶۲، مویسکن و همکاران، ۲۰۰۴) و نرخ مشارکت نیروی کار (الگوهای برگرفته از امینی، ۲۰۱۷، مارتین و اتزکویتز، ۲۰۰۰) می باشد.

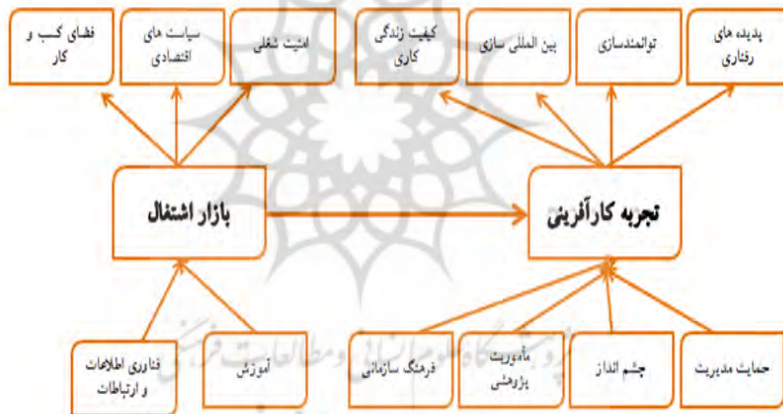
هم چنین با توجه به ادبیات پژوهش، مولفه های موثر بر بازار اشتغال نیز شناسایی شدند که شامل آموزش مهارت های مدیریتی، آموزش مهارت کسب و کار نوپا، آموزش مهارت مدیریت مالی (برگرفته از الگوهای سولومون، ۲۰۰۲، دراکر، ۱۹۹۳)، بازاریابی اینترنتی، اختصاص بودجه برای اشتغال در دانشگاه (الگوهای برگرفته از موريس، ۲۰۰۲، آندری مکلین، ۲۰۰۰، لیوی، ۱۹۹۹)، فعالیت بخش خصوصی (برگرفته از الگو کلاریس و همکاران، ۲۰۱۱)، پژوهش و فناوری (برگرفته از الگوهای ونترولو، ۲۰۰۶، جام آپ، ۲۰۰۹، جانسن، ۲۰۰۷، گرون و بلوسواب، ۲۰۱۵) و ساختار بازار (برگرفته از الگوهای میک، ۲۰۰۲، موريس، ۲۰۰۲) می باشد.

در نهایت پس از مطالعه ادبیات و پیشینه در زمینه تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال مدل پیشنهادی اولیه پژوهش به شکل ۱ ارائه شد و سپس با انجام تحلیل داده های کیفی و کمی و مشخص شدن شاخص ها، مؤلفه ها، مدل نهایی پژوهش به شکل ۲ ارائه می شود.

در مورد مدل پژوهشی باید به نقاط افتراق بین مدل اولیه ارائه شده برگرفته از ادبیات و پیشینه در انتهای فصل دوم و مدل نهایی برگرفته از مصاحبه نیمه ساختاریافته پرداخت. به طور کلی نقاط افتراق دو مدل در دو بخش پیشنهادی و نهایی خودنمایی می کند؛ زیرا در مورد این دو مدل پژوهشگر بر اساس ادبیات موجود در داخل و خارج از کشور به استخراج شاخص ها پرداخت و سپس این شاخص ها در اختیار خبرگان قرار گرفت و آن ها نظر خود را در مورد این شاخص ها مبنی بر اینکه آیا می توانند تشکیل دهنده بعدهای مدل مناسب تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران بر اساس بازار اشتغال باشند، ارائه کردند. برخی

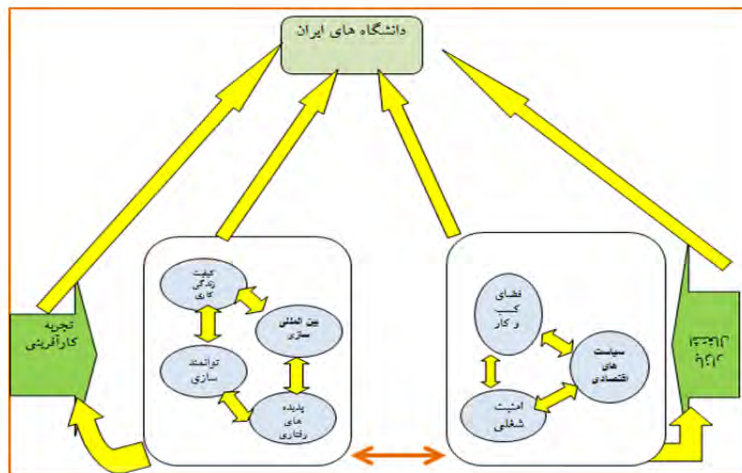
شاخص‌ها بر اساس تحلیل محتوا مورد تأیید قرار گرفتند، برخی حذف شدند و برخی دیگر نیز خود خبرگان به عنوان شاخص تشکیل دهنده معرفی کردند. سپس با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی گویه‌های نامناسب در هر بعد حذف شد و بر اساس شاخص‌های نهایی مولفه‌های جدید با توجه به ادبیات موجود شناسایی شدند.

