

راه‌های ترویج و توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان

فرهاد سراجی^۱

(دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۳)، (پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۸/۷)

DOI: 10.22047/ijee.2018.117793.1511

چکیده: هدف این پژوهش شناسایی راه‌های ترویج و توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان است. کارآفرینی مشتمل بر مجموعه صلاحیت‌های چندوجهی و پیچیده است که پرورش آنها صرفاً با آموزش‌های مستقیم کلاسی میسر نمی‌شود و به دامنه وسیعی از روش‌ها، منابع و امکانات نیاز دارد. در این پژوهش با استفاده از رویکرد کیفی، از سه مصاحبه جمعی استفاده شد که دو جلسه مصاحبه گروهی با هفت نفر از افراد آشنا به آموزش کارآفرینی و یک جلسه گروه کانونی با ۱۶ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه بوعلی سینا تشکیل شد که همه این افراد، کارآفرین یا پژوهشگر در حوزه کارآفرینی بودند. تحلیل داده‌ها با استفاده از شیوه تحلیل مضمون و در قالب مضامین فراگیر، سازمان دهنده و مضامین پایه نمایش داده شد. در این پژوهش شناسایی شیوه‌های توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی به‌عنوان مضمون فراگیر و شیوه‌های فرهنگی و فوق برنامه، آموزشی، پژوهشی و مدیریتی به‌عنوان مضامین سازمان دهنده آشکار شد. در حوزه‌های فرهنگی و فوق برنامه راه‌هایی مانند نشر مطالب و اخبار کارآفرینی، برپایی نمایشگاه، مشاوره شغلی، برگزاری دوره‌های رسمی، برپایی اردوهای صنعتی و شغلی، ایجاد انجمن دانش‌آموختگان، برگزاری مسابقات متنوع و دعوت از کارآفرینان؛ در حوزه آموزشی، بازنگری در برنامه‌های درسی، بهبود کیفیت دوره‌های آموزشی، معرفی رشته‌های دانشگاهی به جامعه، اعطای امتیاز به دانشجویان و استادان کارآفرین و توسعه کارگاه‌های مهارت‌آموزی؛ در حوزه پژوهشی معرفی قابلیت‌های دانشگاه به جامعه، توسعه مراکز رشد و در حوزه مدیریتی تهیه برنامه‌های میان مدت و سالانه، تقویت باور مدیران به این موضوع به‌عنوان مضامین پایه زمینه‌های کسب صلاحیت‌های کارآفرینی برای دانشجویان را فراهم می‌سازد.

واژه‌های کلیدی: ترویج کارآفرینی، دانشجو، دانشگاه، صلاحیت

۱. مقدمه

یکی از رسالت‌های مهم نظام آموزش عالی و دانشگاه‌ها، تربیت و آماده‌سازی افراد برای ورود به عرصه اشتغال است. عواملی مانند جهانی شدن، پیشرفت مداوم فناوری‌ها، کمبود منابع و توسعه اقتصاد دانش بنیان ماهیت مشاغل را تغییر داده است و این مهم، دانشگاه‌ها را وادار کرده است تا در مأموریت‌ها، رسالت‌ها، برنامه‌ها و اقدام‌های اجرایی خود بازاندیشی کنند. در این شرایط جوانان برای ورود به عرصه‌های شغلی به صلاحیت‌های متنوع شناختی، عاطفی و مهارتی نیاز دارند (Neck & Greene, 2011). دامنه صلاحیت‌های موردنیاز برای اشتغال بیش از مهارت‌های صرف مربوط به یک شغل است و این صلاحیت‌ها مجموعه وسیعی از مهارت‌های ارتباطی، فکری، رفتارها و صلاحیت‌های شخصی، مسئولیت‌پذیری، مهارت‌های کار گروهی، انعطاف‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، مذاکره، سعه‌صدر، یادگیری زبان انگلیسی، اخلاق‌مداری و موارد متعدد دیگر را شامل می‌شود (نویدی و محمودی کهریز، ۱۳۹۱). از این رو، جوانان امروزی برای اشتغال‌پذیری به صلاحیت‌های متنوعی نیاز دارند.

در گذشته رسالت عمده دانشگاه‌ها به آموزش نیروی کار موردنیاز و پژوهش درباره رفع نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فناورانه محدود بود؛ ولی امروزه باتوجه به تحولات مداوم اجتماعی، آموزش‌ها و پژوهش‌های دانشگاهی باید در مسیر حل مشکلات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فناورانه جامعه قرار گیرد تا بتواند بخشی از مسائل مربوط به کارآفرینی، اشتغال، کسب صلاحیت‌های جدید شغلی را مرتفع نماید. اصلاح مأموریت دانشگاه‌ها در زمینه اشتغال از سه دهه پیش در جهان مورد توجه قرار گرفته است؛ به نحوی که دانشگاه‌هایی مانند ام‌آی‌تی^۱، کمبریج^۲ و برخی دانشگاه‌های پیشرو ساختار مدیریتی و برنامه‌درسی خود را به شکلی سازماندهی کرده‌اند که دانش‌آموختگان آن بتوانند در تولید فناوری، ارائه راهکارهای نوآورانه و حل مسائل اجتماعی و اقتصادی پیشگام باشند. برای نمونه دانشجویان و اعضای هیأت‌علمی دانشگاه ام‌آی‌تی به‌طور متوسط روزانه دو اختراع ثبت و در هر هفته چهار اختراع در دفاتر ثبت فناوری تجاری سازی می‌کنند (فرامرز نیا و همکاران، ۱۳۹۵).

توسعه فعالیت‌هایی نظیر تأسیس دفاتر ارتباط با صنعت و جامعه، دفاتر انتقال فناوری، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد کسب‌وکار، شرکت‌های دانش بنیان و راه‌اندازی مراکز کارآفرینی در قالب «طرح کاراد»^۳ را می‌توان گام‌هایی در مسیر ایفای نقش دانشگاه برای حل مسائل اجتماعی، اقتصادی و فناورانه تلقی کرد. لیکن در بحث از ترویج و توسعه کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه‌ها، مانند هر نوآوری دیگر، باید به سه پرسش اساسی در حوزه چرایی، چیستی و چگونگی آن پاسخ داد (Morris & Kuratko, 2014). «چرایی» توجه به کارآفرینی در دانشگاه‌ها را می‌توان با تأکید بر ضرورت‌های ترویج کارآفرینی نظیر توسعه اقتصاد دانش بنیان، بیکاری تحصیلکرده‌ها، تغییر مستمر ماهیت شغل‌ها، تغییر در شیوه‌های

1- Massachusetts Institute of Technology (MIT)

2- Cambridge

۳- طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور

استخدامی، تأکید بر خوداشتغالی و ضرورت‌های اقتصاد مقاومتی توجیه و درک کرد. «چیستی» آن اشاره دارد به اینکه، اگر قرار است دانشگاه‌ها به مباحث کارآفرینی وارد شوند، چه مباحثی را باید آموزش دهند؟ نکته اساسی این است که برخلاف تصور عمومی، کارآفرینی موضوع اکتسابی و قابل آموزش است. برای کارآفرینی افراد باید در زمینه‌های روان‌شناختی، اقتصادی، جامعه‌شناسی، مدیریتی، صلاحیت‌های عمومی، فرهنگ و قوانین و مقررات آموزش‌های لازم را کسب کنند (Sanchez & Sahaquillo, 2017). دانشجویان باید از لحاظ روان‌شناختی در زمینه‌هایی همچون نیاز به توفیق، تمایل به ریسک‌پذیری، کنترل درونی، استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، تقویت اراده، اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری و انگیزه پیشرفت، دانش و مهارت‌های موردنیاز را به دست آورند. از لحاظ اقتصادی آنها باید در زمینه‌هایی مانند شناسایی فرصت‌ها، درک منابع و قابلیت‌ها، راه‌های ایجاد کسب‌وکار، آشنایی با انواع کسب‌وکار، تعیین محل کسب‌وکار، بازاریابی، آشنایی با ویژگی‌های مشتری، امور مالی و حسابداری دانش و مهارت‌های لازم را کسب کنند. از بُعد اجتماعی و فرهنگی دانشجویان باید ویژگی‌های اجتماعی، شرایط فرهنگی، زمینه‌های تاریخی، نیازهای فردی و اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی و ساختارهای اجتماعی را در حد امکان درک نمایند. از لحاظ مدیریتی و قانونی دانشجویان باید با شیوه‌های ثبت ایده، تهیه طرح کسب‌وکار، هدف‌گزینی، برنامه‌ریزی، سازماندهی و ارزشیابی آشنا شوند و قوانین مرتبط با کار و کارآفرینی را بیاموزند. بنابراین مجموعه‌ای از رفتارها، ویژگی‌ها و صلاحیت‌ها برای کارآفرینی لازم است که دانشگاه‌ها باید از طریق برنامه‌درسی رسمی و غیررسمی به دانشجویان ارائه دهند. کسب این صلاحیت‌ها در دانشگاه‌ها نیازمند بازاندیشی در رویکردها و روش‌های آموزشی داخل و خارج از کلاس است (Peltonen, 2015). آموزش اثربخش در داخل کلاس و طراحی تکالیف درسی واقعی برای داخل و خارج از کلاس، حرکت به سمت پژوهش‌های کاربردی می‌تواند گام مؤثری برای ورود دانش‌آموختگان دانشگاهی به عرصه شغل تلقی شود. از طرفی فعالیت‌های دیگری در قالب طرح برنامه‌های غیررسمی، ضمنی و فوق برنامه می‌تواند زمینه‌های کارآفرینی و اشتغال‌پذیری را در دانشجویان تقویت کند.

