

Strategic analysis of promoting entrepreneurship among students of Ilam University

Keyvan Mahvar¹, Homayoun Moradnejadi^{2*}, Nematolah Shiri³

¹ Department of entrepreneurship and rural development, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran.

² Department of entrepreneurship and rural development, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran Email: h.moradnejadi@ilam.ac.ir

³ Department of entrepreneurship and rural development, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran.

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Received: 18.01.2024
Revised: 26.05.2024
Accepted: 08.06.2024

Keywords:
Entrepreneurial activities
Business skills
Competitive strategy

ABSTRACT

Abstract: The available evidence shows that so far entrepreneurship training has not been included in the educational planning system of Ilam University. Purpose of this research was strategic analysis of promoting entrepreneurship among students of Ilam University. The studied population was faculty members, staff and entrepreneurship students at Ilam University, and 19 of these people were studied using the purposeful snowball sampling method. The data collection tool was in-depth and semi-structured interviews. In this research, SWOT technique and directed content analysis method have been applied to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats. To check the reliability of the findings, the analyses obtained from the data of notes, documents and interviews were provided to the participants in the research to confirm the alignment between the raw data and the results. The results show that "the existence of curricular units with the title of entrepreneurship and internship units in some fields" is the most important strength, "the weakness of investment in the field of promoting and teaching entrepreneurship and its infrastructure", the most important weakness is "the existence of an active border with Iraq for Export and import" is the most important opportunity and "insufficient funding by the government for the development of entrepreneurial activities of academics" is the most important threat. The findings of SWOT analysis showed that the total points of internal factors was 3.06 and 3.02, and the total points of external factors was 3.03 and 3.12. According to the obtained results, the strategies for promoting entrepreneurship among the students of Ilam University are closer to the competitive strategy. Therefore, in order to promote entrepreneurship among students, it is necessary to consider inviting entrepreneurs of each field as an educational approach, reducing administrative bureaucracies for setting up student businesses, and increasing the amount of financial resources available to the university in order to support students' entrepreneurial plans.

Cite this article: Mahvar, K., Moradnejadi, H., Shiri, N. 2024. Strategic analysis of promoting entrepreneurship among students of Ilam University. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 11 (3), 77-92.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2024.20832.1672

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

تحلیل راهبردی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام

کیوان ماهور^۱، همایون مرادنژادی^{۲*}، نعمت‌اله شیری^۳

^۱ گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

^۲ گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران، رایانامه: h.moradnezadi@ilam.ac.ir

^۳ گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله: شواهد موجود نشان دهنده این است که تاکنون آموزش‌های کارآفرینی وارد نظام برنامه‌ریزی آموزشی دانشگاه ایلام نشده است. این پژوهش با هدف تحلیل راهبردی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام انجام گرفته است. جامعه مورد مطالعه اعضای هیئت علمی، کارکنان و دانشجویان کارآفرینی در دانشگاه ایلام بودند که با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند گلوله برفی تعداد ۱۹ نفر از این افراد مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه و پرسشنامه بوده است. در این پژوهش از تکنیک SWOT و روش تحلیل محتوای جهت‌دار بهره گرفته شده است. برای بررسی پایایی یافته‌ها، تحلیل‌های به‌دست آمده از داده‌های یادداشت‌ها، اسناد و مصاحبه‌ها، در اختیار مشارکت‌کنندگان در پژوهش قرار گرفت تا همسویی بین داده‌های خام با نتایج تأیید شود. نتایج بیانگر آن است که «وجود واحدهای درسی با عنوان کارآفرینی و واحدهای کارورزی در برخی از رشته‌ها»؛ مهم‌ترین نقطه قوت، «ضعف سرمایه‌گذاری در حوزه ترویج و آموزش کارآفرینی و زیرساخت‌های آن»؛ مهم‌ترین نقطه ضعف، «وجود مرز فعال با کشور عراق برای صادرات و واردات»؛ مهم‌ترین فرصت و «تأمین ناکافی بودجه لازم توسط دولت برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهیان» مهم‌ترین تهدید می‌باشد. یافته‌های تحلیل SWOT نشان داد که مجموع امتیاز عوامل داخلی به ترتیب ۳/۰۶ و ۳/۰۲ و مجموع امتیاز عوامل خارجی به ترتیب ۳/۰۳ و ۳/۱۲ می‌باشد. با توجه به نتایج به‌دست آمده راهبردهای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام به راهبرد رقابتی نزدیک‌تر است. بنابراین برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان لازم است دعوت از کارآفرینان هر رشته به‌عنوان یک رویکرد آموزشی، کاهش بروکراسی‌های اداری برای راه‌اندازی کسب و کارهای دانشجویی و افزایش میزان منابع مالی قابل دسترس برای دانشگاه به منظور حمایت از طرح‌های کارآفرینانه دانشجویان، مورد توجه قرار گیرد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۸

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۹

واژه‌های کلیدی:

فعالیت‌های کارآفرینانه

مهارت‌های کسب و کار

راهبرد رقابتی

استناد: ماهور، کیوان؛ مرادنژادی، همایون؛ شیری، نعمت‌اله. (۱۴۰۳). تحلیل راهبردی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام.

مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۱(۳)، ۹۲-۷۷.

DOI: 10.22069/jead.2024.20832.1672

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان



مقدمه

در طول دهه‌های گذشته، توسعه پایدار در میان عوامل تصمیم‌گیری گسترده، توجه خاصی را به خود جلب کرده است. این عوامل تأکید می‌کنند که کامیابی مردم و جامعه به کمک رشد اقتصادی پایدار، مستمر و فراگیر همه کشورها و مناطق، امکان‌پذیر است و کارآفرینی نقش مهمی در این زمینه دارد (نعیمی مجد و همکاران، ۱۳۹۹). سال‌ها است که یکی از مسائل پیش روی کشور ما، دانش‌آموختگانی هستند که توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار مناسب را ندارند و عموماً به جای ایجاد فرصت‌های شغلی و کارآفرینی و مشارکت در توسعه ملی، به دنبال استخدام شدن هستند. از جمله راهکارهای مناسبی که اغلب کشورها جهت حل این مشکل مورد توجه قرار داده‌اند، ترویج کارآفرینی در دانشگاه‌ها بوده است (احمدی و همکاران ۱۳۸۸؛ حجازی، ۱۳۹۳). امروزه این پذیرش عمومی در جهان وجود دارد که دانش و مهارت‌های کارآفرینی را می‌توان از طریق آموزش در محیط ارتقا بخشید (Fischer, 2018) و آموزش نقش مهمی در فرایند توسعه کارآفرینی بازی می‌کند (Nowiński et al, 2019). انتظارات جدید از دانشگاه‌ها ایجاب می‌کند که دانشگاه‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور نقش محوری ایفا نمایند. تحقق این خواسته از طریق تحول دانشگاه سستی که وظیفه خود را تحقیق و تدریس می‌دانست به دانشگاه کارآفرین امکان‌پذیر است. دانشگاه‌ها و سایر نهادهای تولیدکننده دانش به‌عنوان نیروی محرکه رشد اقتصادی در آینده، نقش‌های بیش‌تر و مستقیم‌تری به‌عهده می‌گیرند (مکی آل‌آقا، ۱۳۸۶). در کشور ما، اغلب دانشگاه‌ها در نسل دوم دانشگاهی یعنی دانشگاه‌های پژوهش‌محور قرار دارند و فعالیت چندانی در راستای تجاری‌سازی یافته‌های پژوهش‌ها، تربیت افراد کارآفرین و