با مقایسه دو مدل اولیه و نهایی، ملاحظه می‌شود که در مدل نهایی مولفه‌ها به صورت کلی مطرح شده است و از تعداد مولفه‌های مدل اولیه در مدل نهایی کاسته شده است. هم‌چنین در مدل نهایی، هدف مدل که همانا بررسی تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران بر اساس بازار اشتغال است و مولفه‌های اصلی تجربه کارآفرینی و عوامل موثر بر تجربه کارآفرینی، بازار اشتغال که تجربه کارآفرینی را تبیین می‌نماید مورد بررسی واقع شد.



شکل ۱: مدل نهایی تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران براساس بازار اشتغال

درجه تناسب مدل در وضع مناسب قرار داشت. درنهایت الگوی پیشنهادی با توجه به مولفه‌های شناسایی شده در شکل زیر قابل ارائه است:



شکل ۲: الگو پیشنهادی تجربه کارآفرینی بر اساس بازار اشتغال

دانشگاه نسل سوم دانشگاهی نوآور، ریسک پذیر و پرورش دهنده رفتارهای کارآفرینانه است. به عبارتی در چنین دانشگاهی سه حالت وجود دارد: حالت اول، دانشگاه به عنوان یک سازمان کارآفرین عمل می نماید. حالت دوم، اعضای دانشگاه شامل: اعضای هیأت علمی، دانشجویان و دیگر اعضای ستادی واجد ویژگی های فرد کارآفرین هستند و در سومین حالت تعاملات بین دانشگاه و محیط بیرونی بر مبنای نگرش کارآفرینانه است (shervan, ۲۰۱۸). مولفه های شناسایی شده تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران عبارتند از: پدیده های رفتاری، توانمندسازی، بین المللی ساز و کیفیت زندگی کاری.

پدیده های رفتاری: پدیده های رفتاری را ویژگی های رفتاری در تجربه کارآفرینی تعریف می کنند. مک کله لند<sup>۱</sup> براین باور است که این افراد قمار باز نیستند و معمولاً در ریسک پذیری میانه روی می کنند. آنها ترجیح می دهند بر روی مسائل و مشکلات، سخت کار کنند تا این که آن را به شانس بسپارند. آن ها همچنین احساس می کنند که تلاشها و توانایی هایشان بر نتایج حاصله اثر می گذارد. ویژگی دیگر این افراد این است که علاقه مند به موفقیت فردی هستند آنها تا پادشاهای موفقیت (sarvestani&azizinejad, ۲۰۱۸). Deniz<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، بیان می کند، در این دیدگاه تفاوت بین انسان ها بر اساس یک یا مجموعه ای از

<sup>۱</sup> -McClelland

<sup>۲</sup> -Deniz

متغیرها مانند: مدیران، کارکنان، زنان، جوانان، دختران، دانشجویان، مردان، اقلیت های قومی-نژادی و ... و هم چنین انواع کارآفرینان و زمینه ها و عوامل بازدارنده و تسهیل کننده برای بروز رفتارهای کارآفرینانه ی آن ها مورد توجه جدی قرار گیرد. (mohammadi&elyasi, ۲۰۱۸)

بین المللی سازی دانشگاه: کانینگهام<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷)، به این نتیجه رسیده اند که دانشگاههای کارآفرین سازمان های حیاتی در اقتصاد و جوامع محلی، منطقه ای و ملی هستند. اهمیت و تأثیر آنها نیز از طریق تحقیقات تجربی مورد ارزیابی قرار گرفته که برخی از آن ها عبارتند از: تأثیر دانشگاههای کارآفرین در شکل دادن به جهت گیری کارآفرینی یک مکان یا منطقه نفوذ جمعی، ظرفیت نوآورانه و کارآفرینی برای توسعه، رفاه اجتماعی و اقتصادی را تأمین می کند (tajpoor, ۲۰۱۹). پژوهشگران وجود یک الگوی یکپارچه را برای بین المللی سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی در دانشگاه های ایران را مهم و حیاتی می دانند. توانمندسازی: فرآیندی که طی آن احساس افراد در مورد خودکارآمدی افزایش می یابد و این امر از طریق شرایطی که عجز و ناتوانی را برطرف می کند محقق می شود، این شرایط می تواند از طریق سازمان رسمی با تکنیک های غیر رسمی اعمال شود. (farahani&falahati, ۱۹۹۹)