چگونگی ترویج و توسعه کارآفرینی به نحوه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها مربوط می‌شود. صلاحیت‌های کارآفرینی از منظر حیطه‌های یادگیری غالباً در حیطه نگرشی و مهارت‌های شناختی سطح بالا نظیر تحلیل، ترکیب و ارزشیابی قرار می‌گیرد. از این رو، این صلاحیت‌ها را نمی‌توان با شیوه‌های تدریس مستقیم متداول در دانشگاه‌ها آموزش داد. (Welsh et al., 2016; Stal et al., 2016) برآش (۲۰۱۴) در نظریه «اکوسیستم آموزش کارآفرینی» ضمن تأکید بر دخالت همه عناصر و مؤلفه‌های دانشگاه و اجتماع در آموزش کارآفرینی اشاره می‌کند؛ با توجه به تنوع حیطه‌های یادگیری

دخیل در کارآفرینی، در طراحی و اجرای برنامه‌درسی آن باید به سه کانون منابع یادگیری، روش‌های یادگیری و عملکردهای یادگیری متمرکز کرد. براین اساس، در آموزش صلاحیت‌های کارآفرینی می‌توان از منابع سه‌گانه شامل منابع توضیح‌دهنده وظایف کاری، تعاملات انسانی و منابع آموزشی انتشاراتی بهره گرفت. این منابع می‌تواند دامنه وسیعی از روش‌ها را دربرگیرد؛ مشاهده مستقیم فعالیت‌های کارآفرینانه، گفت‌وگو با کارآفرینان، ارائه مطالب کارآفرینی، مطالعه مجلات تخصصی، مطالعه کتاب‌های مرتبط با کارآفرینی، روایت‌ها یا داستان‌های کارآفرینان، اخبار کارآفرینان، نشریات مرتبط با کسب‌وکار، روزنامه‌ها و کنفرانس‌ها باشد. دومین منبع یادگیری کارآفرینی، روش‌های یادگیری مربوط به آن است که به فنون و روش‌ها، راهبردها و گزینه‌هایی اطلاق می‌شود که افراد کارآفرین از طریق آنها دانش، نگرش و مهارت‌های مربوط را کسب می‌کنند و روش‌هایی چون سخنرانی، مشاوره‌های شغلی، مشارکت در پروژه‌ها و فعالیت‌های یادگیری است. تعامل آزادانه بین دانشجویان و ارتباط مشارکتی با مدرسان بخشی از فضای لازم برای تدریس کارآفرینی در دانشگاه‌هاست. سومین منبع یادگیری در اجرای برنامه‌درسی کارآفرینی ارزیابی عملکرد یادگیری است که به بررسی‌ها، تحلیل و نقد عملکردها و بازخوردها مربوط می‌شود. تحلیل و نقد عملکردهای کارآفرینانه غالباً از سوی فرد کارآفرین به‌طور مسئولانه بررسی و تحلیل می‌شود تا نقایص فرایند یادگیری شناسایی و اصلاح شود. عثمان^۱ و همکاران (۲۰۱۲) برای آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها به عوامل متعددی همچون صلاحیت‌های مدیریتی، عوامل محیطی، تجهیزات و امکانات، ساختارهای آموزشی و تعاملات اجتماعی تأکید می‌کنند. تارکر و سلکاک^۲ (۲۰۰۹) آزادی عمل دانشجویان، انعطاف‌پذیری در روش‌ها، فضای باز کلاسی، روحیه معلم، ارتباط با جامعه و دسترسی به منابع غنی و متنوع را در پرورش مهارت کارآفرینی مهم می‌شمارد. احمدپور داریانی و عزیزی (۱۳۸۵) برای آموزش کارآفرینی بر استفاده از روش‌های تدریس تعاملی، بازدید از محل‌های کارآفرینی، دعوت از صاحبان کسب‌وکار، مشاهده و تحلیل عملکردها، خبررسانی و انجام تکالیف عملی را توصیه می‌کنند. از طرفی مرتضی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۶) نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی باید در همه دروس و با رویکرد فرهنگی به‌صورت یک کل یکپارچه، تلفیقی و بوم‌سازگانی^۳ نگریسته می‌شود.

در آموزش عالی ایران تاکنون دو طرح رسمی برای آموزش کارآفرینی ارائه و اجرا شده است. طرح اول آموزش کارآفرینی به‌عنوان درس اختیاری در برخی دانشگاه‌ها و برخی از رشته‌ها نظیر رشته‌های مهندسی انجام شده است و پژوهش‌هایی مانند آراستی و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر آن بر پرورش صلاحیت‌ها و تمایلات کارآفرینانه افراد را نشان می‌دهد و طرح دوم برنامه کاراد است که بر اساس برنامه چهارم توسعه مقرر شد تا دانشگاه‌ها را به ایجاد ساختارهای لازم برای تسهیل کارآفرینی دانشجویان

1- Othman

2- Turker & Selcuk

۳- برابر نهاد فارسی واژه «اکوسیستم»، مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی

ترغیب کند و کارآفرینان دانشگاهی را از ابعاد مالی، ساختاری و اداری پشتیبانی کند (فرامرزی نیا و همکاران، ۱۳۹۵).

کسب صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها نیازمند بازاندیشی در رویکردها و روش‌های آموزشی داخل و خارج از کلاس است. آموزش اثربخش در داخل کلاس و طراحی تکالیف درسی واقعی برای داخل و خارج از کلاس، حرکت به سمت پژوهش‌های کاربردی می‌تواند گام مؤثری برای ورود دانش‌آموختگان دانشگاهی به عرصه شغل تلقی شود. از طرفی فعالیت‌های دیگری در قالب طرح برنامه‌های غیررسمی، ضمنی و فوق برنامه می‌تواند توسط حوزه‌های مرتبط با دانشجویان و تشکل‌های زیرمجموعه فرهنگی-اجتماعی و دانشجویی زمینه‌های کارآفرینی و اشتغال‌پذیری را در دانشجویان تقویت کند. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش عبارت است از این پرسش که از چه راه‌هایی می‌توان صلاحیت‌های کارآفرینی را در دانشجویان پرورش داد؟

۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با حوزه آموزش کارآفرینی را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: پژوهش‌هایی که یافته‌های آنها نشان می‌دهد، برای توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی چه چیزهایی باید به دانشجویان آموزش داد، و دسته دوم پژوهش‌هایی هستند که منابع یادگیری و نحوه آموزش صلاحیت‌های کارآفرینی را نشان می‌دهند.

الف. پژوهش‌های دسته اول نظیر؛ حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶)، ادیب و مردان اربط (۱۳۹۳)، محمدی الیاسی و نوتاش (۱۳۹۰) و یداللهی فارسی و میرعرب‌رضی (۱۳۸۸) بر «چیستی» اشاره دارند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که برای تربیت افراد کارآفرین باید موضوعات و صلاحیت‌های متنوعی را به دانشجویان آموزش داد. حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) مهارت‌های کارآفرینی را به شش دسته دانش طرح کسب و کار، ارتباطات، آشنایی با قوانین و مقررات حقوقی و تجاری، برنامه‌ریزی، تیم‌سازی و بازاریابی. ادیب و مردان اربط (۱۳۹۳) با استفاده از پژوهش کیفی و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۶ نفر از کارآفرینان پنج زمینه آموزش کارآفرینی را مشخص کرده‌اند که شامل درک زمینه کارآفرینی، فهم اقتصادی، ویژگی‌های روان‌شناختی، فهم شرایط اجتماعی و تلقی از ماهیت کارآفرینی است. محمدی الیاسی و نوتاش (۱۳۹۰) نشان می‌دهند که دانش، تجربه و مهارت‌های کارآفرینی، درک چالش‌های بازاریابی و فروش، درک مسائل شراکت، انعطاف در روش و درک مالی از مواردی هستند که نبود آنها فرد کارآفرین را با شکست روبه‌رو می‌سازد. یداللهی فارسی و میرعرب‌رضی (۱۳۸۸) نشان می‌دهند که برای توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان علوم تربیتی آشنایی با واحد آموزش سازمان‌ها، نحوه تدوین طرح کسب و کار، معرفی شغل‌های مرتبط با رشته، آشنایی با قوانین کار، کسب مهارت‌های مالی و بازاریابی و آشنایی با مفاهیم خلاقیت و نوآوری ضرورت دارد. احمدی و فضائلی‌فر (۱۳۹۲) شاخص‌های

