



Iranian Journal of Educational Society

Designing a Strategic Model of Entrepreneurial Competencies of Students of Guilan University of Applied Sciences

Majid Sabk Ara¹, Afsane Bagheri^{2*}, Arezoo Bagheri³, Parviz Saketi⁴

1. Phd Student of Entrepreneurship Department, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.
2. Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
3. Associate Professor of Applied Statistics, Department of Statistical Methods and Population Modeling, Country Population Research Institute, Tehran, Iran.
4. Assistant Professor, Department of Educational Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Shiraz University, Shiraz, Iran.

❖ **Corresponding Author Email:** af.bagheri@ut.ac.ir

Research Paper

Abstract

Receive: 2021/12/31
Accept: 2022/04/20
Published: 2023/01/23

Keywords:

Strategic model, Entrepreneurial Competencies, Applied Scientific Comprehensive University

Article Cite:

Sabk Ara M, Bagheri A, Bagheri A, Saketi P. (2021). Designing a Strategic Model of Entrepreneurial Competencies of Students of Guilan University of Applied Sciences, Iranian Association of Sociology of Education. 8(2): 47-56.

Purpose: The main purpose of this research was to design a strategic model for the development of entrepreneurship competencies of students of the University of Applied Sciences.

Methodology: The present study was applied in terms of the purpose and qualitative in terms of the research method employed. The research population included the academic experts of Gilan University of Applied Sciences in the academic year of 2020-21, 17 of whom were selected based on the theoretical saturation method and purposefully. The research tool was a semi-structured interview, which was used to validate the findings from the re-review strategy by the researcher and formal validity (university professors) and for reliability, the coding agreement coefficient of two coders was used, which was 0.89. For data analysis, coding using thematic analysis method was used in MAXQDA19 software.

Findings: The findings showed that 115 initial themes, 12 central themes and 3 optional themes were identified for the strategic model of developing students' entrepreneurial competencies; So that the chosen themes included passion strategy (venture capital, innovation and high growth), ability (competition, technology absorption, human capital and new opportunities) and orientation strategy (opportunity understanding, risk-taking, cultural support, networking and skill).

Conclusion: According to the results, it can be said that the planners of the university system, on the one hand, should motivate and encourage and remove financial and structural obstacles to increase and develop the entrepreneurial skills of students, and on the other hand, they should focus on empowering entrepreneurs and the cultural and social contexts of entrepreneurship.



<https://doi.org/10.22034/ijes.2021.541983.1184>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221445.1401.15.1.1.0>



Creative Commons: CC BY 4.0



انجمن جامعه شناسی آموزش و پرورش ایران

طراحی الگوی استراتژیک توسعه شایستگی های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی

استان گیلان

مجید سبک آرا^۱، افسانه باقری^{۲*}، آرزو باقری^۳، پرویز ساکتی^۴

۱. دانشجوی دکتری گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
۲. دانشیار گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۳. دانشیار آمار کاربردی، گروه روش های آماری و مدلسازی جمعیت، مؤسسه تحقیقات جمعیت کشور، تهران، ایران.
۴. استادیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناختی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

✦ ایمیل نویسنده مسئول: af.bagheri@ut.ac.ir

چکیده

مقاله تحقیقاتی

هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی الگوی استراتژیک توسعه شایستگی های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی بود.

دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۰

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۳۱

انتشار: ۱۴۰۱/۱۱/۰۳

انتشار: ۱۴۰۱/۱۱/۰۳

روش شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه اجرا کیفی بود. جامعه پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی دانشگاه علمی کاربردی استان گیلان در سال تحصیلی ۴۰-۱۳۹۹ بودند که تعداد ۱۷ نفر بر اساس روش اشباع نظری و به صورت هدفمند انتخاب شدند. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته بود که برای اعتبار یافته ها از استراتژی بازبینی مجدد توسط خود محقق و روایی صوری (اساتید دانشگاهی) و برای پایایی از ضریب توافق کدگذاری دو کدگذار استفاده شد که ۰/۸۹ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز کدگذاری به شیوه تحلیل مضمون در نرم افزار MAXQDA19 استفاده شد.

واژگان کلیدی:

الگوی استراتژیک، شایستگی های کارآفرینانه، دانشگاه جامع علمی کاربردی.

یافته ها: یافته ها نشان داد که برای الگوی استراتژیک توسعه شایستگی های کارآفرینی دانشجویان ۱۱۵ مضمون پایه، ۱۲ مضمون محوری و ۳ مضمون انتخابی شناسایی شد؛ به طوری که مضامین انتخابی شامل استراتژی اشتیاق (سرمایه ریسک پذیر، نوآوری و رشد بالا)، توانایی (رقابت، جذب فناوری، سرمایه انسانی و فرصت های نوپا) و استراتژی گرایش (درک فرصت، ریسک پذیری، پشتیبانی فرهنگی، شبکه سازی و مهارت) بودند.

استناد مقاله:

سبک آرا م باقری، باقری آ، ساکتی پ. (۱۴۰۰). طراحی الگوی استراتژیک توسعه شایستگی های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی استان گیلان، انجمن جامعه شناسی آموزش و پرورش ایران. ۸(۲): ۴۷-۵۶.

بحث و نتیجه گیری: با توجه به نتایج می توان گفت برنامه ریزان نظام دانشگاهی از یک سو برای افزایش و توسعه شایستگی های کارآفرینانه دانشجویان باید به انگیزش و تشویق و رفع موانع مالی و ساختاری بپردازند و از سوی دیگر، باید بر روی توانمندسازی کارآفرینان و زمینه های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی تمرکز کنند.