تبدیل شدن به نسل سوم دانشگاه‌ها ندارند. فعالیت‌های تجاری‌سازی دانشگاه‌های داخلی، اغلب در حد ایجاد پارک‌های علم و فناوری محدود شده است که خروجی چندانی به بازار کسب‌وکار ارائه نمی‌دهند (Salamzadeh et al., 2011). انتظار می‌رود که دانشگاه با تکیه بر رسالت اصلی خود، مسیر کاربردی نمودن و بهره‌برداری از توانمندی‌های ایجاد شده در دانش‌آموختگان را، با توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه هموار سازد (صالحی و مرادی پردنجانی، ۱۳۹۴). بهترین و مهم‌ترین گزینه برای ارتقای مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه این است که دانشگاه‌های متولی امر آموزش از رویکرد کارآفرینانه برخوردار باشند. بنابراین، می‌توان گفت که مؤسسات آموزشی با طراحی و اجرای برنامه‌های کارآفرینانه نقش اصلی در ترویج کارآفرینی دارند (شیری و همکاران، ۱۳۹۴). کارآفرینی موتور رشد و نماد اصلی نوآوری در دانشگاه است و به همین دلیل در سال‌های اخیر مبنای تئوریک آن در دانشگاه‌ها تقویت شده‌است (بخشی‌جهرمی و همکاران، ۱۴۰۲). برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم وجود مجموعه‌ای از عوامل ضروری است که مهم‌ترین آن‌ها شامل شرایط علی (از قبیل رهبری کارآفرینانه، استراتژی نوآورانه، بهبود کیفیت آموزش‌های کارآفرینی و توسعه سرمایه‌های انسانی)، شرایط زمینه‌ای (از قبیل عوامل فرهنگ کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف و توسعه شبکه روابط)، شرایط مداخله‌گر (از قبیل سیاست‌گذاری صحیح و توسعه زیرساخت‌ها)، اقدامات (از قبیل توسعه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه، توسعه آموزش و پژوهش در حوزه کارآفرینی، توسعه ارتباطات و تعاملات، توسعه زیرساخت‌ها و منابع و فرهنگی - اجتماعی) و پیامدها (از قبیل پیامدهای روان‌شناختی، پیامدهای آموزشی - علمی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای فرهنگی -

اجتماعی) می‌باشد (صبا و همکاران، ۱۴۰۲). بر اساس نتایج گزارش مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)، به نقل از امینی، (۱۳۹۶)، در استان ایلام نرخ بیکاری نیروی کار دانش‌آموختگان دانشگاهی حدود ۲۳ درصد است. از طرفی دیگر آموزش مهارت‌های کسب و کار و آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی استان، کم‌رنگ است. به نظر می‌رسد آموزش و ترویج کارآفرینی در دانشگاه ایلام به‌عنوان دانشگاه مادر استان یک ضرورت است. با در نظر گرفتن این موضوع که هر دانشگاهی زیست‌بوم ویژه خود را دارد، آموزش و ترویج کارآفرینی در هر دانشگاه، نیز نیازمند پژوهش‌های مرتبط با خود است. تاکنون نیز پژوهشی با رویکرد شناسایی راهبردهای مناسب ترویج کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاهی انجام نشده است. همچنین در پژوهش‌های پیشین کمتر از تحلیل سوات برای بررسی محیط خارجی و داخلی دانشگاه‌ها با هدف تدوین راهبردهای ترویج کارآفرینی استفاده کرده‌اند. این پژوهش به دنبال یافتن راهبردهایی مناسب برای گسترش فعالیت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

ترویج کارآفرینی تلاشی برای توسعه فرهنگ، اندیشه و اقدامات کارآفرینانه در جامعه است. در رهیافت‌های توسعه کارآفرینی، ایجاد فضای کارآفرینانه در جامعه یک هدف بلندمدت می‌باشد حال آنکه در کوتاه مدت، اهدافی نظیر افزایش انگیزه، توانمندی، مهارت و تمایل افراد برای راه اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه و افزایش حمایت‌های اجتماعی از کسب و کارهای مخاطره آمیز مدنظر قرار دارد. بدیهی است دستیابی به این اهداف نیازمند تغییر در نظام فرهنگی و ظرفیت‌های جوامع بوده و بر این اساس فعالیتی زمان‌بر و تلاش‌برانگیز است. در دنیای

کنونی نوآوری و کارآفرینی تنها موتور رقابت‌پذیر بلندمدت است که عنصری ضروری در افزایش کارایی عوامل تولید محسوب می‌شود. علاوه بر این، در حال حاضر نوآوری عامل بهبود بخش در اقتصاد دانشی مطرح شده است (پیروی، ۱۳۹۷). ترویج کارآفرینی را می‌توان تلاشی برای توسعه فرهنگ، اندیشه و اقدامات کارآفرینانه در بین افراد و گروه‌های مختلف جامعه دانست؛ به طوری که ایجاد فضای کارآفرینانه در جامعه را می‌توان هدفی بلند مدت برای برنامه‌های ترویج کارآفرینی به‌شمار آورد. در کوتاه مدت نیز به اهدافی نظیر افزایش انگیزه، توانمندی، مهارت و تمایل افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه و افزایش حمایت‌های اجتماعی از کسب‌وکارهای مخاطره‌پذیر نائل می‌شود. ترویج کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد دیدگاه‌ها، نگرش‌ها، نیات و رفتارهای قوی‌تری در افراد برای راه‌اندازی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود (شیری، ۱۳۹۵). با هدف توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، پژوهش‌گران زیادی، در پی شناسایی راهبردهای مناسب برای توسعه و ترویج کارآفرینی در دانشگاه‌ها بوده‌اند. در ادامه به تعدادی از پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع اشاره شده است. احمدی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی»، نتیجه گرفتند که آموزش‌های ارائه‌شده توسط آموزش‌گران و محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌باشند. پژوهش حجازی (۱۳۹۳) نشان داد که شناخت نقش مهم کارآفرینی و شرکت‌ها برای مبارزه با بیکاری، ارتباط جامعه‌ی دانشگاهی با تجارت و کسب‌وکار و همکاری فعال میان کارآفرینان جوان با کسب‌وکارهای اجتماعی از چالش‌های ترویج کارآفرینی هستند.