آموزش کارآفرینی در کتاب‌های درسی را از منظر روان‌شناختی به هفت بُعد توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، سخت‌کوشی، تحمل ابهام، خلاقیت، نوآوری و کنترل درونی دسته‌بندی کرده‌اند. ب. دسته دوم پژوهش‌ها به بررسی نحوه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرداخته است. فیچتر و تیمن (۲۰۱۸) در مصاحبه با ۴۱ نفر از دانشجویان «کارآفرین سبز» از چهار دانشگاه آلمانی و آمریکایی دریافتند که چهار عامل بسترهای محیطی، چهارچوب‌های سازمانی، اشخاص کلیدی و تعاملات بیرونی منابع مهمی برای یادگیری کارآفرینی به حساب می‌آیند. پرمند^۲ و همکاران (۲۰۱۶) با تهیه برنامه درسی کارآفرینی و ارائه آن به گروهی از دانشجویان، میزان تمایل آنها به خوداشتغالی و کارآفرینی را مورد بررسی قرار دارند و دریافتند که ارائه فرصت تبادل تجربه، تدارک فرصت‌های نوآورانه، استفاده از شیوه‌های انعطاف‌پذیر و ترغیب دانشجویان به جست‌وجوی منابع متنوع یادگیری و شرکت در موقعیت‌های متنوع ارزیابی عملکرد به بهبود وضعیت خوداشتغالی و درک شغلی آنها کمک می‌کند. آراستی و همکاران (۱۳۹۳) اثربخشی روش آموزش کارآفرینی به شیوه سخنران مهمان را با استفاده از شیوه شبه‌تجربی مطالعه و نشان می‌دهد که روش آموزش سخنران مهمان با تأثیرگذاری بر مطلوبیت شخصی، خودباوری و باور جمعی باعث ارتقای قصد کارآفرینی در دانشجویان می‌شود. محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی الگوی منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان نوپا» با استفاده از روش کیفی و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۲ نفر از کارآفرینان نوپا نشان داد که کارآفرینان از منابعی مانند تعاملات انسانی، فعالیت‌کاری، آموزش و انتشارات به شیوه جهان‌شمول استفاده می‌کنند ولی روش‌های یادگیری آنها از منابع مختلف ماهیت اقتضایی دارد و افراد به اقتضای موقعیت‌های کاری و تفاوت‌های شخصیتی از این روش‌ها در راستای استفاده از منابع بهره می‌گیرند. لاناپان و دوراج^۳ (۲۰۱۱) روش‌های آموزش کارآفرینی را بحث گروهی، نوشتن گزارش فردی، پروژه گروهی، دعوت از سخنرانی مهمان، ارائه سمینار، مشاهده و تحلیل فیلم و برگزاری مسابقه می‌دانند.

محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۱) از طریق مصاحبه با ۲۴ نفر و تشکیل گروه‌های کانونی نشان می‌دهند که مدرسان دانشگاهی برای پرورش مهارت‌های کارآفرینی باید (۱) خود به مهارت‌های کارآفرینی مسلط باشند؛ (۲) با شیوه‌های تدریس کارآفرینی آشنا باشند؛ (۳) با دانشجویان ارتباط اثربخش و منعطف داشته باشند؛ (۴) با ایجاد و اداره کسب‌وکار جدید آشنا باشند؛ و (۵) محیط کسب‌وکار نوپا را شناسایی و تحلیل کنند. کوراتکو^۴ (۲۰۰۵) منابع انتشاراتی، مشاهده مستقیم فعالیت کارآفرینان و گفت‌وگو با کارآفرینان را منابع مهم یادگیری کارآفرینی تلقی می‌کند که دسترسی به کتاب‌های تخصصی کارآفرینی، مجلات دانشگاهی، شرح حال کارآفرینان، گزیده‌های مربوط به کارآفرینان، اخبار، نشریات مرتبط با کسب‌وکارهای مخاطره‌دار، شرح کنفرانس‌ها، بازدید از مراکز کسب‌وکار، مصاحبه و پیمایش

1- Fichter & Tiemann

2- Premand

3- Lonappan and Devaraj

4- Kuratko

می‌تواند مواردی از این دست به حساب آید.

می‌توان گفت، کارآفرینی موضوع چندوجهی و بین‌رشته‌ای است که موضوعات آن در رشته‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، مدیریت، حقوق و حل مسئله مورد بحث قرار می‌گیرد. آموزش کارآفرینی از لحاظ حیطه‌های یادگیری، در حیطه مهارتی، نگرشی و سطوح بالای شناختی است و تعیین اهداف یادگیری و روش‌های آموزش آن موضوع پیچیده و دشواری است. برخی از پژوهش‌ها مانند جعفری‌مقدم و همکاران (۱۳۹۰)، صفری و سمیع‌زاده (۱۳۹۱) و موحدی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که دانشگاه‌های ایران در پرورش صلاحیت‌های کارآفرینی دانشجویان موفق نبوده‌اند. باتوجه‌به نتایج پژوهش‌های قبلی، می‌توان گفت عوامل متعددی در بهبود وضعیت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها دخیل است که برخی از آنها به زمینه‌ها و عوامل بیرون از نظام آموزشی مربوط می‌شوند و برخی دیگر با عوامل درون نظام آموزشی نظیر نحوه طراحی و اجرای برنامه‌های درسی کارآفرینی در ارتباط‌اند. در آموزش صلاحیت‌های کارآفرینی باید شیوه‌های اجرای آن متناسب با ماهیت آن و با استفاده از منابع و روش‌های خاص انجام گیرد. چنین نگاهی در پژوهش‌های قبلی برای بررسی وضعیت و روش‌های آموزش کارآفرینی به کار گرفته نشده است که در این پژوهش با نگاه کل‌نگرانه و بوم‌سازگانی تلاش می‌شود تا تمام ابعاد دخیل در توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی دانشجویان مد نظر قرار گیرد.

۳. روش

در این پژوهش از رویکرد کیفی و مصاحبه‌های جمعی استفاده شد. رویکرد کیفی از این لحاظ انتخاب شد که آموزش کارآفرینی بیشتر به درک مؤلفه‌های اجتماعی، بافتی و باورهای افراد بستگی دارد و دوم اینکه پژوهشگر با چرایی‌های متعددی نظیر چرا تحصیلکرده‌های دانشگاهی ما نمی‌توانند، کارآفرینی کنند، روبه‌روست. مصاحبه جمعی انواعی از مصاحبه‌ها مانند مصاحبه گروهی، روایت گروهی، مصاحبه گروه‌های متمرکز یا کانونی و بحث گروهی را شامل می‌شود (فلیک، ۱۳۹۴). در این پژوهش از دو جلسه مصاحبه گروهی و یک جلسه مصاحبه گروه‌های کانونی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان در دو جلسه مصاحبه گروهی، هفت نفر از افراد آشنا و دست‌اندرکار در آموزش کارآفرینی دانشگاه بودند که یک نفر متخصص تعلیم و تربیت و آشنا به حوزه آموزش کارآفرینی (خانم ۳۲ ساله با ده سال سابقه کار در انجمن‌های علمی، یک مقاله علمی پژوهشی در زمینه کارآفرینی)، یک نفر دانشجوی دکتری کارآفرینی و کارآفرین (مرد ۴۹ ساله، مسئول مرکز رشد و کارآفرینی دانشگاه و دارای پانزده سال سابقه در زمینه فعالیت‌های کارآفرینی)، یک نفر دارای تجربه بالا در زمینه ارتباط دانشگاه با صنعت و عضو هیأت‌علمی دانشگاه (مرد ۴۵ ساله، دارای یک جلد کتاب در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه)، یک عضو هیأت‌علمی دانشگاه (مرد ۴۰ ساله در رشته مدیریت، با چهار مقاله علمی پژوهشی در زمینه