<https://doi.org/10.22034/ijes.2021.541983.1184>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221445.1401.15.1.1.0>



Creative Commons: CC BY 4.0

مقدمه

دانشگاه‌ها به‌عنوان مراکزی علمی که ماهیت آنان بر آموزش و توسعه دانش استوار است، همواره بر اساس مقتضیات و تحولات جوامع دچار تغییراتی می‌شوند. اگرچه این تحولات در همان چارچوب علمی آنان استوار است اما در قرن بیستم و یکم از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود فراتر از ایجاد آموزش و انتشار دانش گام نهند (El-Jardali, Ataya, & Fadlallah, 2018). در واقع امروزه پاسخگویی به نیازهای جامعه فراتر از کسب و آموزش دانش است و مولدگری موضوع بسیاری جدی است که بر دوش دانشگاه‌ها گذاشته شده است. از سویی دیگر دنیای امروزه، دنیای تغییرات، پیچیدگی‌ها و تلاطم‌های غیرقابل پیش بینی محیطی است و سرعت روزافزون هزاره سوم و تغییرات شدید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دنیای امروز، مستلزم هماهنگی دانشگاه‌ها با این تغییرات است (Al-Zubi, 2016). در همین راستا امروزه اولویت دانشگاه‌ها بر پرورش دانشجویانی با شایستگی‌های کارآفرینانه^۱ است. زیرا شایستگی و رسیدن به سطح قابل قبول آن ابتدا در دانشگاه از طریق آموزش و نگرش ایجاد می‌شود و کارآفرین شدن مستلزم توسعه شایستگی‌ها است (Ferrerias-Garcia & etal, 2021).

شایستگی ناظر بر مجموعه دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای افراد است که برای انجام موفقیت آمیز یک کار یا فعالیت خاص مورد نیاز هستند (Glackin & Phelan, 2020). یا شایستگی مجموعه‌ای اساسی از ویژگی‌های شخصی است که به عملکرد بالایی منجر می‌شود (Schneider & Albornoz, 2018). دو مکتب فکری در تعریف شایستگی وجود دارد. مکتب اول، شایستگی را متشکل از دانش و مهارت می‌داند و مکتب دوم مدعی است شایستگی یعنی ویژگی‌هایی که به بهبود عملکرد افراد کمک می‌کند. در رویکرد دوم، شایستگی مفهومی جامع‌تر دارد که شامل دانش، مهارت، انگیزه و ویژگی‌های شخصیتی است (Bagheri & etal, 2016). کارآفرینی نیز به عنوان رفتاری ارادی و برنامه‌ریزی شده، عاملی تأثیرگذار در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی در نظر گرفته می‌شود (Karimi & etal, 2016). شایستگی‌های کارآفرینانه نیز به ایده‌ها، فرصت‌ها، منابع شخصی (خود آگاهی، خود کارآمدی، انگیزه، استقامت) و مواد (ابزار تولید و منابع مالی) و در عمل بودن یک فرد که مرتبط با هم می‌باشد، شایستگی‌های کلیدی کارآفرینی گفته می‌شود (Anwari & etal, 2013). همچنین شایستگی‌های کارآفرینانه مجموعه خاصی از مهارت‌ها و نگرش‌های مثبت تعریف شده است (Movahedi & Jalilian, 2020). در تعاریف دیگری شایستگی کارآفرینانه دارا بودن ابتکار عمل، ریسک‌پذیری، توانایی متقاعدسازی و استقلال از ویژگی‌های شناخته شده شایستگی کارآفرینان ذکر شده است (Esubalew & Raghrama, 2020). به طور کلی، شایستگی‌های کارآفرینانه قابل یادگیری هستند و از طریق آموزش صحیح و درست می‌تواند بالاترین سود را برای فرد و یا سازمان ایجاد کند (Pepple & Enuoh, 2020). محققان دیگری شایستگی‌های کارآفرینانه را در هشت خوشه شایستگی رهبری گروهی، مهارت‌های ارتباطی، قابلیت اعتماد، مهارت‌های سازمانی و برنامه‌ریزی، مهارت‌های پایه‌ای کسب‌وکار، مهارت‌های حل مسأله، ویژگی‌های شخصی و خلاقیت تقسیم کرده‌اند (Ali Abadi & etal, 2016). توسعه استراتژیک نیز فرآیندهایی است که کلیه تصمیمات استراتژیک و مهم سازمان را شکل می‌دهد و از آن‌ها حمایت می‌کند. به عبارتی توسعه استراتژیک قابلیت‌هایی است که در هر مرحله تصمیمات راهبردی می‌تواند شکل گرفته و بر تصمیمات اثرگذار باشند (Dyson & etal, 2007). توسعه استراتژیک شایستگی‌های کارآفرینانه نیز مجموعه اهداف و تصمیمات سازمان‌ها برای افزایش شایستگی‌های حوزه کارآفرینانه است. به عبارتی دیگر، ارتقای توانمندی‌ها و شایستگی‌های کارکنان برای تحقق اهداف سازمان یکی از مهم‌ترین موضوعات سازمان‌ها در مواجهه با چالش‌های داخلی و بیرونی است (Savaneviciene & etal, 2008). توسعه استراتژیک شایستگی‌های کارآفرینانه گامی در جهت اطمینان از توانمندی‌های مهم کارکنان برای سازمان تلقی می‌شود. توسعه استراتژیک موجب می‌شود شایستگی‌های کارآفرینانه متناسب با شرایط بیرونی سازمان توسعه یابند (Norzailan & etal, 2016).