کیفیت زندگی کاری: دانا و گریفین (۲۰۰۰) معتقدند که کیفیت زندگی کاری به مثابه ی هرمی است که مفاهیم آن شامل رضایت از زندگی در رأس هرم، رضایت شغلی در اواسط هرم و رضایت از سایر جنبه های مختص کار، نظیر رضایت از میزان حقوق، همکاران و ناظران می شود. در نتیجه محدوده ی کیفیت زندگی کاری فراتر از رضایت شغلی است. کیفیت زندگی کاری، فلسفه ای از مدیریت با هدف بالا بردن شأن و منزلت افراد، از قبیل فراهم آوردن فرصت های رشد و پیشرفت برای آنان است. وقتی شرایط کاری فرد، سلامت جسمی و روحی برای وی فراهم آورد، احتمالاً با ذهنی بازتر آماده ی ارائه ی ایده های نو و خلاق به دانشگاه خواهد بود و این سلامت جسمی و روحی در سایه ی توجه به کیفیت زندگی کاری محقق خواهد شد. در واقع سبب می شود یادگیری افراد در محیط تقویت شود و افراد را در امر تغییر و تحولات و نوآوری های نظام یافته یاری می رساند. (behrangei, ۲۰۱۸)

عوامل موثر شناسایی شده بر تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران عبارتند از: حمایت مدیریت، چشم انداز، مأموریت های پژوهشی و فرهنگ سازمانی. که به شرح هریک می پردازیم.

حمایت مدیریت: امروزه کشورهای صنعتی و در حال توسعه، کارآفرینان را به عنوان نیروی محرکه در اقتصاد ملی و جهانی و عامل تولید ثروت، توسعه فناوری و توسعه ی صنعتی و ایجاد اشتغال پذیرفته و هر کشوری متناسب با اهداف استراتژی توسعه ای خود، سازمان ها و تشکیلاتی را جهت حمایت از کارآفرینان به وجود آورده اند (ghadiri, 2015).

دولت می تواند با اختصاص سرمایه بیشتر در این قسمت به کارآفرین کردن دانشگاه ها در نتیجه به حمایت از کارآفرینان بیشتری منجر شود.

دولت می تواند با ارائه امکانات، معافیت های مالیاتی، جهت جذب و حمایت از سرمایه گذاران داخلی و خارجی در زمینه ی توسعه صنعتی بیش از پیش اثر بخش باشد. اهداء جوایز ماهانه به نوآورانی که ایده خود را به محصول تبدیل نموده و آن را تجاری ساخته اند هم مسلماً مثر ثمر خواهد بود.

زمینه ی دیگری که دولت به وسیله آن می تواند به توسعه کارآفرینی کمک کند تدارکات دولتی است و معمولاً شرکت های کوچک که از دانشگاه های کارآفرین به وجود می آیند از تأخیر پرداخت های سازمان های بزرگ دولتی رنج می برند. ممکن است همین پرداخت ها موجب از بین رفتن این شرکت های کوچک می شود دولت با پرداخت وام به این موسسات کوچک می تواند حمایت بزرگی از آنان داشته باشد.

چشم انداز: محققان همواره سه عامل اصلی را در هدایت دانشگاه لازم می دانند: الف) تعیین چشم انداز روشن و مسیر توفیق طلبی توسط مدیران. ب) آموزش و تجهیز افراد به منظور تمرکز بر چشم انداز و مسیر مشترک مورد توافق. ج) ایجاد شناخت و سیستم های مثبت که رفتارها و عملکردها را در امتداد چشم انداز تجهیز نماید. چشم انداز مشترک از آینده از جمله ابعادی است که زمینه شکل گیری و تقویت سرمایه اجتماعی را در فعالیت های جمعی فراهم می آورد. به عبارتی چشم انداز مشترک حاصل یادگیری جمعی است که در سطح راهبردی سازمان ایجاد می گردد و شرط یادگیری در سطح عملیاتی است (karami, 2013).

مأموریت پژوهشی: مأموریت پژوهشی به مأموریتی اطلاق می شود که فرد برای انجام پروژه ی تحقیقاتی، تبادل علم و فناوری، ارائه ی مقاله و یا شرکت در کارگاه علمی مورد تأیید شورای پژوهشی دانشکده، پژوهشکده محل اصلی خدمت خود، در یکی از دانشگاهها / موسسات پژوهشی / مراکز پژوهشی و تحقیقاتی و کارخانه ها و موسسات تولیدی معتبر داخل یا خارج از کشور با ارائه ی پذیرش یا دعوتنامه ی معتبر انجام دهد. این امر برای هیأت علمی



در دانشگاه صورت می گیرد که باید برای دانش آموختگان هم چنین مأموریتی در نظر گرفته شود.

فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی بر تمام جنبه های سازمان از جمله رسالت ها و اهداف ، تعیین راهبردها، ساختار سازمانی، ارتباطات، نگرش ها، انگیزش ها، عملکرد و رفتارهای نوآورانه افراد تأثیر می گذارد. طبقه بندی های مختلفی از ابعاد فرهنگ سازمانی مانند دانشگاه صورت گرفته است. اما ابعاد فرهنگی هافسد (۱۹۸۰)، به جهت جامعیت در پژوهش های مربوط به تعلیم و تربیت، مدیریت، رفتار سازمانی و فناوری اطلاعات توجه ویژه ای را به خود جلب کرده اند. این ابعاد شامل مردانگی، ابهام گریزی، جمع گرایی و فاصله قدرت می باشند (beyrami, ۲۰۱۳)

مولفه های اصلی شناسایی شده بازار اشتغال عبارتند از : امنیت شغلی، سیاست های اقتصادی و فضای کسب و کار که به شرح هریک می پردازیم.