کارآفرینی)، یک کارشناس باتجربه و علاقه‌مند از حوزه فوق‌برنامه و فرهنگی دانشگاه (خانم ۳۶ ساله، دارای شش سال سابقه کار با سازمان‌های مردم‌نهاد کارآفرین)، یک نفر عضو هیأت‌علمی دانشگاه (مرد ۴۱ ساله، با سه مقاله علمی در حوزه کارآفرینی) و یک نفر کارآفرین باتجربه از اعضای هیأت‌علمی دانشگاه (مرد ۴۵ ساله، صاحب شرکت دانش‌بنیان و کارآفرین موفق) بودند که با استفاده از منطق نمونه‌گیری هدفمند و به شیوه ملاک‌محور انتخاب شدند. ملاک و معیار انتخاب نمونه‌ها تجربه‌کاری، تحصیلی و فعالیت‌های علمی و پژوهشی در حوزه آموزش کارآفرینی بود که پس از بررسی‌های دقیق صورت گرفت. در جلسه اول مصاحبه گروهی، مسئله اصلی مطرح و ابعاد آن برای اعضا تشریح شد. این جلسه ۱۱۰ دقیقه به طول انجامید و بحث‌های متنوعی حول مسئله اصلی مطرح شد. جلسه دوم مصاحبه گروهی نیز با همین افراد و برای بسط راهکارهای ارائه‌شده انجام شد. در این جلسه بحث‌ها حول توسعه دامنه راهکارهای ارائه‌شده ادامه یافت و ۱۲۰ دقیقه به طول انجامید. قانون مصاحبه در این دو جلسه به این صورت بود که شرکت‌کنندگان حول این پرسش‌ها اظهارنظر و گفت‌وگو کنند: «با چه راه‌هایی می‌توان صلاحیت‌های کارآفرینی دانشجویان را پرورش داد؟»، «کدام بخش‌های دانشگاه باید در آموزش کارآفرینی مشارکت کنند؟»، «آیا آموزش کارآفرینی باید مانند سایر دروس صورت گیرد؟»، «کدام بخش‌های دانشگاه باید در آموزش کارآفرینی نقش اصلی را داشته باشد؟» و «کدام راه‌های عملی را می‌توان برای آموزش کارآفرینی در دانشگاه به کار گرفت؟»

جلسه سوم در قالب گروه‌های کانونی با ۱۶ نفر از اعضای هیأت‌علمی دانشگاه که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند و ملاک‌محور انتخاب شدند، تشکیل شد. در گروه‌های کانونی باید افراد شرکت‌کننده دارای ویژگی‌های مشترک و همگن باشند. در گروه‌های کانونی افراد نه‌تنها از طریق بیان خود، بلکه از تعامل با اعضای گروه نظرات خود را بازنمایی می‌کنند. این موقعیت به پژوهشگر کمک می‌کند که با صرف زمان کم داده‌های روشن، واضح، غیرتکراری و جدید را جمع‌آوری کند (فلیک، ۱۳۹۴).

در تشکیل و برگزاری جلسات گروه‌های کانونی باید هدف جلسه، روال و آیین جلسه و نحوه استفاده از اطلاعات به اطلاع شرکت‌کنندگان برسد. روش گروه کانونی آنگاه در پژوهش به کار می‌رود که به داده‌های کیفی تفضیلی درباره یک پدیده یا مسئله نیاز باشد (بازرگان، ۱۳۸۸). گروه کانونی با هدف تکمیل و گسترش اطلاعات حاصل از مراحل قبلی، به‌عنوان پیش‌مطالعه و مقدمه پژوهش پیمایشی، سه‌سوسازی^۱ و تولید داده‌های بافتی یا قطعات وصفی^۲ (موارد فرضی با جزئیات تفضیلی که شرکت‌کنندگان بر اساس آنها به جلسه دعوت می‌شوند تا محتمل‌ترین و عملیاتی‌ترین راه‌ها را ارائه کنند) به‌کار می‌روند (حسینی، ۱۳۹۴; Tong et al., 2007). در این پژوهش به‌منظور توسعه داده‌های

حاصل از مصاحبه‌های گروهی، تولید راه‌حل‌های محتمل و سه‌سوسازی داده‌ها از مصاحبه کانونی استفاده شده است.

در این جلسه پژوهشگر پس از بیان توضیحات کلی درباره آموزش کارآفرینی در دانشگاه و توضیح یافته‌های جلسه‌های مصاحبه گروهی، مسئله اصلی بحث را با این عنوان مطرح کرد: «با چه راه‌هایی می‌توان صلاحیت‌های کارآفرینی را در دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا توسعه داد؟». سپس دعوت‌شدگان به اظهار نظر درباره مسئله طرح شده پرداختند.

برای تحلیل داده‌های مصاحبه گروهی اول و دوم و مصاحبه کانونی از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل مضمون فرایند شناخت، تحلیل، تفسیر و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است که داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفضیلی تبدیل می‌کند. در این پژوهش داده‌های گروه کانونی با طی مراحل زیر تحلیل شد: (۱) رویارویی اولیه با داده‌ها: در این مرحله داده‌ها مکتوب و چندبار مطالعه شد و ایده‌های اولیه موجود در آنها ثبت شد. (۲) ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری: در این مرحله بخش مهم داده‌ها مشخص شد و چهارچوب کدگذاری تدوین و قالب مضامین تهیه شد. (۳) جست‌وجو و شناسایی مضامین: در این مرحله تلاش شد تا از کدهای تعیین شده مضامین استخراج و مطابقت داده شود و در عین حال بازبینی مستمر مضامین صورت گیرد. (۴) مضامین شناسایی شده مرتب شد. (۵) شبکه مضامین تحلیل شد و (۶) گزارش نهایی تحلیل داده‌ها تنظیم شد (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). در این پژوهش برای افزایش دقت و اعتبار یافته‌ها از روش بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان و سه‌سوسازی روشی استفاده شد. به این صورت که دو روز از جلسه اول و دوم نظرات و یافته‌های جمع‌بندی شده در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت تا مغایرت‌های احتمالی در یافته‌ها را اصلاح کنند. همچنین یک هفته بعد از جلسه گروه کانونی نظرات تحلیل و جمع‌بندی شد و سپس برای تمام اعضا ارسال شد و با اعمال نظرات اصلاحی آنها، تلاش شد بر دقت و اعتبار یافته‌ها افزوده شود. به علاوه، بخشی از کارکرد اجرای روش مصاحبه کانونی در این پژوهش در جهت سه‌سوسازی یا مثلث‌بندی یافته‌ها بود؛ به این شکل مطابقت یافته‌های مصاحبه کانونی می‌تواند صحت و دقت یافته‌های دو مصاحبه قبلی را تقویت کند.

۴. یافته‌ها

در جلسه اول بحث گروهی، گفت‌وگوها بین هفت شرکت‌کننده حول محور مسئله اصلی پژوهش، شروع شد. خلاصه و جمع‌بندی گفت‌وگوهای این جلسه در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نمونه کدها و مضامین مربوط به جلسه اول مصاحبه گروهی

افراد	مضامین	نمونه کدها
n1, n2, n5, n7	بهبود کیفیت آموزش	برگزاری منظم کلاس‌ها، ارزشیابی تکوینی، حضور به موقع استاد و دانشجو، کارگاه‌ها، تجهیز آزمایشگاه‌ها
n1, n2, n3, n4, n5, n6	استفاده از تجارب کارآفرینان	دعوت از کارآفرینان، تبادل تجربه‌ها، پرسش و پاسخ با دانشجویان، گفت‌وگو بین افراد کارآفرین
n2, n3, n4, n6, n7	برگزاری مسابقه‌های برانگیزاننده	برگزاری مسابقات نوآوری شغلی، آغازگری بهره‌برداري ^۱ ، جشنواره‌های شغلی عمومی و در قالب رشته تحصیلی
n3, n4, n5, n7	جدی گرفتن کارگاه‌ها و دوره‌های عملی	مهارت‌آموزی‌ها، استفاده از استادان مجرب برای درس‌های کارگاهی، توجه بیشتر به ارزیابی درس مهارتی و کارگاهی
n2, n5, n6	انتشار اخبار و اطلاعات کارآفرینی	انتشار مستمر اخبار کارآفرینی، انتشار اخبار به صورت چاپی، دیجیتالی / رقیمی و رادیویی در داخل دانشگاه،
n3, n5	جلب توجه همه دانشجویان به اهمیت موضوع	استفاده از فرصت‌های مختلف برای آگاهی‌بخشی به دانشجویان در مناسبت‌های مختلف مانند مراسم ورودی‌ها، مراسم و مناسبت‌های مذهبی و ملی و سایر برنامه‌های متنوع فرهنگی و ورزشی

پس از تحلیل داده‌های جلسه اول، افراد دو هفته بعد، دوباره به جلسه بعدی دعوت شدند. دو روز پیش از جلسه یافته‌های جلسه اول در اختیار مدعوین قرار گرفت تا به صورت تفضیلی درباره موارد حاصل تأمل کنند و اگر موارد دیگری هم مدنظر بود، به آن اضافه کنند. در زمان مقرر جلسه دوم تشکیل شد و تلاش شد تا حول محورهای تعیین شده در جلسه اول بحث‌ها شروع شود. گفت‌وگو ضبط و یادداشت‌برداری شد؛ کدها و مضامین حاصل از آنها در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: نمونه کدها و مضامین حاصل از جلسه دوم مصاحبه گروهی