در مورد پیشینه موضوع مطالعاتی انجام شده است. اما بیشتر این مطالعات با رویکرد کمی انجام شدند و دانشگاه علمی و کاربردی مورد غفلت قرار گرفته است. (Aliabadi & etal (2017) در پژوهشی نتیجه گرفتند یکی از عناصر مهم حوزه شایستگی‌های کارآفرینانه، شایستگی‌های راهبردی است. (Ghlichlee & Makani (2016) در پژوهشی نتیجه گرفتند شایستگی‌های کارآفرینانه، نوآوری و عملکرد داشتن شایستگی‌های کارآفرینانه در نوآوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر معناداری دارد. (Bagheri (2015) در پژوهشی نتیجه گرفتند شایستگی‌های کارآفرینانه شامل شایستگی‌های شناسایی فرصت، ارتباطی، مفهومی، سازماندهی، راهبردی، تعهد، شایستگی‌های فردی و مدیریتی کسب و کار هستند. (Badasar & etal (2014) در پژوهشی نتیجه گرفتند هوش عاطفی و مؤلفه‌های آن شامل مهارت‌های درون‌فردی، مهارت‌های بین‌فردی، سازگاری، مدیریت استرس و خودانگیزی، حدود ۳۵ درصد از واریانس شایستگی‌های کارآفرینانه را تبیین می‌کنند. (Mitchelmore & Rowley (2014) در پژوهشی نتیجه گرفتند شایستگی‌های مهم کارآفرینانه به ترتیب درجه اهمیت عبارتند از: ۱- اشتیاق برای رسیدن به موفقیت؛ ۲- داشتن انگیزه، ۳- داشتن پشت‌کار، ۴- داشتن علاقه زیاد به

¹ Entrepreneurial competencies

کار، ۵- مهارت‌های بین فردی، ۶- مهارت‌های ارتباط کلامی، ۷- توانایی تشخیص فرصت، ۸- اعتماد به نفس، ۹- مدیریت مشتریان، و ۱۰- مدیریت بر خود. (Ahmad & etal (2010) نیز نتیجه گرفتند شایستگی کارآفرینی شامل شایستگی کارآفرینی (تعیین اهداف و چشم‌انداز قابل حصول، تدوین راهبرد و ارزیابی اثربخشی آنها)، شایستگی‌های مدیریت (برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری، تفویض اختیار، ساختار و الگوهای کنترل ارتباطات سازمانی موثر، خودآگاهی، اعتماد به نفس، مدیریت تعارض، تفکرات مثبت) و شایستگی وظیفه‌ای (توانایی به کار بردن، ابزارهای مربوط به کسب و کار، خبرگی در حوزه های مربوط به کسب و کار) است.

در بین مؤسسات آموزش عالی، دانشگاه جامع علمی کاربردی از معدود دانشگاه‌هایی است که با رویکردی متمایز از سایر مؤسسات آموزش عالی در حال فعالیت بوده و با دارا بودن شاخصه‌هایی از قبیل کاربردی بودن آموزش‌ها، در جستجوی شناخت نیازهای پنهان، تلفیق تئوری و عمل، ارتباط تنگاتنگ با صنعت و تقاضا محور بودن این دانشگاه را در زمره دانشگاه‌های نسل سوم یا کارآفرین قرار داده است. با این وجود، پژوهش‌های انجام شده کمتر بر دانشگاه علمی و کاربردی متمرکز بوده‌اند و این در حالی است که رسالت اصلی دانشگاه جامع علمی و کاربردی ناظر بر کارآفرینی است و از این نظر خلا پژوهشی احساس می‌شود. همچنین مطالعات انجام شده بیشتر به بررسی فرضیات پرداخته‌اند و مطالعات تلفیقی کمتر مورد نظر بوده است. نتایج پژوهش می‌تواند علاوه بر دانش‌افزایی بیشتر نسبت به موضوع، به عنوان سندی برای برنامه‌ریزی در حوزه کارآفرینی در دانشگاه جامع علمی کاربردی مورد استفاده برنامه‌ریزان و مدیران ارشد قرار گیرد. بر اساس مطالب ذکر شده، هدف اصلی پژوهش حاضر طراحی الگوی استراتژیک توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی استان گیلان است.

روش شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا کیفی بود. مشارکت‌کنندگان در پژوهش کلیه خبرگان دانشگاهی استان گیلان در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۴۰۰ بودند که تعداد ۱۷ بر اساس روش اشباع نظری نفر به عنوان حجم نمونه و با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. شیوه نمونه‌گیری به این شکل بود که افراد و خبرگانی انتخاب شدند که نسبت به موضوع مطلع بودند و از طریق جستجو آثار آنان و همچنین معرفی از سوی دیگران انتخاب شدند. برخی از ملاک‌های انتخاب‌شوندگان شامل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر و داشتن حداقل ۲ اثر در مورد کارآفرینی بود. ملاک خروج از پژوهش نیز از آنجایی که پژوهش ماهیتی غیر بالینی داشت، همراهی تا پایان مصاحبه و ارائه نظرات مشارکت‌کنندگان بود.

شیوه انجام پژوهش بر این اساس بود که ابتدا نمونه منتخب شناسایی و با آنان هماهنگی زمانی جهت انجام مصاحبه صورت گرفت. با توجه به مشغولیت خبرگان و از طرفی شیوع ویروس همه‌گیر کرونا هماهنگی‌ها چندین بار صورت گرفت. متن سوالات برای آشنایی خبرگان برای آنان ایمیل شد. همچنین جهت رعایت ملاحظات اخلاقی در نامه ضمیمه سوالات، هدف اصلی پژوهش و مورد استفاده آن برای مشارکت‌کنندگان تشریح شد و این اطمینان داده شد که نتایج کاملاً محرمانه است و حتی در صورت نیاز در پایان پژوهش برای آنان ارسال می‌شود. با توجه به روند مصاحبه‌ها و انتخاب موردهای جدید، سوالات به صورت جزئی‌تر و دقیق‌تر مطرح گردید. در زمان مصاحبه، صحبت‌های افراد با اجازه قبلی به صورت کامل ضبط و همچنین، نکات مهم، مبهم و یا نیازمند توضیح بیشتر، توسط پژوهشگر یادداشت گردید. این کار به لحاظ روانشناختی نیز، به تشویق مصاحبه‌شونده‌ها کمک می‌نمود. در طول مصاحبه دقت می‌شد که عقاید مصاحبه‌گر به شرکت‌کنندگان القا نشود تا بر نظرات آن‌ها تأثیر نگذارد.