«نیازهای دانش‌آموزان در توسعه توانمندی‌های آموزش‌های کارآفرینانه» و کمترین میزان مربوط به متغیر «نقش معلمان در توسعه توانمندی‌های کارآفرینی» بوده است. طهماسب زاده شیخ‌لار و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان نقش تفکر انتقادی و روحیه کارآفرینی در پیش‌بینی فرسودگی و اهمال‌کاری تحصیلی دانشجویان فنی و مهندسی نتیجه گرفته‌اند که تفکر انتقادی و روحیه کارآفرینی بالاتر از حد متوسط بوده و میزان متغیرهای فرسودگی و اهمال‌کاری تحصیلی پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد پژوهش پرگو و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که سه عامل «رشد در تولید علم و دستاوردهای دانشگاهی»، «سرمایه‌ی اجتماعی» و «متدولوژی یادگیری و پیشرفت علم» به عنوان پیش‌رسان‌های راهبردی شکل‌دهنده آینده توسعه کارآفرینی در آموزش عالی در افق ۱۴۴۰ هستند. طیب‌نیا و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان واکاوی برنامه درسی کارآفرینی در مدارس با مطالعه تطبیقی مدارس ۹ کشور اروپایی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که در این کشورها هدف مدارس از اجرای برنامه درسی کارآفرینی، افزایش سطح دانش، مهارت و نگرش دانش‌آموزان نسبت به کارآفرینی است. قراگوزلو و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که خلاقیت و نوآوری، رهبری، تجربه کارآفرینانه و آموزش، از شرایط علی‌الگوی توسعه توانمندی کارآفرینی نسل جوان کشور هستند. پژوهش صوفی و دیلمی (۱۴۰۱) نشان داد که آموزش کارآفرینی و هنجارهای ذهنی به‌همراه خودکارآمدی دانشجویان از عوامل ضروری برای تحقق قصد کارآفرینی دانشجویان گردشگری است. پژوهش بخشی‌جهرمی و همکاران (۱۴۰۱) نشان داد که تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی، توسعه سرمایه‌گذاری، توسعه مکانیزم‌های مالی و توسعه مهارت‌های شغلی به عنوان

پژوهش باقری و کیانی (۱۳۹۵) نشان داد که مهارت‌های مالی و حسابداری، قابلیت راه‌اندازی کسب‌وکار، مهارت‌های مذاکره، کار تیمی و برنامه‌ریزی منظم به ترتیب بیش‌ترین ظرفیت را برای بهبود آموزش کارآفرینی دارند. شیری (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی» به این نتیجه رسیده است که عوامل انگیزشی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی، عوامل زمینه‌ای، ویژگی‌های روان‌شناختی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، در ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی کشور نقش دارند. آقایی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی نتیجه گرفتند که مأموریت دانشگاه، نظرات و نگرش اعضای هیئت‌علمی، سیستم پاداش و جبران فعالیت‌های کارآفرینی و روش‌های نوآورانه در تدریس از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی هستند. در پژوهش حسینی و همکاران (۱۳۹۷) نقش دولت، ساختار دانشگاه‌ها، شیوه‌ی آموزشی دانشگاه، تحقیق و تجاری‌سازی، ارتباطات بیرونی و زیرساخت مالی برای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی، به‌عنوان هفت بعد توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها شناسایی شدند. پژوهش توکلی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که آموزش این‌گرام می‌تواند تأثیر مطلوبی بر کارآفرینی و تصمیم‌گیری شغلی دانشجویان دختر داشته باشد. معتمدی‌نیا و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که، مولفه‌ی سرمایه‌انسانی بیش‌ترین اهمیت را در رشد اکوسیستم کارآفرینی در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی کشور دارد. احمدپور کریم‌آبادی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان ارائه مدل آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که بیش‌ترین میزان واریانس استخراج‌شده مربوط به متغیر

همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان داده‌اند که نتایج زیادی در مورد اهمیت آموزش کارآفرینی در آموزش بدست آمده است و بیشترین تاکید بر روشها، فنون، مدلها و راهبردهای مورد استفاده در آموزش کارآفرینی است. فینی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی گزارش کردند که مقررات و قوانین دانشگاه، تأثیر مثبت و معناداری بر آموزش کارآفرینی دارد. بررسی پیشینه پژوهش نشان داد که با وجود این که در داخل کشور پژوهش‌های زیادی در زمینه موضوع انجام گرفته است، اما تاکنون پژوهشی در زمینه شناسایی راهبردهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های استان ایلام انجام نگرفته است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ میزان نظارت و درجه کنترل متغیرها، میدانی به شمار می‌رود که به روش تحلیل سوات انجام شد. جامعه مورد مطالعه در پژوهش حاضر شامل اعضای هیات علمی، کارشناسان و کارآفرینان و دانشجویان فعال در حوزه کارآفرینی در دانشگاه ایلام بودند. گردآوری داده‌ها در بخش میدانی، با استفاده از مصاحبه، پرسشنامه و در روش اسنادی نیز از کتاب‌ها، مقاله‌های علمی، نشریات، پایان‌نامه‌های ارشد و دکتری استفاده شد. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری به شیوه گلوله برفی استفاده شده است. در این پژوهش ابتدا پرسشنامه عوامل داخلی شامل نقاط قوت (۷ گویه) و ضعف (۲۷ گویه) و عوامل خارجی شامل فرصت‌ها (۷ گویه) و تهدیدها (۱۹ گویه) تدوین شد. سپس مشارکت‌کنندگان در پژوهش براساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از یک تا پنج به هریک از عوامل داخلی و خارجی ارزش دادند. سپس با ضرب تعداد هریک از گزینه‌ها در ارزش هر گزینه در طیف لیکرت و جمع آن‌ها، ضریب اولیه هر عامل

شرایط علی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان هستند. زارع‌داویجانی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که چهار متغیر به ترتیب شامل توانمندی‌های فردی و شخصی و صلاحیت‌های دانش‌آموختگان، تقویت ارکان آموزشی مرتبط با توسعه کارآفرینی در دانشگاه، تقویت شرایط حمایتی دولت (تسهیلگری، حمایتی و تشویقی) و در نهایت مداخله‌گری در محیط‌های شش‌گانه بر کارآفرینی دانشگاهی تأثیر دارد. سعید و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که حمایت دانشگاه بر اهداف و نیات کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارد. فیضی و رستمی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان آسیب‌شناسی نظام آموزش مهارتی در هنرستان کشاورزی شهرستان سنندج و با بهره‌گیری از تکنیک سوات به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین نقاط ضعف (عدم رضایتمندی از مسئولان)، قوت (کیفیت تدریس هنرآموزان)، فرصت (موقعیت مناسب استان در بخش کشاورزی) و تهدید (مشکلات فرهنگی) بوده است. غریب و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان کنکاشی پیرامون همسویی نظام برنامه‌ریزی درسی هنرستان‌های کشاورزی ایران با آموزش‌های کارآفرینی، به این نتیجه رسیدند که برای همسو شدن نظام برنامه‌ریزی درسی هنرستان‌های کشاورزی ایران با آموزش کارآفرینی، لازم است مؤلفه‌های محتوی، هنرآموزان و روش‌های تدریس، مورد توجه قرار گیرند.