افراد	مضامین	نمونه کدها
n1, n4,	بازنگری برنامه درسی	بازنگری درس‌های موجود، ایجاد درس‌های جدید، تأسیس رشته‌های تحصیلی جدید و راه‌اندازی رشته‌های جدید
n1, n2, n5, n7	بهبود کیفیت آموزش	ترغیب استادان به تدریس اثربخش، طراحی فعالیت‌ها و تکالیف کاربردی، تهیه طرح درس و اجرای ارزشیابی روا و پایا
n1, n2, n3, n4, n5, n6	استفاده از تجارب کارآفرینان	برگزاری نشست تبادل تجربه با دانشجویان کارآفرین، نشست با کارآفرینان ملی و استانی، جلسه پرسش و پاسخ با کارآفرینان، بیان روایت و خاطره‌ها
n2, n3, n4, n6, n7	برگزاری مسابقه‌های برانگیزاننده	برگزاری مسابقات ترغیب‌کننده کارآفرینی در قالب رویدادها، آغازگری بهره‌برداری، از ایده تا عمل و شکل‌های دیگر
n3, n4, n5, n7	جدی گرفتن کارگاه‌ها و دوره‌های عملی	تجهیز کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها، جدی گرفتن درس‌های عملی، کارورزی‌ها توسط استادان و دانشجویان
n2, n5, n6	انتشار اخبار و اطلاعات کارآفرینی	انتشار نشریه دانشجویی در حوزه کارآفرینی، انتشار اخبار کارآفرینی و اشتغال در یک گروه مجازی، تسهیل دسترسی به کتاب‌ها و نشریات حوزه کارآفرینی، انتشار روایت‌ها و خاطرات کارآفرینان به صورت کاغذی و مجازی
n3, n5	جلب توجه همه دانشجویان به اهمیت موضوع	مواجه کردن دانشجویان تازه‌وارد با موضوع کارآفرینی در قالب برگزاری جلسات معارفه، برنامه دوره‌می با موضوع کارآفرینی، طرح و پرداختن به کارآفرینی در جلسات و نشست مختلف دانشجویی
n1, n6, n3	برگزاری دوره‌های رسمی آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی	برگزاری دوره‌هایی مانند شیوه‌های ثبت ایده، تأسیس و راه‌اندازی شرکت، بازاریابی، قوانین و مقررات، امور مالی، کسب‌وکار
n4, n5, n7	اردوهای کارآفرینانه	برگزاری تورهای صنعتی، بازدید از کارخانه‌ها، صنایع و سازمان‌ها، بازدید از مراکز کسب‌وکارهای کوچک صنعتی، شهرک‌های صنعتی

پس از تحلیل و جمع‌بندی داده‌ها و شناسایی برخی روش‌ها، به‌منظور تکمیل داده‌های و توسعه تفصیلی آنها یک جلسه در قالب گروه کانونی با ۱۶ نفر اعضای هیأت علمی باتجربه و صاحب‌نظر در حوزه کارآفرینی برگزار شد. خلاصه‌ای از داده‌های این جلسه در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: نمونه کدها و مضامین حاصل از جلسه گروه کانونی

ردیف	نمونه کدها	مضامین	کد مشارکت کنندگان
۱	توسعه همکاری دانشگاه‌ها با سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، همکاری با مراکز جهاد دانشگاهی، همکاری با مراکز دانشگاه علمی-کاربردی و همکاری با سازمان جهاد کشاورزی	توسعه همکاری دانشگاه با مراکز مهارت‌آموزی و فنی و حرفه‌ای	n3, n6, n14
۲	آشنایی دانشجویان با مسائل، ظرفیت‌ها، منابع و ظرفیت‌های استان و کشور و تقویت تفکر مسئله‌شناسی در دانشجویان از طریق برنامه‌های فوق‌برنامه مانند روز مهندس، هفته پژوهش، مراسم‌های نکوداشت دانشمندان هسته‌ای، مراسم‌های مربوط به انقلاب اسلامی	تقویت تفکر مسئله‌شناسی، نیازسنجی و درک ظرفیت‌ها در دانشجویان	n2, n7, n10
۳	دعوت از نهادهایی مانند انجمن کارآفرینان و هیأت امنای کارآفرینان به دانشگاه و با آنها جلسه به‌طور مستمر	بسط تعامل با نهادهای مرتبط با کارآفرینی	n1, n15, n11, n12
۴	ایجاد نمایشگاه‌ها و غرفه‌هایی در دانشکده‌ها به مناسبت‌های مختلف مانند هفته پژوهش و فناوری و هفته اشتغال تا دانشجویان کارهای نوآورانه خود را به نمایش بگذارند، از دیگران ایده بگیرند و به بازدیدکنندگان ایده‌های کاری و شغلی بدهند.	برگزاری غرفه‌ها و نمایشگاه‌های کارآفرینی در داخل دانشگاه	n 3, n4, n8, n11
۵	دعوت از سازمان‌های دولتی، بخش خصوصی و صنایع برای طرح نیازهای خود با استادان و دانشجویان و درخواست راه‌حل	دعوت از کارفرمایان جهت تبادل اطلاعات و ایده‌ها با دانشجویان.	n4, n15
۶	بیان اهمیت شغل و کار در سلامت روان، ارائه مشاوره در زمینه راه‌اندازی و مدیریت شغل، مشاوره اقتصادی	ایجاد مراکز مشاوره شغلی فعال در دانشگاه	n6, n8, n9
۷	توجه ویژه به کارآفرینی در نظام انگیزشی مانند انتخاب استاد کارآفرین، استاد فنآور، اعطای امتیاز به فعالیت‌های کارآفرینی در ارتقای مرتبه و ترفیع سالانه	اعطای امتیاز به استادان کارآفرین	n8, n10
۸	برانگیختن استادان و دانشجویان به حل مسائل واقعی، پژوهش‌های بین‌رشته‌ای، انجام کارگروهی، اتخاذ سازوکار برای فعالیت‌های جمعی دانشجویان در انجام پایان‌نامه	ترغیب کارگروهی و بین‌رشته‌ای در بین استادان و دانشجویان	n1, n12, n13
۹	اعطای امتیاز تشویقی به دانشجویان کارآفرین نظیر امکان ادامه تحصیل، دریافت وام، حمایت دولتی و غیره	اعطای امتیاز به دانشجوی کارآفرین	n2, n8, n7