ابزار پژوهش، مصاحبه با ۱۰ سوال کلی بود که محقق بر اساس پرسشنامه نیمه‌ساختاریافته قبل از انجام پژوهش و با مشارکت اساتید خبره تدارک دیده بود و در حین مصاحبه نیز سوالات جدید شکل گرفت و برخی موضوعات جدید شکل گرفت (جدول ۱). هر مصاحبه با توجه به توان سخنوری مصاحبه‌شونده بین ۳۰ تا ۶۵ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه‌ها با همکاری یک دستیار بر روی کاغذ پیاده‌سازی شد. پس از پیاده‌سازی، پاسخ‌ها از طریق ایمیل برای مصاحبه‌شونده‌ها فرستاده شدند تا صحت آن‌ها را تأیید کنند. برای اعتبار یافته‌ها از دیدگاه خود مشارکت‌کنندگان و همچنین ۳ نفر بیرون از پژوهش استفاده شد تا به بررسی اعتبار یافته‌ها بپردازند. لذا تمام مراحل مصاحبه و یادداشت‌ها و تحلیل در اختیار آنان گذاشته شد و در نهایت به برخی تغییرات و تعدیلات منجر شد. برای پایایی نیز از ضریب توافق کدگذاری استفاده شد. به همین منظور متن ۳ مصاحبه به شکل تصادفی انتخاب شد و محقق به همراه کدگذار مجرب دیگری کار کدگذاری را از اول انجام دادند و ضریب توافق ۰/۸۹ به دست آمد.

جدول ۱. سوالات مصاحبه (الگوی استراتژیک توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه)

ردیف	سوال
۱	عناصر مهم استراتژی توسعه شایستگی کارآفرینانه کدام‌اند؟
۲	از دیدگاه شما مهمترین مولفه‌های استراتژیک در سازمان‌های علمی کدام‌اند؟

۳	دیدگاه شما نسبت به شایستگی‌های کارآفرینانه چیست؟
۴	مولفه‌های مهم شایستگی کدام‌اند؟
۵	کارآفرینی چه نقشی در توسعه جامعه دارد؟
۶	تعریف شما از شایستگی‌های کارآفرینی و عناصر آن چیست؟
۷	چگونه می‌توان شایستگی‌های کارآفرینانه را ارتقا داد؟
۸	چگونه می‌توان شایستگی‌های کارآفرینانه را با یک مدل بومی طراحی کرد؟
۹	نقش توسعه استراتژیک در طراحی شایستگی‌های کارآفرینانه چیست؟
۱۰	دیدگاه شما نسبت به ارتقای شایستگی‌های کارآفرینی چگونه است؟

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز کدگذاری به شیوه تحلیل مضمون در نرم‌افزار MAXQDA^{۱۹} استفاده شد.

یافته‌ها

در جدول ۲، برخی از ویژگی‌های (جنسیت، تحصیلات، سنوات خدمت، نوع همکاری، رشته تحصیلی و تألیفات) مشارکت‌کنندگان در پژوهش ارائه شد.

جدول ۲. مهم‌ترین ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۱	۶۴/۷۰	۷	۴۱/۱۸
	زن	۶	۳۵/۳۰	۱۰	۵۸/۸۲
تحصیلات	ارشد	۲	۱۱/۷۶	۷	۴۱/۱۸
	دکتری	۱۵	۸۸/۲۳	۶	۳۵/۳۰
	تخصصی				
	۱۰ تا ۱۵	۴	۲۳/۵۲	۴	۲۳/۵۲
	۱۶ تا ۲۰	۴	۲۳/۵۲	۹	۵۲/۹۶
سنوات	۲۱ تا ۲۵	۶	۳۵/۳۰	۴	۲۳/۵۲
	بالتر از ۲۵	۳	۱۷/۶۶	۴	۲۳/۵۲

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد بیشتر شرکت‌کنندگان مرد ۶۴/۷۰ درصد و از نظر تحصیلات نیز مدرک دکتری ۸۸/۲۳ درصد بیشترین بود. همچنین سنوات خدمت ۲۱ تا ۲۵ سال ۳۵/۳۰ بیش از همه بود. از نظر نوع همکاری نیز اساتید موظف ۵۸/۸۲ درصد و از نظر تألیفات نیز مقالات با ۵۲/۹۶ درصد بیشترین بود. در جدول (۳) مراحل کدگذاری به شیوه تحلیل مضمون الگوی استراتژیک توسعه شایستگی کارآفرینانه ارائه شد.