بریکشوا و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که کمبود مهارت‌های کارآفرینی، اثربخشی کارآفرینان بالقوه جوان و نرخ راه‌اندازی کسب‌وکارها ی نوپا را کاهش داده است. مارش و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی برای دانشجویان کسب و کار دانشجویان علوم و مهندسی مؤثر است. دی‌وسی و

به منظور تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از تحلیل محتوای جهت‌دار بهره گرفته شد.

یافته‌ها

پس از بررسی و بازخوانی و تحلیل محتوای متن‌های مصاحبه‌ها در مجموع در این مرحله ۴۸ مورد به‌عنوان عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و ۲۵ مورد به‌عنوان عوامل خارجی (فرصت و تهدید) به‌دست آمد.

محاسبه گردید. در گام بعدی میانگین وزنی هر عامل نسبت به کل ضریب اولیه محاسبه شد. به این صورت که ضریب اولیه هر عامل در ۱۰۰ ضرب و بر مجموع ضریب اولیه هر عامل تقسیم شد. عدد به‌دست آمده و ضریب ثانویه محاسبه گردید. در پایان نیز این گویه‌ها رتبه‌بندی و با ضرب هر رتبه در ضریب ثانویه ارزش هر عامل مشخص شد. با جمع ارزش‌ها و نمرات، ارزش نهایی هر یک از عوامل داخلی و خارجی محاسبه شد. در ادامه نیز برای تعیین راهبردهای مناسب ماتریس سوات تشکیل شد. در پژوهش حاضر

جدول ۱- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (قوت‌ها)

ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	قوت‌ها
۰/۹۶	۴	۰/۲۴	وجود واحدهای درسی با عنوان کارآفرینی و واحدهای کارورزی در برخی از رشته‌ها
۰/۸	۴	۰/۲	جوان بودن اعضای هیئت علمی دانشگاه ایلام
۰/۴۵	۳	۰/۱۵	بومی بودن اکثر اساتید و دانشجویان دانشگاه و شناخت پتانسیل‌های استان و منطقه
۰/۳۹	۳	۰/۱۳	نگاه مثبت و استقبال دانشگاه از برنامه‌های ترویج کارآفرینی
۰/۲۲	۲	۰/۱۱	استقبال دانشجویان از شرکت در دوره‌های آموزش و ترویج کارآفرینی
۰/۱	۱	۰/۱	وجود مراکز رشد، نوآوری، مهارت‌آموزی در دانشگاه ایلام
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	رشد کمی و تنوع برنامه‌های غیررسمی در حوزه ترویج کارآفرینی در دانشگاه ایلام
۳/۰۶		۱	جمع

یافته‌ها نشان داد که (جدول ۲) «ضعف سرمایه‌گذاری در حوزه ترویج و آموزش کارآفرینی و زیرساخت‌های آن»، «نبود فعالیت‌های پژوهشی تخصصی در رشته‌های مختلف در راستای ترویج کارآفرینی»، «عدم تناسب محتوای برنامه‌های درسی با شرایط و نیازهای جامعه» مهم‌ترین نقاط ضعف برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام تعیین شده‌اند.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۱ مشاهده می‌شود که «وجود واحدهای درسی با عنوان کارآفرینی و واحدهای کارورزی در برخی از رشته‌ها»، «جوان بودن اعضای هیئت علمی دانشگاه ایلام»، «بومی بودن اکثر اساتید و دانشجویان دانشگاه و شناخت دقیق داشتن از پتانسیل‌های استان و منطقه» مهم‌ترین نقاط قوت برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام تعیین شده‌اند.

جدول ۲- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (ضعف‌ها)

ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضعف‌ها
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	ضعف سرمایه‌گذاری در حوزه ترویج و آموزش کارآفرینی و زیرساخت‌های آن
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	نبود فعالیت‌های پژوهشی تخصصی در رشته‌های مختلف در راستای ترویج کارآفرینی
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	عدم تناسب محتوای برنامه‌های درسی با شرایط و نیازهای جامعه
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	تمرکز بر دانش نظری به‌جای مهارت‌های کاربردی و عدم جدیت در آموزش دروس عملی
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	کارآفرینانه نبودن قوانین آموزشی، ارزیابی دانشجویان
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	کارآفرینانه نبودن فرایند جذب و روش‌های آموزش و ارزیابی دانشجویان رشته کارآفرینی جهت الگوسازی
۰/۲	۴	۰/۰۵	ترجمه‌ای بودن منابع حوزه ترویج و آموزش کارآفرینی
۰/۲	۴	۰/۰۵	تولید منابع داخلی حوزه ترویج و آموزش کارآفرینی توسط محققان و اساتید دانشگاه که با واقعیات محیط کسب‌وکار فاصله دارند
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	نبود درس مجزای کارآفرینی در چارت درسی بسیاری از رشته‌ها و اختیاری بودن آن در رشته‌های دارای این درس
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	عدم آشنایی اکثریت اعضای هیئت‌علمی دانشگاه با مفاهیم کارآفرینی
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	عدم تناسب و توازن رشته‌ها و آموزش‌ها بر اساس آمایش استان ایلام
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	عدم استفاده از روش‌های متنوع و کاربردی آموزش و تدریس در دانشگاه
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	نبود برنامه‌ریزی بلندمدت و تبلیغات کافی و هدفمند برای دوره‌های غیررسمی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	تمرکز بر کمیته‌ها و گزارش کار محور بودن برنامه‌های غیررسمی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	نگاه کارآفرینانه نداشتن سازمان‌های دولتی متولی برگزاری برنامه‌های غیررسمی در دانشگاه
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	نبود حمایت‌های لازم بعد از برگزاری برنامه‌ها
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	انتخاب رشته غلط دانشجویان با عدم شناخت و آگاهی از محتوای دروس
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	محقق نشدن اهداف استمرار برنامه‌های غیررسمی به دلیل تغییر شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	عدم توجه به مراحل و مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی در برنامه‌های ارتباط با صنعت
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	کمبود نیروی انسانی با تخصص‌های مختلف در مرکز ارتباط با صنعت و جامعه دانشگاه
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	استفاده از اساتیدی با تخصص‌های غیر مرتبط در دوره‌های غیررسمی دانشگاه
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	توجیه نکردن شرکت‌کنندگان قبل از ورود به برنامه‌ها و تبدیل مشوق‌هایی مثل جایزه در برنامه‌های عمومی به هدف اصلی شرکت‌کنندگان
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	عدم توجه به پرورش خلاقیت و نوآوری دانشجویان
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	دل‌بستگی بیش‌ازحد دانشجویان به استخدام شدن
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	دیده نشدن نگاه کارآفرینانه به‌عنوان یک معیار در فرایند جذب هیئت‌علمی
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	کیفیت پایین ارتباطات رسمی و غیررسمی اساتید با دانشجویان
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	بی‌اثر بودن فعالیت‌های کارآفرینانه اساتید در تبدیل وضعیت‌ها و ارتقاء علمی آن‌ها
۳/۰۲		۱	جمع