**امنیت شغلی:** افراد بصورت عمری به استخدام ثابت سازمان ها درآیند، این ذهنیت از این بابت که امنیت اقتصادی افراد تاحدودی تضمین می شود به ظاهر مفیدند. از بعد دیگر استخدام ثابت و رسمی گرچه به ظاهر امنیت شغلی را تضمین می کند ولی این نارسایی را به دنبال دارد که کم کم افراد سازمان از فکر ترقی و توسعه و بالندگی دور می شوند و این امر امنیت شغلی آن را به خطر می اندازد. در دنیای امروز امنیت شغلی بدین معنا کاربرد دارد که به جای وابستگی افراد به سازمان بایستی سازمان ها وابسته به افراد باشند و این درگرو این است که سازمان ها بستر لازم را فراهم کنند تا دانش آموختگان از ابعاد مختلف بالندگی لازم را کسب کنند (karami, ۲۰۱۳)

**سیاست های اقتصادی:** سیاست اقتصادی یعنی این که چارچوب هایی برای اقتصاد تعریف کنیم، تعرفه ها معلوم باشد. سیاست های پولی و مالی مشخص باشد و سیستم بانکداری چارچوب مشخصی داشته باشد. اگر شاخص های اقتصادی مشخص و مدون باشند، سیاست نیز به درستی شکل می گیرد (beyrami, ۲۰۱۳)

فضای کسب و کار: فضای کسب و کار جدید که اغلب با اصطلاحاتی مانند پیچیدگی، آشفتگی، سرعت و تغییرات شتابان توصیف شده است، افراد باید انعطاف پذیر، خودفرمان، کارآفرین و طالب ابتکار و خلاقیت باشند. از این رو می توان گفت تولید و بهره گیری از ایده های تازه به دانشگاه نویدمی دهد که می تواند با شرایط متغیر بازار منطبق شود به تهدیدها و فرصت ها پاسخ به موقع می دهد و رشد و توسعه می یابد.

عوامل موثر شناسایی بر بازار اشتغال در مدل نهایی عبارتند از: آموزش و فناوری اطلاعات و ارتباطات است که به شرح زیر است: آموزش: هر سازمانی به افرادی آموزش دیده و با تجربه



نیاز دارد تا بتواند ماموریت خود را به نحو مطلوب به انجام برساند و به اهدافی که تعیین کرده است برسد. با پیچیده شدن مشاغل بر اهمیت آموزش کارکنان به خصوص آموزش های مهارتی و یادگیری مهارت های لازم افزوده می شود. از این رو، لازم است سطح، توانایی و انطباق پذیری کارکنان افزایش یابد. زمانی که مشاغل ساده بودند، به آسانی فراگرفته می شدند و دگرگونی های فنی تأثیر اندکی در آن ها داشت و از این رو کارکنان نیاز چندانی به افزایش یا تغییر مهارت های خود نداشتند. اما دگرگونی های پر شتابی که قرن گذشته در جوامع پیشرفته و توسعه یافته روی داده است فشار روز افزونی را بر سازمان ها وارد آورده است تا محصولات و خدماتی را که تولید می کنند، چگونگی تولید و عرضه شان را، نوع مشاغل مورد نیاز و نوع مهارت های لازم برای انجام دادن این مشاغل را با وضعیت موجود تطبیق دهند. منظور از آموزش، آموختن عمل یا مجموعه ای از اعمال است که موجب می شود فردی مهارت، دانش و منش لازم را برای انجام کاری فراگیرد (zeynali, 2016).

فناوری اطلاعات و ارتباطات: فناوری اطلاعات و ارتباطات به مجموعه ی به هم پیوسته ای از روش ها، سخت افزارها، نرم افزارها و تجهیزات ارتباطی اطلاق می شود که اطلاعات را در اشکال گوناگون (صدا، تصویر، متن) گردآوری، ذخیره سازی، بازیابی، پردازش، انتقال و یا عرضه می کنند. فناوری اطلاعات مانند محور مرکز مجموعه ای از فعالیت های هدایت شده است که کنترل مدیریت، بهره وری، تولید، آموزش و ارتقای یک سیستم با یک مرکزیت را به عهده دارد. گرچه تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بازار اشتغال بسیار پیچیده است اما شواهد تجربی حاکی از آن است که فناوری اطلاعات به عنوان عامل شتاب دهنده رشد اقتصادی و اشتغال زایی عمل می کند که بسیار فراتر از حذف مستقیم شغل هایی است که حاصل از جایگزینی ماشین به جای افراد است (shahmansoori, 1999).