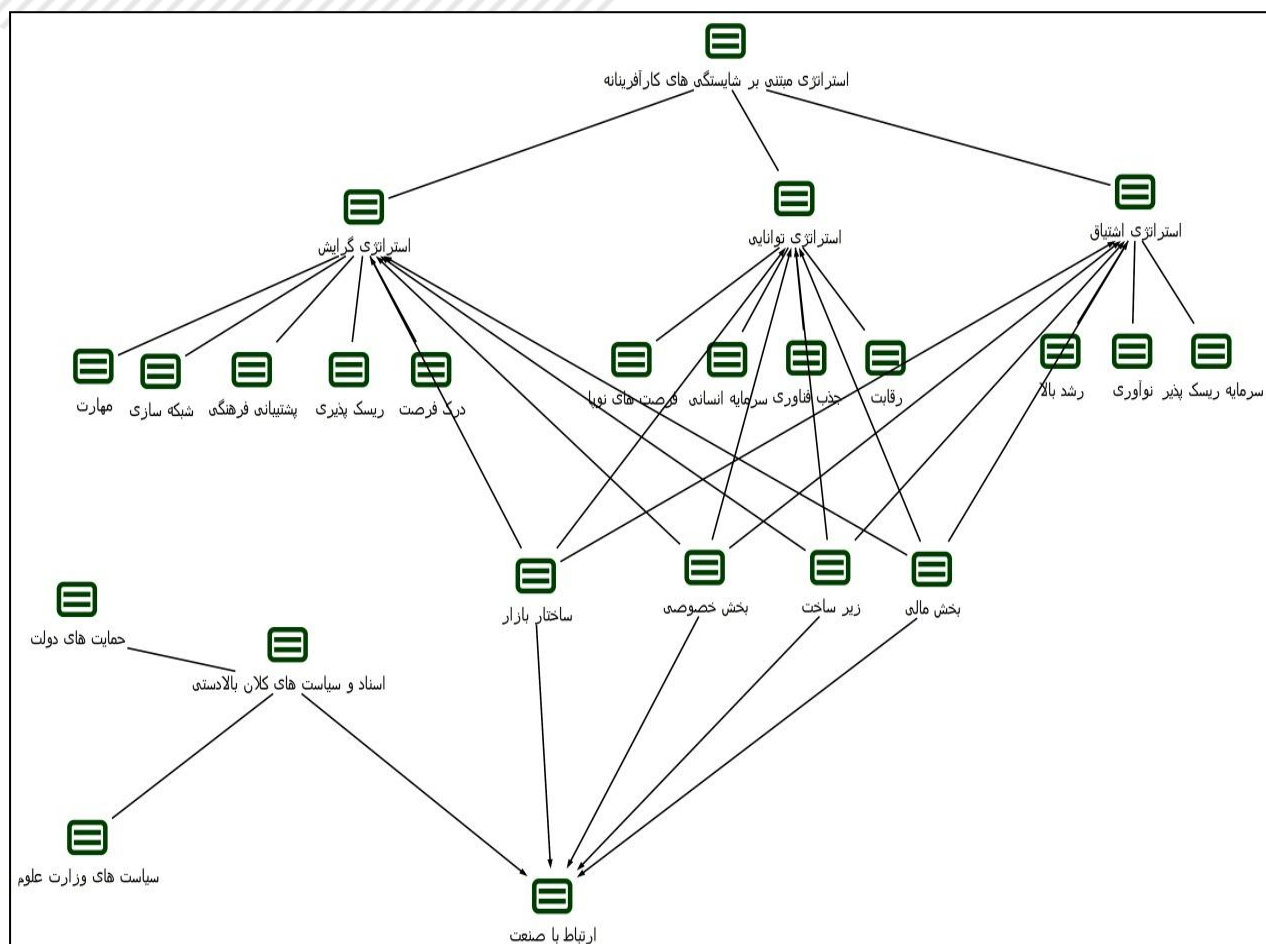
جدول ۳. فرایند تبدیل کدگذاری الگوی استراتژیک توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه

مضامین فرعی	مضامین محوری	مضامین انتخابی
ترسیم روشنی از چشم انداز آینده		
داشتن چشم انداز در تعالی سازمان‌ها بسیار مهم است		
ریسک سرمایه‌گذاری پایین	سرمایه ریسک پذیر	
فضای کسب و کار هم مساعد باشد		
سرمایه‌گذاری مناسب		
باید در سیستم آموزشی و شکل‌گیری خلاقیت‌ها اصلاح گردد. (تاکید بر هوش اجتماعی)		
پرورش افکار خلاقانه در دانشجویان		
عامل اصلی رشد جوامع را به سرمایه‌نیروی کار بلکه نوآوری کارآفرینی و خلاقیت می‌دانند		
فن آوری موجود نوآوری نموده و آن را ارتقا می‌دهند	نوآوری	
کارآفرینی و نوآوری می‌تواند فقر و فساد یک جامعه را از بین ببرد		استراتژی اشتیاق
ایجاد مراکز نوآوری را در سرلوحه کارمان قرار دادیم		
باید در سیستم آموزشی و شکل‌گیری خلاقیت‌ها اصلاح گردد. (تاکید بر هوش اجتماعی)		
تقویت کیفیت تولید		