تحلیل راهبردی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام / کیوان ماهور و همکاران

جدول ۳- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	فرصت‌ها
۰/۷۶	۴	۰/۱۹	ارتباطات بین گروهی و پیوندهای خویشاوندی قوی در بین مردم منطقه
۰/۶۸	۴	۰/۱۷	وجود جوامع عشایر و طوایف مختلف دارای ظرفیت‌های بهره‌برداری نشده
۰/۴۵	۳	۰/۱۵	بکر بودن بازار ایلام و فقدان و یا محدود بودن رقیب برای کسب‌وکارهای جدید
۰/۴۰۵	۳	۰/۱۳۵	وجود مرز فعال با کشور عراق برای صادرات و واردات
۰/۳۹	۳	۰/۱۳	کاهش ارزش پول ملی در مقایسه با کشور همسایه (عراق)
۰/۲۴	۲	۰/۱۲	رشد چشمگیر نرخ تحصیلات در بین جوانان ۱۹ تا ۳۹ سال استان ایلام
۰/۱۰۵	۱	۰/۱۰۵	حمایت وزارت علوم از برنامه‌های ترویج و توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان
۳/۰۳		۱	جمع

ظرفیت‌های بهره‌برداری نشده» و «بکر بودن بازار ایلام و فقدان و یا محدود بودن رقیب برای کسب‌وکارهای جدید» مهم‌ترین فرصت‌ها برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام تعیین شده‌اند.

از تحلیل نتایج ارائه‌شده در جدول ۳ مشخص گردید که فرصت‌های «ارتباطات بین گروهی و پیوندهای خویشاوندی قوی در بین مردم منطقه»، «وجود جوامع عشایر و طوایف مختلف دارای

جدول ۴- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها)

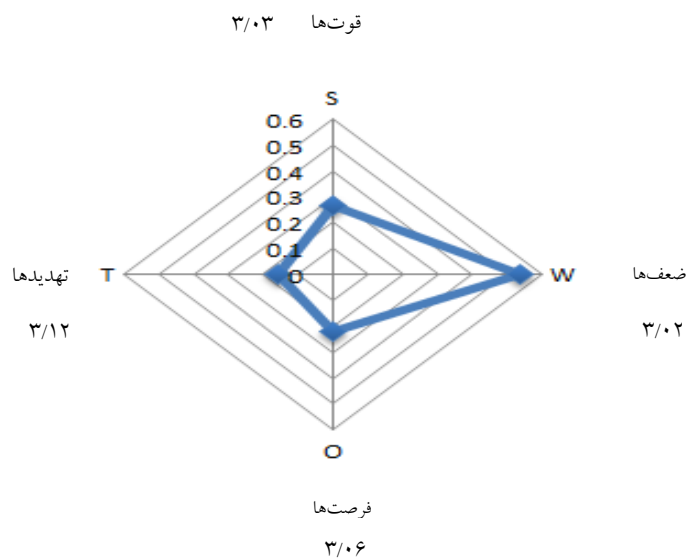
ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	تهدیدها
۰/۳۸	۴	۰/۰۹۵	عدم تأمین بودجه لازم توسط دولت برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهیان
۰/۳۴	۴	۰/۰۸۵	عدم توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه اساتید در دستورالعمل ارتقای اعضای هیات علمی
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	منابع محدود برای بازخورد گرفتن از آموزش کارآفرینی
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	استقلال نداشتن دانشگاهیان و کنترل مقامات دولتی
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	کارآفرینانه نبودن ساختارها و نهادهای دولتی مرتبط با دانشگاه
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	تفکر گزارش محور و زودبازده طلب مدیران سازمان‌های دولتی مرتبط با دانشگاه
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	عدم اعتقاد راسخ به توانمندی‌های دانشگاه در سازمان‌ها و نهادهای دیگر
۰/۱	۲	۰/۰۵	وجود محیط کسب‌وکار رانته در بدنه دولت
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	بروکراسی‌های اداری و موانع فراوان جهت راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در حوزه صنعت، خدمات و کشاورزی
۰/۱	۲	۰/۰۵	نبود دسترسی آسان و آزاد به اطلاعات مورد نیاز
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	وابستگی کامل آموزش و پژوهش به بودجه دولتی و کم‌توجهی به بخش خصوصی
۰/۱	۲	۰/۰۵	ترویج فرهنگ مدرک‌گرایی و استخدام‌گرایی توسط رسانه‌ها و تبدیل شدن این باورها به فرهنگ عمومی جامعه
۰/۲	۴	۰/۰۵	بالا بودن هزینه اولیه راه‌اندازی کسب‌وکار و عدم تناسب درآمدهای حاصل از آن با میزان سرمایه آورده
۰/۱	۲	۰/۰۵	کم‌جمعیت بودن استان و کوچک بودن بازار آن
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	نبود ثبات اقتصادی و نوسان قیمت نهاده‌ها و فرآورده‌ها در بخش‌های مختلف

ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	تهدیدها
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	وارداتی بودن نهاده‌ها و عدم دسترسی مستمر به آن‌ها به دلیل وضع تحریم‌ها در حوزه‌های مختلف
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	عدم وجود سبک زندگی و تفکر کارآفرینانه در بین مردم استان ایلام
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	استفاده نکردن از سرمایه‌گذاران بالقوه محلی برای ترویج کارآفرینی
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	فقدان برنامه‌ریزی و سیاست‌های مدون برای توسعه‌ی ترویج کارآفرینی
۳/۱۲		۱	جمع

ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام: با توجه به شکل تار عنکبوتی ۱ مشاهده می‌شود که نقاط ضعف، سپس نقاط قوت و فرصت‌ها بیشترین اهمیت را در تدوین راهبردها برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام دارند؛ بنابراین، در ادامه، به منظور تدوین راهبردهای مناسب ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام بر روی نقاط فوق بیشترین توجه منظور شده است.

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۱ مشخص گردید که تهدیدهای «عدم تأمین بودجه لازم توسط دولت برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهیان»، «عدم توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه اساتید در دستورالعمل ارتقای اعضای هیئت‌علمی» و «منابع محدود برای بازخورد گرفتن از آموزش کارآفرینی» مهم‌ترین تهدیدها برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام می‌باشند.