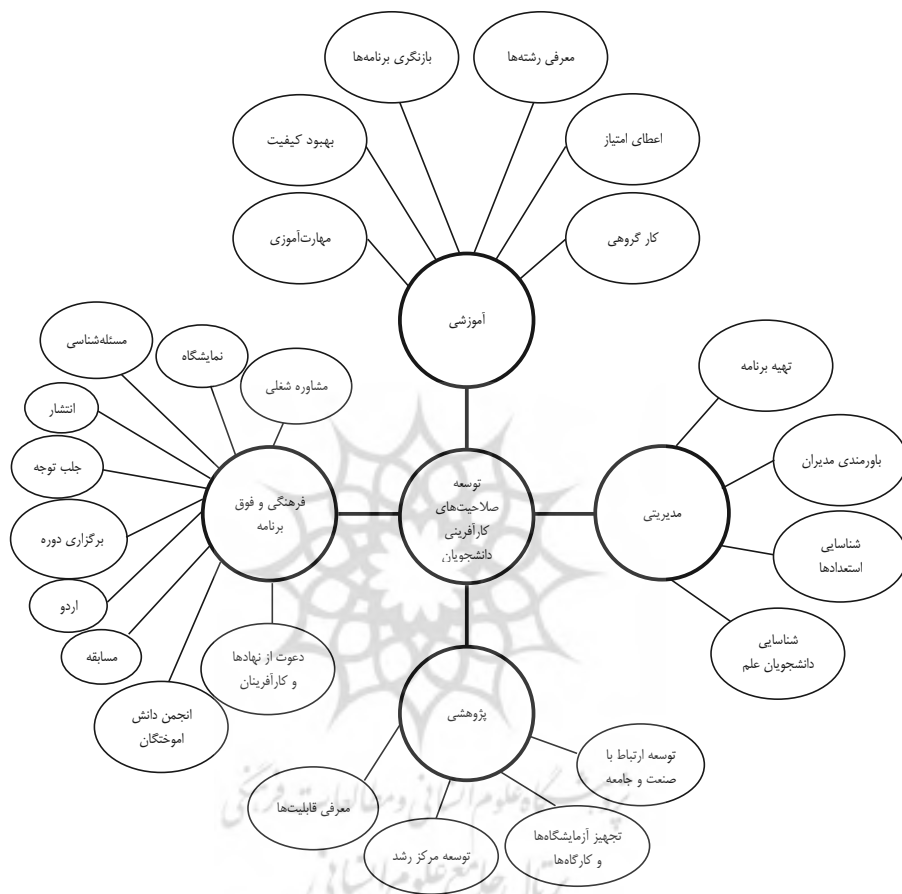
ادامه جدول ۳

کد مشارکت کنندگان	مضامین	نمونه کدها	ردیف
n3, n4, n13, n16	تقویت ارتباط استادان با مراکز و نهادهای بیرون از دانشگاه	فعال سازی دفتر ارتباط با صنعت، تسهیل و تقویت ارتباط استادان با صنایع و سازمان ها، پرهیز از اعمال مقررات بازدارنده روابط	۱۰
n5, n9, n14, n12	تقویت حلقه آموزش، پژوهش و کارآفرینی	تأکید بر ارتقای کیفیت آموزش، ارتقای کیفیت پژوهش و کمک به انتقال آنها به جامعه و صنعت، تقویت کیفیت تدریس، ارتقای کیفیت ارزشیابی آموزشی، انجام پژوهش های واقعی، تلاش برای حل مسائل سازمان ها، صنعت و جامعه	۱۱
n2, n7	معرفی قابلیت های دانشگاه به سازمان ها و جامعه	معرفی قابلیت های استادان، دانشجویان، آزمایشگاه ها و مراکز تحقیقاتی دانشگاه ها برای پاسخگویی به نیازهای جامعه، صنعت و سازمان ها	۱۲
n14, n16	توسعه مرکز رشد و کارآفرینی دانشگاه	ایجاد ساختار اداری و مدیریتی جدید و متناسب با نیازهای دانشگاه در مرکز رشد و تقویت منابع مالی و انسانی مورد نیاز	۱۳
n7, n10, n11	تعیین برنامه دانشگاه در حوزه کارآفرینی	تهیه برنامه درازمدت در حوزه کارآفرینی و تبدیل آن به برنامه های راهبردی و عملیاتی، سازماندهی و برنامه ریزی لازم برای اجرای برنامه های کارآفرینی و تخصیص بودجه برای این فعالیت ها	۱۴
n8	باورمندی مدیران در سطوح مختلف به آموزش کارآفرینی	باور قلبی به مبحث کارآفرینی در انتخاب مدیران دانشگاه از مدیر گروه تا معاونین دانشکده، رؤسای دانشکده ها، مدیران و معاونین دانشگاه، هماهنگی و همکاری بین مدیران در سطوح مختلف	۱۵
n3, n5, n10	ایجاد انجمن دانش آموختگان	تسهیل و تقویت ارتباط بین دانش آموختگان و دانشجویان از طریق ایجاد انجمن دانش آموختگان برای تشریح تجربه های کاری و کارآفرینی آنها با دانشجویان و نیز تسهیل زمینه همکاری و اشتغال دانشجویان جدید از این طریق	۱۶
n4, n6	ایجاد و تقویت مراکز استعدادیابی در کشور	راه اندازی مرکزی برای کشف و هدایت استعداد های کارآفرینی در دانشگاه و معرفی دانشجویان مستعد به مراکز و نهادهای مرتبط	۱۷
n8	معرفی رشته های دانشگاهی به داوطلبان	انتخاب آگاهانه رشته های دانشگاهی، اطلاعات لازم توسط گروه ها و دانشگاه به دانشجویان؛ سالانه چندبار برای دانش آموزان دبیرستانی طرح درهای باز دانشگاهی اجرا شود	۱۸
n3, n7	بازاندیشی در اعطای مجوزهای تولید و اشتغال، صادرات و چاپک سازی ساختارها	ارائه راهکار به نهادهای مرتبط با صدور مجوزهای کارآفرینی، تولید، اشتغال و صادرات	۱۹

ادامه جدول ۳

ردیف	نمونه کدها	مضامین	کد مشارکت کنندگان
۲۰	بازنگری درس‌های موجود، ایجاد درس‌های جدید، تأسیس رشته‌های تحصیلی جدید و راه‌اندازی رشته‌های جدید؛ فعال‌سازی شورای برنامه‌ریزی آموزشی دانشگاه	بازنگری مستمر برنامه‌های درسی	n2, n4
۲۱	ترغیب استادان به تدریس اثربخش، طراحی فعالیت‌ها و تکالیف کاربردی، تهیه طرح درس و اجرای ارزشیابی روا و پایا	بهبود کیفیت آموزش	n1, n2, n5, n7
۲۲	برگزاری نشست‌های هفتگی با دانشجویان کارآفرین، نشست با کارآفرینان ملی و استانی، جلسه پرسش و پاسخ با کارآفرینان، بیان روایت‌ها، انتقال تجربه و جلسه پرسش و پاسخ	استفاده از تجارب کارآفرینان	n1, n2, n3, n4, n5, n6
۲۳	برگزاری مستمر رویدادها، آغازگری بهره‌برداری، مسابقات از ایده تا عمل، مسابقات مختلف با ارائه جایزه	برگزاری مسابقه‌های برانگیزاننده	n2, n3, n4, n6, n7
۲۴	تجهیز کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها، جدی گرفتن درس‌ها عملی، داشتن برنامه منظم برای کارورزی‌ها	جدی گرفتن دروس کارگاهی و عملی	n3, n4, n5, n7
۲۵	انتشار نشریه دانشجویی در حوزه کارآفرینی، انتشار اخبار کارآفرینی و اشتغال در یک گروه مجازی، تسهیل دسترسی به کتاب‌ها و نشریات حوزه کارآفرینی، انتشار روایت‌ها و خاطرات کارآفرینان به صورت کاغذی و مجازی، انتشار صلاحیت‌های کارآفرینی و نشر آن در بین دانشجویان، راه‌اندازی رادیو اینترنتی برای انتشار مباحث کارآفرینی	انتشار اخبار و اطلاعات کارآفرینی	n2, n5, n6
۲۶	آگاهی بخشی به دانشجویان ورودی در زمینه شغل و کارآفرینی، مواجه کردن دانشجویان تازه‌وارد با موضوع کارآفرینی در قالب برگزاری جلسات معارفه، برنامه دوره‌های ورودی‌های جدید با موضوع کارآفرینی، طرح و پرداختن به کارآفرینی در جلسات و نشست‌های مختلف دانشجویی	جلب توجه دانشجویان به اهمیت موضوع کارآفرینی	n3, n5
۲۷	برگزاری دوره‌هایی مانند شیوه‌های ثبت ایده، تأسیس و راه‌اندازی شرکت، بازاریابی، قوانین و مقررات، امور مالی، کسب و کار	برگزاری دوره‌های رسمی آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی	n2, n4
۲۸	برگزاری تورهای صنعتی، بازدید از کارخانه‌ها، صنایع و سازمان‌ها، بازدید از مراکز کسب و کارهای کوچک صنعتی، شهرک‌های صنعتی، آموزش‌های کارآفرینی در حین سفر	اردوهای کارآفرینانه	n2, n12

باتوجه به کدها و مضامین ارائه شده، شبکه‌ای از مضامین که معرف روش‌های آموزش و توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان هستند، در نمودار ۱ ارائه شده است.



نمودار ۱: شبکه مضامین شیوه‌های توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان

باتوجه به نمودار ۱ که شبکه مضامین «شناسایی شیوه‌های توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان» را به نمایش می‌گذارد، توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی دانشجویان به‌عنوان مضمون فراگیر، شیوه‌های فرهنگی و فوق برنامه، آموزشی، پژوهشی و مدیریتی به‌عنوان مضامین سازمان‌دهنده و مواردی همچون دعوت از کارآفرینان، تشکیل انجمن دانش‌آموختگان، برگزاری مسابقات و جشنواره‌ها، اردوها و تورهای صنعتی، برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی، توسعه فعالیت‌های بین‌رشته‌ای، جدی گرفتن درس‌های عملی و کارگاهی، تجهیز آزمایشگاه‌ها، توسعه ارتباط با صنعت و مراکز آموزش فنی حرفه‌ای، باورمندی مدیران و تهیه برنامه‌های عملیاتی به‌عنوان مضامین پایه محسوب می‌شوند.