رشد بالا	ارتقای حجم تولیدات
	رسیدن به درصد رشد بالقوه
	تحقق رشد بیش از نیاز
جذب فناوری	رشد صعودی مدام
	فناوری را تبدیل به تجارت کنند
	گام برداری به طرف تولید فناوری
رقابت	گپ تولید دانش فناوری و تجاری سازی در کشور ما هنوز یک گپ عمیقی است و خیلی فاصله داریم
	ایجاد محیط رقابتی
	محیط کاملا رقابتی و عملی
استراتژی توانایی	رقابت ها باعث می شود جامعه عناصر تخریبی زیادی داشته باشد
	رقابت های غیر منصفانه در جامعه وجود دارد
	ارتباط با صنعت و تجاری سازی فناوری های ایجاد شده
سرمایه انسانی	شناخت منابع انسانی و مالی
	صنایع از محیط و از وقت خود برای پرورش نیروی انسانی که در دانشگاه تحصیل می کند خرج کنند
	کشوری می تواند توسعه یابد که سیستم آموزشی آن انسانی را تربیت کند که نرمال، منظم، شاد و یک انسان با کیفیت باشد
توسعه انسانی	مأموریت آموزش این است که موجود را سالم نگه دارد (انسان کامل را که خدا خلق کرده است به درستی تربیت نماید)
	نیروی انسانی تعلیم دیده ما چقدر توانسته صنایع را به پیش ببرد
	هوش اجتماعی یعنی آموزش، توانایی زیستن انسانی
فرصت های نوپا	توسعه منابع انسانی
	در بخش ورودی شما می باید در جهت افزایش کمی و همزمان کیفی منابع یا سرمایه های فکری و انسانی برنامه ریزی نمایید
	در مقوله کارآفرینی نیاز به انسان های آکادمیک نداریم ولی نیاز داریم به انسانهایی که کارآفرین بودند، حتی اگر شکست خورده بودند
استراتژی گرایش	نیروی انسانی تعلیم دیده ما چقدر توانسته صنایع را به پیش ببرد
	هدف تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر
	ایجاد واحد کارآفرینی و اشتغال امری
درک فرصت	نوآفرین بازار های جدیدی را کشف نموده
	نوآفرین ها کسانی هستند که یا کالای جدیدی تولید یا اختراع می کنند
	ایجاد یک فرآیند جدید یا کالای جدید
استراتژی گرایش	خلق کسب و کارهای جدید
	دوره ها و رشته های جدید تحصیلی در سطح دنیا
	شغل جدید ایجاد نمایند
درک فرصت	ایجاد شغل های جدید
	ایجاد کسب و کارهای جدید
	برنامه درسی جدید
درک فرصت	رشته ها و گرایش های تحصیلی جدید
	اجازه فرصت اشتباه کردن
	استفاده بهینه از فرصت ها
درک فرصت	شناخت صحیح فرصت ها
	شناخت فرصت های کسب و کار
	شناساندن فرصت و درک محیطی که دانشجو در آن قرار دارد در اولویت است
درک فرصت	مفهوم تبدیل ایده به فرصت
	هم بهره برداری از فرصت
	از این فرصت ها استفاده نماییم
درک فرصت	از فرصت های شناسایی شده با اطلاعاتی که در مدت تحصیل در او افزایش پیدا کرده است استفاده می نماید
	از فرصت های موجود در صنایع و دستگاه های اجرایی استفاده نماید
	افراد از ورود به ایجاد یک فرصت یا شناسایی آنها یا استفاده از فرصت های شناسایی شده، غافل بشوند
درک فرصت	افراد دارای اطلاعات قبلی در حوزه مرتبط با آن فرصت باشند
	روساخت ها همه مطلوب اند ولی زیرساخت های ما ناقص و عیب دار اند

زیرساخت	زیرساخت‌های ما مشکل دارند
	ایجاد زیرساخت‌های لازم
	متأسفانه علیرغم وجود بسیاری از زیرساخت‌های لازم ولی هنوز به اهداف مورد نظر نرسیدیم
	بعضی از مراکز ما آن زیرساخت‌های کار واقعی را ندارند در مراکز ما زیرساخت‌ها و بستر مناسب کار فراهم نشده است
ساختار بازار	بازاریابی و فروش
	پیدا کردن مشکل در شبکه بازار
	تقابل با بازار و اجتماع رو می‌آموزند
	شاخص بازارپسندی
	شناخت بازار
	شناخت کافی از بازار
	متناسب بودن الگوهای کلان با وضعیت موجود بازار
	نیاز بازار کار را در بخش‌های مختلف تولید و خدمات برطرف نماید
	کارگاهی که در بازار هست با کارگاهی که خودمان تجهیز می‌کنیم فرق دارد
	توجه به نیاز سنجی آموزشی
پشتیبانی فرهنگی	نیاز سنجی و ایجاد خوشه‌های شغلی
	ترسیم روشنی از چشم انداز آینده
	بخشی از این فعالیت‌ها در زمینه افزایش شایستگی‌های کارآفرینی دانشجویان کار فرهنگی است
	برخی مسائل فرهنگی اقتصادی و شرایط حاکم بر جامعه می‌تواند تاثیرگذار باشد
	فرهنگ کارآفرینی در تقابل با فرهنگ مدرک‌گرایی
ما یک دانشگاهی می‌خواهیم که بر پایه آموزش پژوهش و فرهنگ باشد	
اختراعات آنها در همه حوزه‌ها (فرهنگی، سیاسی، تاریخی و اجتماعی) ثبت گردد	

یافته‌های جدول ۳، نشان داد که برای الگوی استراتژیک توسعه شایستگی‌های کارآفرینی دانشجویان ۱۱۵ مفهوم، ۱۲ مضمون محوری و ۳ مضمون انتخابی شناسایی شد. در شکل ۱، خروجی نرم‌افزار کیفی، مضامین اصلی و انتخابی الگوی استراتژیک توسعه شایستگی‌های کارآفرینی ارائه شد.