تعیین فضای راهبردی عوامل داخلی و خارجی



شکل ۱- تحلیل فضای راهبردی عوامل داخلی و خارجی

ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها است، راهبردهای مناسب برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام تعیین شدند. بر مبنای مطالب ذکر شده، مهم‌ترین

شناسایی راهبردهای مناسب ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام: در این مرحله با تشکیل ماتریس سوات که ترکیبی از نقاط قوت،

تحلیل راهبردی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام / کیوان مهور و همکاران

راهبردهای مورد نیاز برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام بر اساس عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) ارائه شده‌اند (جدول ۵).

جدول ۵- تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

برنامه‌ریزی	امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	عوامل	بلندمدت	میان مدت	کوتاه مدت
					*	*	*
	۰/۹۶	۴	۰/۲۴	S1= وجود و درسی با عنوان کارآفرینی و واحدهای کارورزی در برخی از رشته‌ها	*	*	
	۰/۸	۴	۰/۲	S2= جوان بودن اعضای هیئت علمی دانشگاه ایلام	*		*
	۰/۴۵	۳	۰/۱۵	S3= بومی بودن اکثر اساتید و دانشجویان دانشگاه و شناخت پتانسیل‌های استان و منطقه		*	*
	۰/۳۹	۳	۰/۱۳	S4= نگاه مثبت و استقبال دانشگاه از برنامه‌های ترویج کارآفرینی	*		*
	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	S5= استقبال دانشجویان از شرکت در دوره‌های آموزش و ترویج کارآفرینی			*
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	W1= ضعف سرمایه‌گذاری در حوزه ترویج و آموزش کارآفرینی و زیرساخت‌های آن		*	*
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	W2= نبود فعالیت‌های پژوهشی تخصصی در رشته‌های مختلف در راستای ترویج کارآفرینی		*	*
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	W3= عدم تناسب محتوای برنامه‌های درسی با شرایط و نیازهای جامعه		*	*
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	W4= تمرکز بر دانش نظری به جای مهارت‌های کاربردی و عدم جدیت در آموزش دروس عملی			*
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	W5= کارآفرینانه نبودن قوانین آموزشی، ارزیابی دانشجویان			*
	۰/۷۶	۴	۰/۱۹	O1= ارتباطات بین گروهی و پیوندهای خویشاوندی قوی در بین مردم منطقه	*		*
	۰/۶۸	۴	۰/۱۷	O2= وجود جوامع عشایر و طوایف مختلف دارای ظرفیت‌های بهره‌برداری نشده	*		*
	۰/۴۵	۳	۰/۱۵	O3= بکر بودن بازار ایلام و فقدان و یا محدود بودن رقیب برای کسب و کارهای جدید		*	*
	۰/۴۰۵	۳	۰/۱۳۵	O4= وجود مرز فعال با کشور عراق برای صادرات و واردات		*	*
	۰/۳۹	۳	۰/۱۳	O5= کاهش ارزش پول ملی در مقایسه با کشور همسایه (عراق)			*
	۰/۳۸	۴	۰/۰۹۵	T1= عدم تأمین بودجه لازم توسط دولت برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهیان		*	*
	۰/۳۴	۴	۰/۰۸۵	T2= عدم توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه اساتید در دستورالعمل ارتقای اعضای هیات علمی	*		*
	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	T3= منابع محدود برای بازخورد گرفتن از آموزش کارآفرینی	*		*
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	T4= استقلال نداشتن دانشگاهیان و کنترل مقامات دولتی	*		*
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	T5= کارآفرینانه نبودن ساختارها و نهادهای دولتی مرتبط با دانشگاه	*		*

راهبرد تدافعی (WT) به منظور ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام ارائه شده است.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۶ مشاهده می‌شود که پنج راهبرد تهاجمی (SO)، پنج راهبرد محافظه کارانه (WO)، پنج راهبرد رقابتی (ST) و پنج

جدول ۶- ارائه راهکارها بر مبنای نتایج هر یک از عوامل نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌ها

راهبردهای محافظه‌کارانه (WO)	راهبردهای تهاجمی (SO)
<p>WO1- تدوین قوانین و مقررات کارآفرینانه و در نظر گرفتن مشوق‌های ویژه مانند خط‌مشی‌های مالیاتی</p> <p>WO2- اصلاح محتواها، سرفصل‌ها و رشته‌های دانشگاهی در سطوح کلان سیاست‌گذاری وزارت علوم</p> <p>WO3- برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی و تخصصی برای اعضای هیئت‌علمی جهت ایجاد یا رشد نگاه کارآفرینانه در آن‌ها</p> <p>WO4- به‌روزرسانی محتواها توسط اعضای هیئت‌علمی و توجه به نیازهای روز جامعه</p> <p>WO5- افزودن درس کارآفرینی به کلیه رشته‌ها به‌عنوان درس اصلی</p>	<p>SO1- ایجاد دانشگاه کارآفرین در سطح ملی یا در مراکز استان‌ها برای الگوسازی</p> <p>SO2- اطلاع‌رسانی و ارائه آموزش و مشاوره به جوانان در رسانه‌های عمومی و منطقه‌ای</p> <p>SO3- ایجاد مشوق‌های مالی و طرح‌های مشارکتی در سازمان‌های دولتی جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای مرتبط با رشته‌های تحصیلی موجود در دانشگاه ایلام</p> <p>SO4- اطلاع‌رسانی علمی و فنی مانند معرفی پتانسیل‌های استان، مراحل و مراکز ثبت مجوزها</p> <p>SO5- نیازسنجی واقعی در بازار و بررسی ظرفیت‌های دانشگاه و اتصال این دو به هم</p>
راهبردهای تدافعی (WT)	راهبردهای رقابتی (ST)
<p>WT1- راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در دانشگاه</p> <p>WT2- اصلاح الگوهای نقش و نظام پاداش‌دهی دانشگاه به‌گونه‌ای که فعالیت‌های کارآفرینانه از الزامات ارتقاء و تبدیل وضعیت اعضای هیئت‌علمی باشد.</p> <p>WT3- الزامی کردن ارائه درس کارآفرینی در رشته‌هایی که این درس را دارند.</p> <p>WT4- اصلاح سرفصل‌ها و جایگزینی دروس با کارآفرینی در رشته‌های مختلف.</p> <p>WT5- ایجاد حلقه ارتباط با صنعت و جامعه در گروه‌های مختلف توسط اعضای هیئت‌علمی آن رشته</p>	<p>ST1- کاهش بروکراسی‌های اداری در مسیر راه‌اندازی کسب‌وکارها.</p> <p>ST2- افزایش میزان منابع مالی قابل‌دسترس برای دانشگاه به‌منظور حمایت از طرح‌های کارآفرینانه و دانشجویان کارآفرین</p> <p>ST3- دعوت از کارآفرینان هر رشته به‌عنوان یک رویکرد ثابت و برقراری ارتباط میان دانشجویان و فعالان بازار هر یک از رشته‌های تحصیلی موجود در دانشگاه ایلام</p> <p>ST4- استفاده از شیوه‌های مبتنی بر کارآفرینی در ساخت‌وسازهای توسعه‌ای جدید و فضاسازی اماکن موجود دانشگاه</p> <p>ST5- خود دانشگاه با اعضای هیئت‌علمی شرکت دانش‌بنیان وابسته به خود راه‌اندازی کند</p>