بنابر این در گذشته بسیاری از دانشگاه های جهان کارآفرینی را به عنوان یک موضوع آموزشی و تحقیقاتی مورد توجه قرار نمی دادند. در سال های اخیر است که این موضوع به صورت جدی در زمره ی مباحث آموزشی و تحقیقاتی دانشگاهی قرار گرفته و موضوعات خاصی مانند انتقال فناوری و تجاری سازی دانش از اهمیت خاصی برخوردار شده است. به تعبیر شولت، هرگونه بی توجهی به کارآفرینی حیرت آور است. دانشگاه ها باید از راه آموزش، تحقیق و تجاری سازی نتایج حاصل از تحقیق در توسعه ی اقتصادی مناطق خود مشارکت داشته باشند. تأسیس کسب و کارهای مستقل توسط دانش آموختگان جوان، وسیله موثر برای توسعه اقتصادی منطقه ای است و هر گاه نتایج حاصل از تحقیقات دانشگاهی بتواند به محصولات، فرآیندها و خدمات جدید و قابل رقابت تبدیل شود، بنگاه ها ی با سطح بالای توانمندی های فناوری ایجاد خواهد شد.

در مورد مدل تجربه کارآفرینی در دانشگاه ها بر اساس بازار اشتغال در پژوهش های اژیزیل و همکاران (۲۰۱۹)، لوبودا (۲۰۱۸) اشاره شده است.

در مورد مولفه های اصلی تجربه کارآفرینی در دانشگاه های ایران که عبارتند از کیفیت زندگی کاری، بین المللی سازی، توانمندسازی و پدیده های رفتاری در پژوهش های پنتوس (۲۰۱۰)، دیزلم (۲۰۱۱)، زمیزینگ (۱۹۸۱)، کلاریس و همکاران (۲۰۱۱) اشاره دارد.

در مورد مولفه های اثر گذار بر تجربه کارآفرینی که عبارتند از حمایت مدیریت، چشم انداز، مأموریت پژوهشی و فرهنگ سازمانی می باشد. در پژوهش های یو سو و چی (۲۰۱۹)، کپینی و راگا اوسکا ایتی (۲۰۱۷) اشاره شده است.

در مورد مولفه های اصلی بازار اشتغال که عبارتند از امنیت شغلی، سیاست های اقتصادی و فضای کسب و کار می باشد. در پژوهش های کلر و آنتونیک (۲۰۱۵)، اشاره شده است. مولفه های اثر گذار بر بازار اشتغال که عبارتند از آموزش و فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد. با پژوهش های هیرا باتول (۲۰۱۵)، راسموسن و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد.

- برخی از دانش آموختگان به دلیل مشغله های کاری همکاری لازم را در تکمیل و تحویل پرسشنامه ها نداشتند.

- تبدیل کیفیت ها به کمیت ها (گزینه های پرسشنامه) معمولاً در تعمیم نتایج کارهای میدانی محدودیت ایجاد می کند که تحقیق حاضر نیز از این قاعده مستثنی نیست.

- نتایج بر اساس داده های حاصل از پرسشنامه به دست آمده و این امکان وجود دارد که ذهنیت افراد و سوابق آن ها در پاسخ به سوالات دخالت داشته، بنابراین ممکن است تعصبات و ارزشهای شخصی در نوع پاسخ ها دخالت داشته باشد که اعتبار بیرونی طرح را تهدید می کند.

- در بخش مصاحبه، زمان زیادی صرف امور پژوهش شد. حتی توزیع پرسشنامه ها در بخش کمی نیز زمان زیادی را از پژوهشگر سلب کرد.

- تحلیل های کیفی متکی بر دیدگاه های متخصصان و خبرگان، نیازمند افراد صاحب نظر و با انگیزه است که متأسفانه همانند بسیاری از تحقیقات داخلی، این پژوهش هم با کمبود خبره، واقعی و نیز فرصت تعامل و بهره مندی از نظرات آن ها مواجه بوده است (هرچند که مصاحبه فقط با متخصصین رشته مدیریت آموزشی صورت گرفت).

- در برخی مصاحبه ها که با متخصصان مدیریت آموزشی صورت گرفت این محدودیت وجود داشت که این افراد درک درستی از مفهوم تجربه کارآفرینی بر اساس بازار اشتغال

نداشته و آنچه در این مورد بیان می کردند برداشت ناقص خودشان از این موضوع بوده است که تا حدودی توسط محقق تعدیل شده است.

- نتایجی که بر اساس داده های حاصل از پرسشنامه ها پدید آمد، این امکان وجود دارد که ذهنیت افراد و سوابق آن ها در پاسخ به سوالات دخالت داشته ، بنابراین ممکن است تعصبات و ارزشهای شخصی در نوع پاسخ ها دخالت داشته باشد که اعتبار بیرونی طرح را تهدید می کند.

در این پژوهش موارد ذیل موارد ذیل قابل تأمل است .