شکل ۱. الگوی استراتژیک توسعه شایستگی های کارآفرینانه

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی الگوی استراتژیک توسعه شایستگی های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی بود. یافته اول پژوهش یعنی استراتژی اشتیاق (با مؤلفه های سرمایه ریسک پذیر، نوآوری و رشد بالا) بود. این یافته با برخی نتایج مطالعات (Ghlichlee & Makani, 2016), (Bagheri (2015), (Mitchelmore & Rowley (2014) و (Ahmad & etal (2010) همسو است. در تبیین این یافته می توان گفت اشتیاق با مؤلفه های مختلف آن یکی از زمینه ها و عناصر اصلی شایستگی های کارآفرینانه است که از دیدگاه خبرگان مورد تأکید بود. اشتیاق موجب می شود از طرفی کارآفرینان جذب کارآفرینی شوند و از سویی دیگر، اشتیاق باید به صورت نهادی در درون دانشجویان نهادی شود تا کارآفرینان بعد از پایان تحصیلات با همان اشتیاق و کسب مهارت های مورد نیاز وارد بازار کار شوند. در نقطه مقابل نیز باید اشاره کرد استراتژی اشتیاق اولین اولویت استراتژیک دانشگاه ها و مراکز علمی می تواند باشد. زیرا به زعم بسیاری از صاحب نظران گرایشات و تمایلات اولیه افراد در جذب به کارآفرینی مهم است و تا این اولویت استراتژیک در دانشگاه ها مورد توجه قرار نگیرد، نمی توان به سطح بالاتری از شایستگی های کارآفرینانه دست پیدا کرد. لذا می توان نتیجه گرفت شایستگی های کارآفرینانه دانشجویان یکی از عناصر مهم کارآفرینی است که زمینه رشد مهارت های دیگر کارآفرینانه را فراهم می کند. همچنین می توان گفت نوآوری موضوعی مهم در زمینه کارآفرینی است. نوآوری موجب می شود دانشجویان میل و رغبت بیشتری به کارآفرینی پیدا کنند. زیرا نوآوری باعث می شود تولید محصولات با حداکثر کارایی و هزینه کم و متنوع خلق شوند. از سویی دیگر، نوآوری موجب رقابت با تولیدات مشابه می گردد و می تواند زمینه توسعه کسب و کار را فراهم کند. بنابراین، می توان نتیجه گرفت نوآوری نیز می تواند موجب رغبت و اشتیاق کارآفرینان شود و در نهایت به بهبودی و توسعه شایستگی های کارآفرینانه نیز کمک کند.

یافته دیگر، استراتژی توانایی (رقابت، جذب فناوری، سرمایه انسانی و فرصت های نوپا) بود. این یافته با برخی نتایج مطالعات (Ali Abadi & etal (2017), (Ghlichlee & Makani (2016), (Mitchelmore & Rowley (2014) همسو است. در تبیین این استراتژی باید گفت توانایی یعنی استفاده از ظرفیت

فردی افراد و پرورش قابلیت‌های کارآفرینانه افراد است. توانایی در موضوعات روان‌شناختی و اجتماعی می‌تواند شخصاً کارآفرین را شکل دهد. برخی از صاحب‌نظران معتقد هستند که شخصیت کارآفرینی یکی از عناصر مهم شایستگی‌های کارآفرینانه است که باید در آنان شکل بگیرد (Schneider & Albornoz, 2018). در واقع می‌توان گفت توانایی‌ها باید متناسب با ظرفیت‌های فردی در درجه نخست و سپس محیط تناسب داشته باشد. همچنین باید گفت توانایی به عنوان یکی از گرایش‌های اصلی الگوی شایستگی‌های کارآفرینانه نوعی توسعه استراتژیک است. زیرا با توجه به توانایی‌های مختلف افراد می‌توان قابلیت‌ها و شایستگی‌های آنان را توسعه و ارتقا داد و متناسب با شایستگی‌های مورد نیاز سازمان‌ها و جوامع آن‌ها را توسعه داد. رقابت نیز نوعی توانایی است که موجب می‌شود در فرایند کسب شایستگی‌ها توانایی‌های افراد ارتقا پیدا کند. لذا استراتژی نظام آموزش عالی باید ارتقای توانایی‌ها بر اساس رقابت در حوزه شایستگی‌ها باشد. در تبیین جذب فناوری نیز باید گفت، امروزه در همه عرصه‌های زندگی فناوری نقش تعیین‌کننده دارد. در حوزه استراتژی نظام آموزش عالی نیز باید این امر به نحو مطلوب صورت گیرد که بتوان فناوری‌های داخلی و بیرونی را در جهت توسعه پرورش شایستگی‌های کارآفرینانه به کار بست.

یافته دیگر، استراتژی گرایش (درک فرصت، ریسک‌پذیری، پشتیبانی فرهنگی، شبکه‌سازی و مهارت) بود. این یافته‌ها با برخی نتایج مطالعات Bagheri (2015)، (Mitchelmore & Rowley (2014) و Ahmad & etal (2010) تا حدودی همسو است. می‌توان گفت منابع انسانی مهم‌ترین و حساس‌ترین منبع سازمانی است که می‌تواند هم عامل موفقیت سازمان و هم شکست سازمان گردد. مدیران نمی‌توانند انتظار نتایج عالی از کارکنان خود داشته باشند، مگر این که از طریق آموزش مناسب زمینه‌ها و استراتژی‌های ایجاد چنین نتایجی را در کارکنان خود ایجاد نمایند. در این راستا، گرایش کارآفرینان یکی از عناصر مهم شایستگی‌های کارآفرینانه است. درک فرصت این امکان را می‌دهد تا کارآفرین با تحلیل عمیقی تری به موضوعات مرتبط با کارآفرینی بنگرد. درک کارآفرینی موجب می‌شود کارآفرینان اهمیت موقعیت و تغییرات شتاب‌گونه داخلی و بیرونی را درک کنند و این باور به عنوان گرایشی مهم در او شکل بگیرد. عنصر مهم دیگر این استراتژی، پشتیبانی‌های فرهنگی بود. در این باره می‌توان گفت فرهنگ رابطه نزدیکی با مقوله کارآفرینی دارد. در واقع کارآفرینی را می‌توان نوعی فرهنگ توسعه فردی تلقی کرد که افراد در این زمینه با تکیه بر توانایی‌های مختلف خود رشد می‌کنند. از سویی دیگر، فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید بر این امر تمرکز کند که کارآفرینی راهبردی برای توسعه همه جانبه در سطوح خرد تا کلان است و کارآفرینان نوعی گروه فرهنگی توسعه‌گرا هستند. این موجب می‌شود مقوله کارآفرینی از نظر جامعه مهم تلقی شود و توجه افراد و سازمان‌ها نسبت به اهمیت کارآفرینی بیشتر شود.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر باید به نوع جامعه مورد مطالعه اشاره کرد فقط شامل دیدگاه‌های اساتید دانشگاه علمی و کاربردی بود و دیدگاه‌های سایر خبرگان مورد مطالعه قرار نگرفته است. نوع مطالعه نیز کیفی بود که برای تعمیم نتایج باید احتیاط لازم را داشت. همچنین، شیوع ویروس کرونا موجب شد برخی از مصاحبه‌ها به شکل تلفنی انجام شوند که ممکن است همین موجب ارائه پاسخ‌های سطحی از سوی مشارکت‌کنندگان شده باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود محققان در آینده جهت ارائه الگوی کامل‌تر استراتژی توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه از عقاید و دیدگاه‌های متنوع‌تری استفاده کنند. همچنین محققان از رویکرد تلفیقی استفاده کنند تا بتوان از مزایای هر دو رویکرد بهره برد. در زمینه یافته اول پژوهش یعنی استراتژی اشتیاق پیشنهاد می‌شود: ۱- موانع انگیزشی کارآفرینی از جمله کمبود سرمایه، قوانین و مجوزهای اداری تسهیل شوند و از سویی دیگر، تسهیلات مادی و معنوی از کارآفرینان دانشجوی به عمل آید. ۲- در راستای یافته دوم پژوهش یعنی استراتژی توانایی پیشنهاد می‌شود بهترین ابزارهای مادی و انسانی از نخبگان سایر مراکز علمی کشور به کار گرفته شوند. همچنین توجه خاص به سرمایه انسانی کارآفرینی محور شود. ۳- بر اساس یافته سوم پژوهش یعنی استراتژی گرایش و فرهنگ‌سازی و پشتیبانی، ابتدا باید در نظام آموزش و پرورش با برجسته کردن دانشگاه علمی و کاربردی زمینه جذب دانش‌آموزان به این مراکز علمی و کاربردی را فراهم ساخت و در مرتبه بعدی در جامعه ارزش واقعی و نقش دانشگاه‌های علمی و کاربردی را از طریق رسانه‌ها پررنگ کرد.