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

که هر دانشگاهی زیست‌بوم ویژه خود را دارد، آموزش و ترویج کارآفرینی در هر دانشگاه، نیازمند پژوهش‌های مرتبط با خود است. در پژوهش‌های پیشین مرتبط با موضوع آموزش و ترویج کارآفرینی در دانشگاه‌ها، کمتر از تحلیل سوات استفاده کرده‌اند. این پژوهش با بهره‌گیری از تکنیک سوات، و بررسی محیط خارجی و داخلی دانشگاه ایلام، تلاش کرده است، پیشنهادهای کاربردی متناسب با آموزش و ترویج کارآفرینی را ارائه دهد. یافته‌های تحلیل SWOT نشان داد که راهبردهای ترویج کارآفرینی در

اگر نتوان گفت که دیر شده است، زمان آن فرارسیده است که دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در ایران همسو با مراکز علمی دنیا، در راستای دانشگاه‌های نسل سوم و چهارم گام بردارند و حرکت خود در این مسیر را شتاب بخشند. به‌نظر می‌رسد برنامه‌ریزی برای این کار نیازمند پژوهش و تصمیم‌های هوشمندانه است. بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون پژوهش‌های زیادی در این زمینه انجام شده است، اما با در نظر گرفتن این موضوع

به نظر می‌رسد. افزایش میزان منابع مالی دانشگاه جهت ارتقاء کیفی و کمی آموزش‌های مرتبط با حوزه کارآفرینی و از سوی دیگر نیازسنجی واقعی در بازار منطقه و کشور عراق و بررسی ظرفیت‌های دانشگاه و اتصال این دو به هم می‌تواند ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام و در نتیجه آن توسعه کارآفرینی در منطقه را به همراه داشته باشد. در خصوص راهبردهای معطوف به داخل دانشگاه ایلام استفاده از الگوهای خارجی و بومی‌سازی آن‌ها در هر دو سطح آموزش رسمی و برنامه‌های غیررسمی مورد تأکید است. در این خصوص بار اصلی راهبردهای آموزش رسمی بر عهده اعضای هیات علمی و گروه‌های آموزشی است که با کمک مدیریت دانشگاه و استفاده از کارآفرینان و به‌روزرسانی محتواها بتوانند ترویج کارآفرینی در دانشگاه ایلام را توسعه دهند.

لزوم توجه به برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و ایجاد زمینه لازم برای مشارکت بخش خصوصی در برگزاری برنامه‌ها، توسعه مراکز تحقیقاتی مشترک با صنعت، ایجاد حلقه ارتباط با صنعت و جامعه در گروه‌های مختلف توسط اعضای هیات علمی از دیگر راهبردهایی پیشنهاد شده در این پژوهش است. این نتایج با نتایج مطالعات احمدی و همکاران (۱۳۸۸) و حجازی (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

بین دانشجویان دانشگاه ایلام به راهبرد رقابتی نزدیک‌تر است. یافته‌های تحلیل SWOT نشان داد که مجموع امتیاز عوامل داخلی به ترتیب ۳/۰۶ و ۳/۰۲ و مجموع امتیاز عوامل خارجی به ترتیب ۳/۰۳ و ۳/۱۲ می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده راهبردهای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام به راهبرد رقابتی نزدیک‌تر است. بنابراین برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان لازم است دعوت از کارآفرینان هر رشته به عنوان یک رویکرد آموزشی، کاهش بروکراسی‌های اداری برای راه‌اندازی کسب و کارهای دانشجویی و افزایش میزان منابع مالی قابل دسترس برای دانشگاه به منظور حمایت از طرح‌های کارآفرینانه دانشجویان، مورد توجه قرار گیرد.

نتایج به دست آمده از فرآیند تحلیل راهبردی و دسته‌بندی آن‌ها نشان داد که اصلاح مدل انتخاب رشته و ورود دانشجویان به دانشگاه و در نظر گرفتن فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیئت علمی به عنوان یکی از الزامات ارتقا و تبدیل وضعیت اعضای هیات علمی را می‌توان از مهم‌ترین راهبردهای ترویج کارآفرینی برای دانشجویان دانشگاه ایلام دانست.

با توجه به شرایط کنونی اقتصاد کشور و کاهش ارزش پول ملی و با توجه به کوچک بودن بازار ایلام و ظرفیت‌های مناسب تولیدی در بخش‌های روستایی و عشایری، تسهیل صادرات و ارتباطات اقتصادی با کشور عراق، پراهمیت‌ترین راهبرد منطقه

منابع

تحقیقات تهران. رهبری و مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، ۳(۳)، ۲۴-۹.
امینی، ع. (۱۳۹۶). تحلیل اجمالی وضعیت بازار کار فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و ارائه اقدامات و راهکارهای لازم برای افزایش اشتغال آن‌ها. سازمان برنامه و بودجه کشور، امور اقتصاد کلان.

احمدپورکریم‌آبادی، ف.، بهمنی، ل.، و برکت، غ. (۱۴۰۱). ارائه مدل آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی. نوآوری‌های مدیریت آموزشی، ۱۷(۳)، ۱۱۳-۱۲۷.
احمدی، ح.، حسینی، س.، و امیدنی‌نجف‌آبادی، م. (۱۳۸۸). شناسایی برخی عوامل همبسته با ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و