۵. بحث

یکی از رسالت‌های مهم دانشگاه‌های عصر حاضر، تربیت دانشجویان کارآفرین است. دانشگاه کارآفرین به دانشجویان خود یاد می‌دهد که با شناسایی نیازها و تشخیص مسائل، از منابع و امکانات به نحو بهینه برای حل آنها، ثروت‌آفرینی و خلق فرصت‌های جدید استفاده کنند. در این نسل از دانشگاه‌ها می‌توان از ارتباط تنگاتنگ بین آموزش، پژوهش و انتقال آموخته‌ها به دنیای واقعی و عمل سخن به میان آورد و کارآفرینی به معنای بی‌توجهی به آموزش یا پژوهش نیست؛ بلکه این سه، حلقه‌های یک زنجیره به حساب می‌آیند. لیکن برای کسب این شایستگی‌ها، دانشجویان باید یاد «چستی‌ها» را بگیرند؟ و مهم‌تر اینکه دانشگاه‌ها با چه شیوه‌هایی این صلاحیت‌ها را در دانشجویان پرورش دهند؟ برای درک بهتر چگونگی آموزش صلاحیت‌های کارآفرینی، شناسایی منابع و روش‌های یادگیری حائز اهمیت است. از این رو، هدف این پژوهش شناسایی شیوه‌های پرورش و ترویج صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان است. بر مبنای این هدف، یافته‌های این پژوهش را می‌توان در دو محور عمده مورد بحث قرار داد:

محور اول اینکه برای پرورش صلاحیت‌های کارآفرینی، شیوه‌های مختلفی باید به کار گرفته شود و بخش‌های مختلف دانشگاه به صورت همه‌جانبه به این موضوع بپردازند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، در حوزه فرهنگی و فوق‌برنامه می‌توان در قالب برنامه‌های غیررسمی نظیر برگزاری اردوهای صنعتی و بازدید از محل‌های کسب و کار، برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی و مشاغل جدید، فرصت‌های متنوعی برای یادگیری صلاحیت‌های کارآفرینی ایجاد کرد؛ و به اشکال مختلف توجه دانشجویان را از طریق برگزاری هم‌اندیشی‌ها، برگزاری برنامه‌های طنز و مصاحبه با افراد به اهمیت موضوع کارآفرینی جلب کرد؛ در مناسبت‌های مختلف مانند روز مهندس، جشن‌های انقلاب اسلامی و حتی اعیاد و مناسبت‌های مذهبی، فهم دانشجویان را در ارتباط با تشخیص مسائل و نیازهای کشور تعمیق بخشید؛ از کارآفرینان و نهاد‌های مرتبط با کارآفرینی برای بیان تجارب، ذکر روایت‌ها و پرسش و پاسخ به دانشگاه دعوت کرد و مسابقات برانگیزاننده مختلفی مانند مسابقات ایده‌های نوآورانه، آغازگری بهره‌برداری، رویدادها و جشنواره‌های مشاغل جدید را برگزار کرد. به علاوه در بخش‌های فرهنگی و فوق‌برنامه دانشگاه می‌توان اقداماتی برای تشکیل انجمن دانش‌آموختگان، ایجاد مرکز مشاوره شغلی و انتشار مطالب به صورت کاغذی یا مجازی در حوزه کارآفرینی به بسط فرصت‌های کارآفرینی در دانشجویان کمک کرد.

حوزه آموزشی دانشگاه نیز می‌تواند با ارتقای کیفیت دوره‌های آموزشی، جدی گرفتن درس‌های کارگاهی و مهارتی، بازنگری درس‌ها، رشته‌ها و تأسیس رشته‌های جدید و تقویت کار گروهی در بین استادان و دانشجویان در قالب فعالیت‌های بین‌رشته‌ای به پرورش صلاحیت‌های اشتغال‌پذیری و کارآفرینی دانشجویان کمک کند. همچنین در حوزه پژوهشی دانشگاه می‌توان با معرفی ظرفیت‌های

علمی و پژوهشی اعضای هیأت علمی، دانشجویان، گروه‌ها و دانشکده‌ها به سازمان‌های بیرون و جامعه، زمینه ارتباط مؤثر بین جامعه و دانشگاه را برقرار کرد و از این طریق با شناسایی مسائل گوناگون سازمان‌ها و شرکت‌ها زمینه شغل‌های جدید را برای دانشجویان فراهم کرد. در سطح مدیریت دانشگاه باید برنامه مشخصی برای تبدیل دانشگاه به دانشگاه کارآفرین تهیه و تنظیم شود و مدیران سطوح مختلف دانشگاه از مدیر گروه تا ریاست دانشگاه از بین کسانی انتخاب شوند که به آموزش کارآفرینی باور جدی داشته باشند. پژوهش محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که کارآفرینان نوپا از تعاملات انسانی، فعالیت‌های کاری و منابع انتشاراتی می‌توانند صلاحیت‌های کارآفرینی را کسب کنند. لاناپان و دوراج (۲۰۱۱) روش‌های بحث‌گروهی، نوشتن گزارش فردی، پروژه گروهی، دعوت از سخنران مهمان، ارائه سمینار، مشاهده و تحلیل فیلم و برگزاری مسابقه را از روش‌های مناسب برای آموزش کارآفرینی می‌دانند. آراستی و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان می‌دهند که دعوت از کارآفرینان به افزایش اعتماد به نفس مخاطبان و تمایل به کارآفرینی آنها کمک می‌کند. به علاوه کوراتکو (۲۰۰۵) انتشارات، مشاهده مستقیم فعالیت کارآفرینان و گفت‌وگو با کارآفرینان را سه منبع مهم یادگیری کارآفرینی تلقی می‌کند.

۶. پیشنهادها

باتوجه به یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می‌شود:

- دانشگاه‌ها برای توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی در دانشجویان برنامه نظام‌مند بلندمدت و میان‌مدت تهیه کنند و بر اساس آن برنامه‌های عملیاتی خود را نه صرفاً برای حمایت از کارآفرینان بلکه فراتر از آن به آموزش‌های کارآفرینی در همه دانشجویان بپردازند.
- آموزش کارآفرینی به یک محیط یکپارچه و بوم‌سازگانی نیاز دارد و از این‌رو دانشگاه‌ها باید همه بخش‌های مختلف خود را در آموزش کارآفرینی درگیر سازند و این آموزش‌ها را تنها به فعالیت‌های مراکز رشد و کارآفرینی محدود نکنند.
- یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، حال‌آنکه تغییر در رفتارهای کارآفرینانه نوعی تغییر نگرش و باور است؛ پس پرداختن به این موضوع در برنامه‌های غیررسمی، فوق برنامه و فرهنگی دانشگاه‌ها می‌تواند اثربخش‌تر باشد. از این‌رو، در حوزه فرهنگی و فوق برنامه دانشگاه‌ها به شکل‌های مختلف می‌توان به پرورش صلاحیت‌های کارآفرینانه دانشجویان کمک کرد.
- در حوزه آموزشی دانشگاه‌ها می‌توانند با ایجاد رشته‌های بین‌رشته‌ای، توسعه ارتباط بین مراکز صنعتی و دانشگاه، پیگیری جدی درس‌های کارورزی، ارتباط با سازمان‌ها و ارتقای کیفیت آموزشی به توسعه صلاحیت‌های کارآفرینی دانشجویان کمک کنند.
- در حوزه پژوهشی دانشگاه‌ها می‌توانند با تجهیز آزمایشگاه‌ها، توسعه ارتباط بین یافته‌های

- علمی و تولید فناوری، ایجاد مراکز مشاوره برای کارآفرینان و توجه ویژه به پژوهش‌های کاربردی به توسعه کارآفرینی در دانشجویان کمک کنند.
- به پژوهشگران بعدی پیشنهاد می‌شود، طرح‌های اجرا شده در زمینه توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها را از منظر آموزش کارآفرینی مورد بررسی قرار دهند و سپس میزان و نحوه مواجهه آن طرح‌ها با آموزش کارآفرینی را روشن سازند.
 - به پژوهشگران بعدی پیشنهاد می‌شود که تجارب دانشگاه‌های کشور در زمینه آموزش و پشتیبانی از کارآفرینی دانشجویان را مطالعه کنند.

۷. نتیجه‌گیری

صلاحیت‌های کارآفرینی در حیطه‌های عاطفی، مهارتی و سطوح بالای حیطه شناختی قرار می‌گیرند و از این حیث آموزش آنها باید غالباً به شکل غیرمستقیم و با روش‌های متنوع صورت گیرد. منابع گوناگونی نظیر منابع انسانی و تعاملات بین افراد، منابع انتشاراتی، روایت‌ها، فیلم‌ها، مشاهده عملکردها و مسابقه‌ها می‌تواند به بهبود یادگیری و کسب صلاحیت‌های کارآفرینانه کمک کند.

محور دوم اینکه پرورش صلاحیت‌های کارآفرینی بیشتر باید از طریق رویکرد تلفیقی و در قالب برنامه‌درسی رسمی، غیررسمی و فوق‌برنامه تدارک دیده شود که در آن سهم برنامه‌های درسی فوق‌برنامه و غیررسمی حائز اهمیت است. مرتضی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۶) با مطالعه شیوه‌های آموزش کارآفرینی در نظام آموزشی کشورهای مختلف نشان می‌دهند که کشورها عمدتاً از روش تلفیقی برای آموزش کارآفرینی استفاده می‌کنند. تجربه ایران نیز در آموزش شغل در سطح آموزش عمومی و آموزش عالی نیز بیانگر این موضوع است که پرداختن به مباحث کارآفرینی و شغلی در قالب درس مجزا اثربخش نیست. در سطح آموزش عمومی «طرح کاد» و «طرح کاشف» نمونه‌ای از طرح‌های آموزش شغلی هستند که چندان موفق نبوده‌اند و در شاخه‌های فنی و حرفه‌ای و کاردانش نیز درسی با عنوان کارآفرینی در قالب یک ماده درسی از سال ۱۳۸۵ ارائه می‌شد که به دلیل عدم اثربخشی کافی از سال ۱۳۹۵ از برنامه‌درسی این شاخه‌ها کنار گذاشته شد. در سطح آموزش عالی نیز تنها طرح مربوط به کارآفرینی «طرح کاراد» است که زیر نظر حوزه پژوهشی دانشگاه و عمدتاً در راستای ارائه تسهیلات و امکانات به دانشگاهیان کارآفرین فعالیت می‌کند؛ ولی راهبرد شایسته‌ای برای آموزش کارآفرینی به دانشجویان ارائه نمی‌کند. مرتضی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۶) نشان می‌دهند که آموزش کارآفرینی در اغلب کشورها به صورت تلفیقی، غیرمستقیم و از طریق برنامه‌های درسی غیررسمی و فوق‌برنامه به یادگیرندگان ارائه می‌شود. می‌توان گفت آموزش کارآفرینی به عنوان یک مسئله بین‌رشته‌ای، چندحیطه‌ای و چندبعدی است که نمی‌توان آن را با شیوه‌های تدریس مستقیم و در داخل کلاس آموزش داد. پرورش رفتار تمایل به کارآفرینی در دانشجویان به عنوان نوعی تغییر نگرش به کسب‌وکار، شغل و زندگی است. فرد کارآفرین

به تحلیل‌های شناختی پیچیده، باور عمیق و ورزیدگی بالایی نیاز دارد که این رفتارها را باید از طریق تعاملات پیچیده، انجام فعالیت‌های عمیق شناختی، شبیه‌سازی‌ها، شنیدن روایت‌های کارآفرینان موفق، مشاهده افراد کارآفرین در موقعیت واقعی و تعامل با برانگیزاننده‌های مختلف در دانشجویان پرورش داد. انجام این‌گونه فعالیت‌ها در دانشگاه نیازمند تعامل و همکاری در هم‌تنیده بین حوزه‌های آموزشی، پژوهشی، مدیریتی، فوق برنامه و فرهنگی است.

مراجع

- آراستی، زهرا؛ حیدری، هومان و مبارکی، محمدحسن (۱۳۹۳). ارزیابی اثربخشی روش آموزش کارآفرینی «سخران مهمان». *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۷(۳)، ۳۸۹-۴۰۶.
- ادیب، یوسف و مردان اربط، فاطمه (۱۳۹۳). پدیدارشناسی تجربیات و ادراکات کارآفرینان از پدیده کارآفرینی: یک مطالعه کیفی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۷(۳)، ۴۴۷-۴۶۷.
- احمدی، غلامعلی و فضائلی فر، زینب (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کتاب‌های آموزش حرفه و فن دوره راهنمایی بر اساس شاخص‌های کارآفرینی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۶(۱)، ۱۸۴-۱۶۵.
- احمدپور داریانی، محمود و عزیزی، محمد (۱۳۸۳). مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات وزارت آموزش و پرورش.
- بازرگان، عباس (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر روش تحقیق کیفی و آمیخته. تهران: دیدار.
- جعفری مقدم، سعید؛ زالی، محمدرضا و جلیل‌زاده، مریم (۱۳۹۰). عوامل بازدارنده قصد کارآفرینانه دانشجویان: مورد مطالعه دانشگاه تهران، *فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، ۲۵، ۵۱-۲۷.
- حسینی، مریم (۱۳۹۴). معرفی روش کانونی و کاربرد آن در تحقیقات. چاپ دوم، تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار سازمان صدا و سیما.
- حسینی‌نیا، غلامحسین؛ عطایی، پوریا و یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۶). ارزیابی مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی (مورد مطالعه: مراکز آموزش علمی- کاربردی مهارت). *فصلنامه آموزش مهندسی ایران*، ۷۳، ۴۴-۲۵.
- صفری، سعید و سمیع‌زاده، مهدی (۱۳۹۱). نیازسنجی آموزش دانش و مهارت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی، *فناوری آموزش*، ۱۳(۱)، ۷۹-۶۵.
- فرامزی‌نیا، زرغام؛ فرهادی‌راد، حمید و مهرعلیزاده، یداله (۱۳۹۵). تحلیل امکان پیاده‌سازی دانشگاه مدل کارآفرین در دانشگاه شهید چمران. *فصلنامه آموزش مهندسی ایران*، ۱۸(۱)، ۸۶-۶۵.
- فلیک، اوه (۱۳۹۴). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، چاپ چهارم. تهران: نی.
- محمدی الیاسی، قنبر؛ فراستخواه، مقصود و فرخ، شیمیا (۱۳۹۱). مهارت‌های استادان و مربیان کارآفرینی برای پرورش کارآفرینان نوپا در دانشگاه‌ها. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۳(۳)، ۲۰۱-۱۸۵.
- محمدی الیاسی، قنبر و نوتاش، هادی (۱۳۹۰). شناسایی ریشه‌های شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی: نگاهی روایتی گفتمانی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۴(۱)، ۳۱-۵۰.
- محمدی الیاسی، قنبر؛ ابیلی، خدایار و مثنوی، ندا (۱۳۹۲). شناسایی الگوی منابع روش‌های یادگیری کارآفرینان نوپا. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۶(۴)، ۷۵-۹۳.
- مرتضی‌نژاد، نیلوفر؛ عطاران، محمد؛ حسینی‌خواه، علی و عباسی، عفت (۱۳۹۶). بررسی عناصر طراحی برنامه درسی کارآفرینی بر اساس رویکرد تطبیقی. *فصلنامه مطالعات برنامه‌درسی*، ۱۱(۴)، ۸۰-۴۹.
- موحدی، رضا؛ حیدری تراک، خدیجه و سعدی، حشمت‌اله (۱۳۹۵). موقعیت برنامه‌درسی کارآفرینی در

- دانشکده کشاورزی دانشگاه‌های بوعلی سینا، رازی و کردستان. *فصلنامه مدیریت آموزش کشاورزی*، ۳۶(۴)، نویدی، احد و محمودی کهزیز، بهرام (۱۳۹۱). ضرورت و راه‌های توسعه مهارت‌های عمومی برای اشتغال‌پذیری در جامعه دانش‌محور. *فصلنامه تعلیم و تربیت*، ۲۸(۴)، ۳۶-۱۵.
- پدالهی فارسی، جهانگیر و میرعرب، رضا (۱۳۸۸). بررسی ارائه برنامه‌درسی آموزش کارآفرینی در رشته علوم تربیتی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۲(۱)، ۸۰-۶۱.
- Brush, C. G. (2014). Exploring the concept of an entrepreneurship education ecosystem. *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century* (pp. 25-39). Emerald Group Publishing Limited.
- Fichter, K. and Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5) 577-598.
- Lonappan, J. and Devaraj, K. (2011). Pedagogical innovations in teaching entrepreneurship. *Eight AIMS International Conference on Management*, January 1-4, 513-518.
- Morris, M. H. and Kuratko, D. F. (2014). Building university 21st century Entrepreneurship programs that empower and transform. *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century* (pp. 1-24). Emerald Group Publishing Limited.
- Neck, H. M. and Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Othman, N.; Hashim, N. and Ab Wahid, H. (2012). Readiness towards entrepreneurship education students and Malaysian universities. *Education + Training*. 54(89), 697-708.
- Peltonen, K. (2015) How can teachers' entrepreneurial competences be developed? A collaborative learning perspective. *Education + Training*, 57(5), 492-511. <https://doi.org/10.1108/ET-03-2014-0033>.
- Premand, P.; Brodmann, S.; Almeida, R.; Grun, R. and Barouni, M. (2016). Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. *World Development*, 77, 311-327.
- Stal, E.; Andreassi, T. and Fujino, A. (2016). The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(2), 89-98.
- Sánchez, B. V. and Sahuquillo, A. C. (2017). Entrepreneurial intention among engineering students: the role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*.
- Tong, A.; Sainsbury, P. and Craig, J. (2007). Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): A 32-item checklist for interviews and focus groups. *International Journal for Quality in Health Care*, 19(6), 349-357.
- Turker, D. and Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Welsh, D. H.; Tullar, W. L. and Nemati, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both?. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(3), 125-132.



◀ **فرهاد سراجی**، دانشیار برنامه‌درسی دانشگاه بوعلی سینا همدان است و مدرک دکترای خود را از دانشگاه خوارزمی دریافت کرد. حوزه علایق پژوهشی او یادگیری مجازی، آموزش کارآفرینی و ارزشیابی کیفیت‌آموزشی است