- از لحاظ ابزار گرد آوری پژوهش حاضر محدود به مصاحبه و پرسشنامه است، هزینه بر و زمان بر برای پژوهشگر بود .

- از لحاظ جامعه آماری پژوهش حاضر محدود به دانش آموختگان دانشگاه های ایران است، این محدودیت از میزان تعمیم پذیری نتایج پژوهش به کادر اداری دانشگاه می کاهد.

- از آنجایی که پاسخ به پرسشنامه ها به دو طریق حضوری و اینترنتی انجام شد، در بخش اینترنتی ممکن است تا حدودی اعتماد کافی برای محرمانه بودن پاسخ ها از سوی پژوهشگر برای پاسخ دهنده حاصل نشده باشد و ملاحظات اخلاقی در پاسخ دهی حکم فرما باشد.

### پیشنهادهای پژوهش

پیشنهادهای منتج از یافته های پژوهش در خصوص مؤلفه های اثرگذار و اثرپذیر تجربه کارآفرینی بر اساس بازار اشتغال

- **در رابطه با مؤلفه «پدیده رفتاری» پیشنهاد می گردد تا:** -مدیران دانشگاه فرصت لازم برای ارائه ایده های جدید دانشجویان و دانش آموختگان را فراهم نمایند . دانشگاه می تواند از دانش آموختگان برای ایجاد تیمهای کاری و تکمیل پروژه ها و ایده های نو استفاده کند .

- مدیران دانشگاه با طراحی سیستم هایی در سازمان، دانش آموختگان دارای ایده نو و ریسک پذیر را تشویق کنند.

- مدیران دانشگاه ها با برگزاری جلسات مختلف درصدد رفع موانع ساختاری و تسهیل ارتباطات باشند. دانشگاه باید تلاش خود را بر تغییر رفتار تیمی، تقویت فعالیتهای تیمی، ایجاد جو اعتماد در دانشگاه و ایجاد ارتباطات اثربخش افقی قرار دهد.

- **در رابطه با مؤلفه «توانمندسازی» پیشنهاد می گردد تا:** - به منظور افزایش توانمندی فارغ التحصیلان کارآفرین توجه ویژه ای به برگزاری دوره های آموزش غیر رسمی در جهت ایجاد انگیزه و کسب دانش و مهارت بیشتر در آنان از سوی دانشگاه مبذول گردد.

- برنامه های راهبردی کارآفرینی و اشتغال در دانشگاه تدوین شود و فارغ التحصیلان را در آن برنامه ها مشارکت دهند.

- همکاری بین بخشی سیاستگذاران و دست اندرکاران توانمند سازی نیروی انسانی کشور از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سایر بخش ها و دستگاه های مرتبط.

- **در رابطه با مؤلفه «بین المللی سازی» پیشنهاد می گردد تا:** - دانشگاه به عنوان یک سیستم باز از محیط محلی، ملی و بین المللی جهت تولید، تبدیل و تجاری سازی دانش استفاده کند و ورودی هایی از محیط های مذکور داشته باشد و هم خروجی های آن در نهایت وارد محیط های مذکور جهت تبادل و تولید دانش شوند.

- ایجاد ساختار منعطف و حمایت از انجام فعالیت های آکادمیک بین المللی.  
- اصلاح سیاست های ترفیع، ارزشیابی و امتیازدهی به فعالیت های آکادمیک مبتنی بر رویکرد بین المللی و بین فرهنگی.

- **در رابطه با مؤلفه «کیفیت زندگی کاری» پیشنهاد می گردد تا:** - ایمنی محیط دانشگاهی و محیط های کارورزی فارغ التحصیلان تأمین گردد.

- نظام پیشنهادها در دانشگاه ها به صورت جدی تر فعال شود و از نظر فارغ التحصیلان در نظام دانشگاهی استفاده شود.

- بهداشت روانی دانشجویان و فارغ التحصیلان را مدیران دانشگاه مد نظر قرار دهند.

- **در رابطه با مؤلفه «فرهنگ سازمانی» پیشنهاد می گردد تا:** - فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه نهادینه شود. از این رو پیشنهاد می شود تقویت فرهنگ تجاری کردن دانش و ترویج فرهنگ خلاقیت و ریسک پذیری صورت گیرد. هم چنین در محیط دانشگاه، اشتباهات به عنوان ابزاری جهت یادگیری و کسب تجربه قلمداد گردند و تغییر به عنوان یک فرصت ارزیابی شود.

- فرصتی برای فرهنگ همکاری با فارغ التحصیلان در راستای وضعیت اشتغال، رفع نیازهای مهارتی و دستیابی به شغل مناسب ایجاد شود.

- **در رابطه با مؤلفه «حمایت مدیریت» پیشنهاد می گردد تا:** - تنوع در حمایت های مالی مدیریت دانشگاه لحاظ شود.

- از برنامه های کارآفرینی دانشجویان از طریق راه اندازی مراکز رشد (انکوباتورها) در دانشگاه ها حمایت شود.