- آقایی، ت.، تیمورزاد، ک.، و اخوان هزاره، ف. (۱۳۹۶). بررسی کارآفرینی دانشگاهی از دید اعضای هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی به عنوان نمونه‌ای از دانشگاه‌های بزرگ. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۴(۱۴)، ۲۰۸-۱۸۳.
- بادسار، م.، رضایی، ر.، فتحی، س.، و قاسمی، م. (۱۳۹۵). نقش میانجی عزت‌نفس در تحلیل عوامل مؤثر بر قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان کشاورزی (مورد مطالعه: دانشگاه زنجان). علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۲(۱)، ۱۴۷-۱۳۳.
- باقری، م.، و کیانی، م. (۱۳۹۵). شناسایی جایگاه دانشگاه در آموزش و ارتقای قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان بر اساس رویکرد غربال‌گری فازی. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۲(۴)، ۶۷-۴۳.
- بخشی‌جهرمی، م.، کاووسی، ا.، معظمی، م.، و حسین‌پور سعادت‌آبادی، ج. (۱۴۰۱). تدوین الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان. مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، ۱۱(۲)، ۵۲۳-۵۴۶.
- بوکانی، ص.، سیدعباس‌زاده، م.، قلاوندی، ح.، و حسینی، م. (۱۳۹۷). تحلیل روابط چندگانه رهبری اثربخش و برنامه‌ریزی راهبردی با بهره‌وری نیروی انسانی در مراکز آموزش عالی استان آذربایجان غربی. مدیریت بهره‌وری، ۱۲(۴۵)، ۶۹-۳۱.
- پرگو، م.، میرابی، و.، رشادت‌جو، ح.، و وظیفه‌دوست، ح. (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه کارآفرینی در آموزش عالی در افق ۱۴۴۰ با رویکرد آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی). پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۷(۸۲)، ۱۵۸-۱۳۳.
- توکلی، ز.، شفیع‌آبادی، ع.، و نعیمی، ا. (۱۳۹۹). اثربخشی آموزش انیگرام بر یادگیری کارآفرینی و تصمیم‌گیری شغلی دانشجویان دختر دانشگاه علامه طباطبایی در سال ۹۶-۹۵. کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در روانشناسی، علوم اجتماعی، علوم تربیتی و آموزشی. ۱۷ تیرماه ۱۳۹۹، گرجستان، تغلیس.
- حجازی، ا. (۱۳۹۳). ترویج کارآفرینی از طریق آموزش عالی، چالش‌ها و راهبردها. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، ۱، ۴-۱۱.
- حسینی، س.، طبیبیان، س.، و گودرزی، ر. (۱۳۹۷). چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته‌های علوم انسانی در ایران. توسعه کارآفرینی، ۱۱(۴)، ۶۶۱-۶۷۹.
- زارع داویجانی، ع.، خانزادی، خ.، نوه ابراهیم، ع.، و سلیمانی، ن. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر تضعیف کارآفرینی در دانش‌آموختگان دانشگاه‌های پیام نور استان تهران. فصلنامه مدیریت و چشم‌انداز آموزش، ۲(۵)، ۱۶۸-۱۹۴.
- شیری، ن. (۱۳۹۵). طراحی الگوی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. (رساله دکتری). دانشگاه رازی، دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، شهرستان کرمانشاه.
- شیری، ن.، میرک‌زاده، ع.، و زرافشانی، ک. (۱۳۹۴). الزامات ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی. کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۲)، ۱۲۲-۱۰۵.
- صبا، ع.ا.، نادری، ن.، رضایی، ب.، و محمدی‌فر، ی. (۱۴۰۲). ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم؛ کاربست نظریه بنیانی. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲(۱)، ۷۴-۵۹.
- صالحی، ک.، و مرادی‌پردنجانی، ح. (۱۳۹۴). نقش آموزش‌های دانشگاهی در توسعه قابلیت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۱(۵۷)، ۵۷-۸۱.
- صوفی، ل.، و دیلمی، س. (۱۴۰۱). نقش آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: بررسی دیدگاه دانشجویان دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ). گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۳)، ۵۱-۶۵.
- طهماسب‌زاده شیخ‌لار، د.، پاشائی‌فخر، آ.، و کاشی، ف. (۱۴۰۰). نقش تفکر انتقادی و روحیه کارآفرینی در پیش‌بینی فرسودگی و اهمال‌کاری تحصیلی دانشجویان

- Deveci, A. S., and Seikkula-Leino, J. 2018. A Review of Entrepreneurship Education in Teacher Education. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 15(1), 105–148.
- Fini, R., Grimaldi, R. and Meoli, A. 2020. The effectiveness of university regulations to foster science, based entrepreneurship. *Research Policy*, 25. 49(10): 1040–48.
- Fischer, B. B., Schaeffer, P. R., Vonortas N. S., and Queiroz, S. 2018. Quality comes first: university-industry collaboration as a source of academic entrepreneurship in a developing country. *The Journal of Technology Transfer*, 43(2), 263-284.
- Lahikainen, K., Kolhinen, J., Ruskovaara, E., and Pihkala, T. 2019. Challenges to the development of an entrepreneurial university ecosystem: The case of a Finnish university campus. *Industry and Higher Education*, 33(2), 96-107.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., and Czeglédi, C. 2019. The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2) :361-379.
- Saeed, S., Muffatto, M., and Yousafzai, S. 2014. A Multi-level Study of Entrepreneurship Education among Pakistani University Students. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(3), 297-321.
- Ward, A., Hernández-Sánchez, B. R., and Sánchez-García, J. C. 2019. Entrepreneurial potential and gender effects: the role of personality traits in university students' entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-18.
- Salamzadeh, A., Salamzadeh, Y., and Daraei, M.R. 2011. Toward a Systematic Framework for an Entrepreneurial University: A Study in Iranian Context with an IPOO Model. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 3(1), 31-37.
- فنی و مهندسی. آموزش مهندسی ایران، ۲۳(۹۱)، ۷۵-۹۴.
- طی‌نیا، م.، کریمی، آ.، پاداش، ح.، یزدانی، ح.، و کیهانی، م. (۱۴۰۱). واکاوی برنامه درسی کارآفرینی در مدارس با مطالعه تطبیقی مدارس ۹ کشور اروپایی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۵(۳)، ۵۰۱-۵۱۸.
- قراگوزلو، س.، ناطقی، ف.، و جلال‌وندی، م. (۱۴۰۱). ارائه الگوی توسعه توان‌مندی کارآفرینی نسل جوان کشور در بستر برنامه‌ریزی درسی آموزش عالی. پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، ۲۲(۲)، ۳۰۱-۳۲۷.
- فیضی، ش.، و رستمی، ف. (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی نظام آموزش مهارتی در هنرستان کشاورزی شهرستان سنندج. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲(۴)، ۷۵-۹۴.
- غریب، ج.، خسروی‌پور، ب.، و مرادنزادی، همایون. (۱۴۰۲). کنکاشی پیرامون همسویی نظام برنامه‌ریزی درسی هنرستان‌های کشاورزی ایران با آموزش‌های کارآفرینی. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، در دست انتشار.
- معمدنیان، ز.، موحدمحمدی، ح.، رضوانفر، ا.، علم بیگی، ا.، و مهدی‌زاده، ح. (۱۴۰۰). طراحی الگوی رشد اکوسیستم کارآفرینی در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۹(۱۸)، ۲۱-۸.
- مکی‌آل‌آقا، ب. (۱۳۸۶). نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی. فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، ۲(۴)، ۱۱۵-۱۲۶.
- نعیمی‌مجد، آ.، شهسواری‌علیوجه، ط.، و نعیمی‌مجد، م. (۱۳۹۹). هماهنگی استراتژی با اهداف توسعه پایدار SDGs: راهنمایی برای موسسات آموزش عالی و دانشگاه‌ها جهت رشد کارآفرینی، پنجمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار، تهران.
- Brixiová, Z., Ncube, M., and Bicaba, Z. 2015. Skills and Youth Entrepreneurship in Africa: Analysis with Evidence from Swaziland. *World Development*, 67, 11-26.

Innovation & Knowledge, 1(3), 125-132.

Welsh, D. H. B., Tullar, W. L., and Nemati, H. 2016. Entrepreneurship education: Process, method, or both? Journal of