تشکر و قدردانی

در نگارش مطالعه حاضر از منابع مالی هیچ سازمان و نهادی استفاده نشده است و بین نویسندگان تعارض منافع وجود ندارد. از همه اساتید محترم و کارکنان دانشگاه علمی و کاربردی و اساتید محترم راهنما و مشاور که مطالب و راهنمایی‌های ارزشمند خود را به محقق در سرتاسر پژوهش ارائه کردند صمیمانه قدردانی و تشکر می‌شود.

References

- Aliabadi V, Gholamrazai S. (2017). The role of entrepreneurial competencies to tendency for SMEs startup by the students of agricultural extension and education at Bu Ali Sina university, Iran. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 9(41): 41-52. (In Persian)
- Al-Zubi H. A. (2016). Strategic thinking competencies and their impact on strategic flexibility. *Journal of Current Research in Science*, 4(1): 35-40.
- Anwari M, Badlabadi H, Najafnejad B. (2013). Presentation of indigenou entrepreneurship model of Iran, national conference of entrepreneur university (knowledge-based industry), Babolsar, Mazandaran University. (In Persian)
- Badsar M, Rezaei R, Salahi Moghadam N. (2014). The Effect of emotional intelligence on students' entrepreneurship competencies in agricultural majors (case study: university of Zanjan). *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(3): 407-425. (In Persian)
- Bagheri A, Taghavi M, Abadi F, Arasti Z. (2015). Identifying entrepreneurial competencies focusing on entrepreneurs with physical and mobility disabilities. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(3): 473-492. (In Persian)
- El-Jardali F, Ataya N, Fadlallah R. (2018). Changing roles of universities in the era of SDGs: rising up to the global challenge through institutionalising partnerships with governments and communities. *Health Research Policy and Systems*, 16(1): 1-5.
- Esubalew A A, Raghurama A. (2020). The mediating effect of entrepreneurs competency on the relationship between bank finance and performance of micro, small, and medium enterprises. *European Research on Management and Business Economics*, 26(2): 87-95.
- Ferreras-Garcia R, Sales-Zaguirre J, Serradell-López E. (2021). Developing entrepreneurial competencies in higher education: a structural model approach. *Journal of Education+ Training*, 63(5): 720-743.
- Ghlichlee B, Makani A. (2016). The entrepreneurial competencies, innovation and performance of knowledge-base enterprises. *Journal of Strategic Management Studies*, 7(4): 89-106.
- Glackin C E, Phelan S. E. (2020). Improving entrepreneurial competencies in the classroom: an extension and in-study replication. *New England Journal of Entrepreneurship*, 23(2): 79-96.
- Kamari H, Nourian M, Soleimani N, Masudi Nadushan E. (2018). Designing strategic thinking model for applied academic aniversities. *Educational Administration Research*, 9(35): 41-60. (In Persian)
- Mitchelmore S, Rowley J. (2014). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1): 125-42.
- Movahedi R, Jalilian S. (2020). Entrepreneurial competencies of managers in hamedan's rural women cooperatives. *International Journal of Agricultural Management and Development*, 10(2): 175-188. (In Persian)
- Norzailan Z, Yusof S. M, Othman R. (2016). Developing strategic leadership competencies. *Journal of Advanced Management Science* 4(1): 66-71.
- Pepple G. J, Enuoh R. O. (2020). Entrepreneurial competencies: a required skill for business performance eurppean journal of business and innovation research, *Business and Innovation Research*, 8(3): 50-61.
- Savanevicienė A, Stukaitė D, Silingienė V. (2008). Development of strategic individual competences. *Engineering economics*, 58(3): 81-88.
- Schneider K, Albornoz C. (2018). Theoretical model of fundamental entrepreneurial competencies. *Science Journal of Education*, 6(1): 8-16.