- حمایت همه جانبه از کارآفرینی دانش بنیان و کسب و کارهای دانایی محور و بسترسازی برای تأمین نیازهای نرم و سخت این نوع از مشاغل
- فعالیت های کارآفرینانه به عنوان یک امتیاز برای دانشجویان در نظر گرفته شود.
- حمایت از حقوق مالکیت فکری صورت گیرد.
- **در رابطه با مؤلفه «چشم انداز» پیشنهاد می گردد تا:** - جهت تعیین چشم انداز و راهبردهای آینده نگر دانشگاه جهت کارآفرین شدن آن از استادان کارآفرین کمک بگیرد.
- تدوین چشم انداز بین فرهنگی در برنامه درسی مبتنی بر درک میان فرهنگی در تمامی رشته ها
- در رابطه با مؤلفه «مأموریت های پژوهشی» پیشنهاد می گردد تا:** - سیاست گذاری در جهت استقرار سیستم پایش کیفی پژوهشی همگام با استانداردهای آکادمیک بین المللی صورت گیرد.
- قراردادهای مشترک پژوهشی بین صنعت و دانشگاه و اجرای آن توسط دانشجویان و فارغ التحصیلان صورت گیرد.
- **در رابطه با مؤلفه «فضای کسب و کار» پیشنهاد می گردد تا:** - ایجاد و گسترش مراکز رشد و پارک های علم و فناوری در دانشگاه ها
- ایجاد فضایی در دانشگاه ها به عنوان پشتیبانی از طرح های کسب و کار کوچک دانشجویان و فارغ التحصیلان
- **در رابطه با مؤلفه «سیاست های اقتصادی» پیشنهاد می گردد تا:** - دولت با ارائه تسهیلات و زمینه سازی های لازم برای بهره برداری از فرصت های کشف شده مجبات رشد اقتصادی را فراهم آورد.
- زمینه ثبات بازارها و آزادی اقتصادی از طریق دولت برای تسهیل فعالیت های فارغ التحصیلان کارآفرینی ایجاد شود.
- **در رابطه با مؤلفه «امنیت شغلی» پیشنهاد می گردد تا:** - عدم توجه به حاشیه های کاری که ممکن است برای افراد از طریق سایر دانشجویان و فارغ التحصیلان به مدیریت دانشگاه ارائه گردیده باشد.
- تعیین گروه های کاری مختلف در تناسب با موقعیت ها و شرایط گوناگون کاری که نیازمند تشریک مساعی است به منظور رسیدن به سبک مدیریتی اقتضایی و تست میزان اثربخشی این سبک از مدیریت در دانشگاه ها صورت گیرد.

- افزایش تعامل بین دانشجویان و فارغ التحصیلان در جهت ایده پردازی، کار تیمی صورت گیرد تا از فرسودگی شغلی جلوگیری به عمل آید.

#### -در رابطه با مؤلفه «فناوری اطلاعات و ارتباطات» پیشنهاد می‌گردد تا:

-بازاریابی اینترنتی به عنوان یک واحد درسی برای کلیه رشته‌ها الزامی شود.  
-پیشنهاد می‌شود اطلاعات در دانشگاه انحصاری نباشد.  
-ایجاد بانک اطلاعاتی دانش‌آموختگان و دانشجویان دانشگاهی و همچنین بانک اطلاعاتی مشاغل موجود و مورد نیاز صنایع و بنگاه‌های اقتصادی.

#### -در رابطه با مؤلفه «آموزش» پیشنهاد می‌گردد تا:

-باز تعریف وظایف و رسالت‌های آموزشی دانشگاه‌ها به منظور هماهنگی کامل آموزه‌های دانشگاهی با مطالبات بالفعل و بالقوه بازار کار در ایران صورت گیرد.  
-ارائه‌ی برخی آموزش‌های کارآفرینی درون سازمانی برای دانشجویان و دانش‌آموختگان  
-آموزش، برنامه‌ریزی و اقدام برای نهادینه‌سازی موضوع “کارآموزی دانشجویان” و “کارورزی فارغ التحصیلان دانشگاهی” در راستای کمک به آماده‌سازی و اشتغال‌پذیری آنان برای حضور موفق در بازار کار صورت گیرد.  
-از استادان که سابقه و یا تجربه کارآفرینی دارند جهت ایجاد تغییرات در محتوا و روش تدریس استفاده شود.

#### پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

آنچه مسلم است محقق در پایان پژوهش خود دیدگاه‌های جدیدی را خواهد شناخت که می‌تواند راهنمای پژوهشگرانی که قصد پژوهش مشابه را دارند باشد بنابراین می‌توان این تحقیق را باب جدیدی برای پاره‌ای از تحقیقات به شمار آورد تحقیقات قابل پیش‌بینی در حال حاضر عبارتند از:

۱. روابط متغیرهای دیگر با تجربه کارآفرینی و بازار اشتغال سنجیده شود. برای نمونه رابطه تجربه کارآفرینی با معماری سازمانی، عملکرد سازمانی و ...

۲. در پژوهش‌های آینده به بررسی الگوی چابکی در تجربه کارآفرینی در آموزش عالی بپردازند.

## References

- Abreu , M . & Grinevich, V. (2013). The Nature of Academic Entrepreneurship in the UK: Widening the Focus on Entrepreneurial Activities. *Journal of Research Policy* ,Vol. 42, No.2
- Azami, Salome (2019), The effect of support of different levels of management on employee motivation, world economy(in persion)
- Behrangi, Mohammad Reza, Hejazi, Asad, granddaughter of Ebrahimi, Abdolrahim and Zeinabadi, Hassan Reza (1999), The role of perception of quality of work life in organizational entrepreneurship, *Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Humanities*, No. 3 Capiene, Aiste, Ragauskaitė, Aiste (2017), ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AT UNIVERSITY: INNOVATIVE MODELS AND CURRENT TRENDS,RESEARCH FOR RURAL DEVELOPMENT 2017, VOLUME 2(in persion)
- Clare , M and Antonik,K (2015), Entrepreneurial University, Scientific Activity, Technology Transfer and Knowledge: A Case Study of 4 European Universities,<https://www.researchgate.net>
- Clarysse,B , Tartari ,V, & Salter , A. (2011). The Impact of Entrepreneurial Capacity, Experience and Organizational Support on Academic Entrepreneurship. *Journal of Research Policy*, Vol.40
- D'Ested, P. & Patel, P. (2007), University–industry linkages in the UK: what are the factors underlying the variety of interactions with industry?. *Research Policy*, Vol. 36
- D'Orazio, P, Monaco, E & Palumbo,R. (2012), Determinants of Academic Entrepreneurial Intentions in Technology Transfer Process: An Empirical Test, Available at: <http://papers.ssrn.com>
- Dzelme, B. (2011), Academic Entrepreneurship Incentives of academic scientists to commercialize their research output, Thesis Master of Business Administration, Management of Innovation, Rotterdam School of Management, Erasmus University
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., Regina, B. & Terra, C.(2000). The future of the university and the University of the Future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*. Vol.29,313-330.
- Guerrero, M., J & Urbano, D. (2012). Economic impact of entrepreneurial universities activities: An exploratory study of the United Kingdom, *Research Policy*
- Gupter. A. (2008). Entrepreneurial University,University of California, Berkeley. Presented to the International Conference‘Knowledge Innovation and the EntrepreneurialUniversity,NO:2
- Khademi Kolelou, Mohammad (2017), Presenting the Conceptual Model of the Relationship between Higher Education and the Labor Market, National Conference on New Research in Management,

- Law, Economics and Humanities, Kazerun Branch, Azad University(in persion)
- Hira Batool,L (2015), Exploring Entrepreneurship Among Students for Creating Business, Research Policy, Vol. 35
- Izzel, B. Benan,M,Sebta,J (2019). Conceptual Framework for Supplemental Approaches to Entrepreneurship Education and Learning in Nigerian Universities. <https://www.academia.edu>
- Jaber,M (2019), Economic policies, <https://www.sciencedirect.com/>
- Jacob, M, Lundqvist, M, & Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology, Research Policy, Vol. 32
- Loboda,Viktoriya(2018),Developing Entrepreneurial Mindset in University Undergraduates, <https://e-methodology.eu/index.php/e-methodology>
- McClell, M(2000) Entrepreneurship, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol.1
- Peter Erasmus,J (2014), The Impact of Entrepreneurship on Developmental Skills and Career Decision Making, Research Policy, Vol. 34
- Pontuns ,Braunerhjelm ( 2010),Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth,<https://entreprenorskapsforum.se>
- Rasmussena, E , Moseyb,S, & Wright, M. (2014). The influence of university departments on the evolution of entrepreneurial competencies in spin-off ventures, *Research Policy* , Vol. 43, No.1
- Pourtashi, Mahtab and Parhizgar, Morteza (2017), Designing a Conceptual Model of Entrepreneurship Qualifications of Entrepreneurial University Graduates, Technology Development, No. 51(in persion)
- Zare Yekta, Mohammad Reza (2011), Academic Entrepreneurship Education, Labor and Society, No. 67(in persion)
- Zali, Mohammad Reza, Razavi, Seyed Mostafa (2017), Analysis of Entrepreneurship Education Analysis in Universities, Entrepreneurship Development, No. 3(in persion)
- Zeinalizadeh, Leila (2016), Educational Skills, Entrepreneurship and Productivity Skills of Graduates, National Conference on Entrepreneurship and Knowledge-Based Business Management, Mazandaran University(in persion)
- Todorovic, Z. W , McNaughton, R.B. & Guid, P. (2011), An Entrepreneurial Orientation Scale for Universities, Technovation, Vol.31
- Yu Su chi,Qi (2019),Model of the Entrepreneurial Intention of University Students in the Pearl River Delta of China, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov>