



REVIEW PAPER

Exploring the Concept of Entrepreneurship in Higher Education: A Systematic Review of Research Articles in Entrepreneurship Education with Thematic Analysis Approach

S P. Taghinezhad, E. Naderi*, M. Seif-Naraghi

Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

ABSTRACT

Received: 26 July 2020
Reviewed: 22 September 2020
Revised: 21 October 2020
Accepted: 2 November 2020

KEYWORDS:

Entrepreneurship
Entrepreneurship Education
Academic Entrepreneurship
Word Analysis
Semantic Unit Analysis

* Corresponding author

enaderi@iau.ac.ir

☎ (+98912) 1237615

Background and Objectives: The aim of the present study was analyzing the words and semantic units used to define entrepreneurship and describe the entrepreneur presented in the research articles on entrepreneurship education in higher education institutions.

Methods: This study is a synthesis research (systematic review), but in terms of analytical methods, it is an analytical-synthetic research. For this purpose, content analysis and text analysis techniques were used. All articles with the subject of 'entrepreneurship education' in higher education which have been indexed in the Islamic World Science Citation Database, were selected as the statistical population. Using the preferred search strategy, 137 articles were retrieved and after considering the study criteria, such as having peer review and discussing entrepreneurship education in the university, 92 articles remained for analysis. In this process, sentences which had been used to describe entrepreneurship or an entrepreneur were analyzed using the software of Textstat2, MAXQDA10, and Excel.

Findings: The findings of this study in the first level of analysis showed that the first ten descriptions (that is, the first ten words) which are used more frequently for defining entrepreneurship or describing an entrepreneur in the research texts in Iran respectively are: innovation (frequency 156 and 8.8%), source (frequency 100 and 5.7%), work/activity (frequency 75 and 4.2%), process (frequency 54 and 3.1%), business (frequency 43 and 2.4%), risk-taking (frequency 43 and 2.4%), economy (frequency 41 and 2.3%), creation (frequency 41 and 2.3%), and opportunity (frequency 38 and 2.2%). The findings of the second level of the study, that is, the analysis of the semantic units, showed that the most frequently used semantic unit at the level of analysis of the main components belongs to the description of 'the features of an entrepreneur'. Among all the subcategories of semantic unit analysis, the ten semantic units which have received more attention than the others, respectively, are: the first level of priority, with 33 semantic units, belongs to the semantic unit of 'Risk-taking'. The semantic unit of the entrepreneur being 'an opportunist' with 22 semantic units was the second level of priority and 'innovation' with 16 semantic units was the third level of priority. Other priorities, respectively, are as follows: 'creating new business' with 16 semantic units, 'supplying new product to the market' with 13 semantic units, 'creativity' of the entrepreneur with 13 semantic units, 'having the ability of mobilizing the sources' with 12 semantic units, 'self-confidence' with 12 semantic units, 'improvement of the economic condition' with 11 semantic units, and 'supplying new service' with 8 semantic units. Comparison of the two levels of analysis showed that in the first ten components of both analyses, there is a lot of overlap; however, by comparing the order of priority of the components, it can be seen that the researchers in Iran consider entrepreneurship as being more dominated by 'risk-taking' and 'opportunist' individuals and their 'innovation' feature is at the third order of priority whereas in defining and describing entrepreneurship, the word 'innovation' has had more application.

Conclusion: The results indicate that first, both at the level of semantic units and at the level of the words used, entrepreneurship education specialists in Iranian universities, in line with the experts of this domain, consider entrepreneurship as a driver of innovation leading to business and job creation. Second, since at both levels of analysis, the findings indicate that more attention is paid to the characteristics of the entrepreneur, so it can be concluded that entrepreneurship education specialists in Iranian higher education institutions consider entrepreneurship as an individual characteristic; that is why, somehow the characteristics of entrepreneurs are emphasized. Third and perhaps the most important result was that despite the extent and variety of concepts considered in the texts of entrepreneurship education in Iran, perhaps there are no approved and accepted curricula for teaching entrepreneurship to the students and in each of the implemented courses, a specific dimension on entrepreneurship is taught and many other topics are neglected or the required time for addressing them is not provided. The main limitations of the present study were the incompleteness of the collection of the sources required for the objective of this study as well as the extraction of the sentences from the /original text of the articles selected for analysis.



NUMBER OF REFERENCES

27



NUMBER OF FIGURES

4



NUMBER OF TABLES

2

مقاله مروری

بررسی مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی کشور: مروری نظام‌مند بر مقالات پژوهشی آموزش کارآفرینی
با رویکرد تحلیل مضمونی

سیده پروانه تقی‌نژاد، عزت‌الله نادری*، مریم سیف‌نراقی

گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

پیشینه و اهداف: مقاله حاضر باهدف تحلیل کلمات و واحدهای معنایی استفاده‌شده برای تعریف کارآفرینی و توصیف کارآفرین در مقالات پژوهشی آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی انجام‌شده است.

روش‌ها: مطالعه حاضر به لحاظ ماهیت، سنتز پژوهشی (مروری نظام‌مند بر متون)، ولی به لحاظ روش‌های تجزیه و تحلیل، جزو پژوهش‌های تحلیلی-ترکیبی است. برای این منظور از فنون تحلیل مضمون و تحلیل متن استفاده گردید. تمام مقالات نمایه شده در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام که موضوع آن‌ها «آموزش کارآفرینی» در آموزش عالی بودند به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. با راهبرد جستجوی برگزیده، تعداد ۱۳۷ مقاله بازیابی شد که بعد از ملاحظه معیارهای مطالعه از قبیل داشتن داوری همتا و بحث شدن آموزش کارآفرینی در دانشگاه، ۹۲ مقاله برای تحلیل باقی ماندند. در این فرآیند با استفاده از نرم‌افزارهای تکست‌استات-۲، ماکس کیودا-۱۰ و اکسل، جملاتی که به تعریف کارآفرینی یا توصیف فرد کارآفرین پرداخته بودند، تحلیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌های مقاله در سطح اول تحلیل، یعنی تحلیل «واژگان»، نشان داد که در متون پژوهشی در ایران، ده توصیف اول (به عبارتی ده واژه اول) که برای تعریف کارآفرینی یا توصیف کارآفرین بیشتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند به ترتیب عبارتند: نوآوری (فراوانی ۱۵۶ و ۸/۸ درصد)، منبع (فراوانی ۱۰۰ و ۵/۷ درصد)، کار/فعالیت (فراوانی ۷۵ و ۴/۲ درصد)، فرآیند (فراوانی ۵۴ و ۳/۱ درصد)، کسب‌وکار (فراوانی ۴۳ و ۲/۴ درصد)، خطرپذیری/ریسک‌پذیری (فراوانی ۴۳ و ۲/۴ درصد)، اقتصاد (فراوانی ۴۱ و ۲/۳ درصد)، خلق/ایجاد (فراوانی ۴۱ و ۲/۳ درصد)، فرصت (فراوانی ۳۸ و ۲/۲ درصد). یافته‌های سطح دوم تحلیل، یعنی تحلیل واحدهای معنایی، نشان داد که بیشترین واحد معنایی در سطح تحلیل مقوله‌های اصلی مربوط به توصیف «ویژگی‌های فرد کارآفرین» است. در بین تمام زیر مقوله‌های تحلیل واحدهای معنایی، ده واحد معنایی که بیشتر از بقیه به آن‌ها پرداخته‌شده است به ترتیب عبارت است از: واحد معنایی «مخاطره‌پذیری یا ریسک‌پذیری» با ۳۳ واحد معنایی در اولویت اول قرار دارد. در اولویت دوم واحد معنایی «فرصت‌طلب» بودن فرد کارآفرین با ۲۲ واحد معنایی و «نوآوری» با ۱۶ واحد معنایی در اولویت سوم قرار داشتند. اولویت‌های بعدی به ترتیب عبارتند از: «ایجاد کسب‌وکار (جدید)» با تعداد ۱۶ واحد معنایی، «عرضه محصول جدید به بازار» با تعداد ۱۳ واحد معنایی، «خلافت» فرد کارآفرین با ۱۳ واحد معنایی، «توانایی بسیج منابع» با ۱۲ واحد معنایی، «اعتمادبه‌نفس» با ۱۲ واحد معنایی، «بهبود وضعیت اقتصادی» با ۱۱ واحد معنایی و «عرضه خدمتی جدید» با تعداد ۸ واحد معنایی. مقایسه دو سطح تحلیل نشان داد که در ده مؤلفه اول هر دو سطح تحلیل، همپوشانی زیادی وجود دارد؛ ولی با مقایسه ترتیب اولویت‌بندی مؤلفه‌ها، می‌توان دریافت که محققان در ایران، کارآفرینی را بیشتر تحت سیطره افراد «مخاطره‌پذیر/ریسک‌پذیر» و «فرصت‌طلب» می‌دانند و ویژگی «نوآوری» آن‌ها در مرتبه سوم اولویت قرار دارد. درحالی‌که در تعریف و توصیف کارآفرینی و زیر موضوعات آن، واژه «نوآوری» بیشترین کاربرد را داشته است.

نتیجه‌گیری: نتیجه به‌دست‌آمده حاکی از آن است که: اولاً، هم در سطح واحدهای معنایی و هم در سطح واژگان مورد استفاده، متخصصان آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران، همسو با متخصصان امر، آن را محرک نوآوری و منتهی به خلق کسب‌وکار و ایجاد اشتغال می‌دانند. دوم اینکه، چون در هر دو سطح تحلیل، یافته‌ها حاکی از توجه بیشتر به ویژگی‌های فرد کارآفرین است؛ لذا شاید بتوان نتیجه گرفت که متخصصان آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران، کارآفرین شدن را یک ویژگی فردی می‌دانند؛ از همین رو است که به‌نوعی بر ویژگی‌های افراد کارآفرین تأکید و توجه

تاریخ دریافت: ۵ مرداد ۱۳۹۹
تاریخ داوری: ۱ مهر ۱۳۹۹
تاریخ اصلاح: ۳۰ مهر ۱۳۹۹
تاریخ پذیرش: ۱۲ آبان ۱۳۹۹

واژگان کلیدی:

کارآفرینی
آموزش کارآفرینی
کارآفرینی دانشگاهی
تحلیل واژگان
تحلیل واحد معنایی

* نویسنده مسئول

naderi@iau.ac.ir

۰۹۱۲-۱۲۳۷۶۱۵

وجود دارد. سوم و شاید مهم‌ترین نتیجه اینک، علیرغم گستره و تنوع مفاهیمی که در متون آموزش کارآفرینی در ایران به آن توجه شده است، شاید سرفصل برنامه‌های درسی مصوب و موردقبول همگان برای آموزش کارآفرینی به دانشجویان وجود نداشته باشد؛ و در هر یک از دوره‌های انجام‌شده، بعدی خاص آموزش داده شود و بسیاری از موضوعات دیگر مورد غفلت قرار بگیرد یا زمان لازم برای پرداختن به آن‌ها فراهم نشود. گردآوری جامع‌و‌مانع منابع موردنظر هدف تحقیق و نیز استخراج جملات از متن اصلی مقالات برگزیده شده برای تحلیل، محدودیت‌های اصلی تحقیق حاضر بودند.

مقدمه

دانشگاه‌ها در قرون دوازدهم و سیزدهم از مدارس صومعه (دانشمندان) (monastic (scholastic)) منشعب شدند و با تأسیس دانشگاه برلین در سال ۱۸۱۰ به‌عنوان اولین دانشگاه مدرن بود که دو نقش اصلی تدریس و پژوهش به آن‌ها محول گردید. از آن زمان، دانشگاه‌ها برحسب نقش و وظایفی که برای خود تعریف کرده‌اند، تغییر و تحول زیادی داشته‌اند؛ به‌طوری‌که امروزه دست‌کم پنج نوع دانشگاه شناسایی و قابل دسته‌بندی است: اولین نوع دانشگاه آکادمیک (Academic University) است و هدف اصلی آن آموزش و تربیت دانشجویان می‌باشد. دومین نوع، دانشگاه کلاسیک (classic university) است که پژوهش نیز در کنار امر تدریس و آموزش به آن‌ها محول شده است. سومین نوع آن دانشگاه اجتماعی (social university) است که در بحث‌ها، گفت‌وگوها و حل مشکلات اجتماعی مشارکت فعالانه دارد. چهارمین نوع دانشگاه کسب-و‌کار (business university) است که در آن بر اساس معیارهای کسب-و‌کار، فعالیت‌های تدریس، پژوهش و نیز فعالیت‌های توسعه‌ای انجام می‌شود. پنجمین نوع، دانشگاه کارآفرینانه (Entrepreneurial university) است. این نوع دانشگاه، در اجتماعی که قرار دارد نقش بسیار قدرتمندی ایفا می‌کند؛ چراکه علاوه بر دو نقش اصلی تدریس و پژوهش، سومین مأموریت مهم، یعنی تقویت پروژه‌های کارآفرینانه و هدایت پروژه‌های توسعه‌ای با همکاری دیگر کارگزاران دولت‌های محلی نیز به آن‌ها محول شده است [۱].

در دانشگاه‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی به‌سرعت گسترش یافته است. گسترش آموزش کارآفرینی بیشتر به خاطر هدف، وعده و نویدی بوده است که متصدیان امر، کارآفرینی را به‌عنوان وسیله‌ای (vehicle) برای بازسازی و رشد اقتصادی جامعه معرفی می‌نمایند [۲]. بدین ترتیب که دانشگاه‌ها، بدون ملاحظه بحث‌ها و مجادله‌های مطرح در امکان-پذیری یا عدم امکان‌پذیری آموزش کارآفرینی [۳]، آن را یکی از مهم‌ترین عوامل خلق نوآورانه و تأثیرگذار در سلامت اقتصاد رقابتی کشور توصیف می‌کنند. طوری که در اکثر کشورهای جهان در مورد ساختار و برنامه‌ریزی دوره‌های آموزش کارآفرینی بحث‌ها و مجادله‌های بسیاری صورت گرفته و در دانشگاه‌ها نیز، این دوره‌ها اکثراً به صورت اختیاری برگزار می‌گردد تا ضمن آنکه فرهنگ کارآفرینی در کشور نهادینه می‌شود؛ اهداف اولیه این دوره‌ها یعنی انتقال طیف وسیعی از مهارت‌های کارآفرینی به فارغ‌التحصیلان دانشگاهی نیز حاصل شوند [۴].

کارآفرینی یک پدیده چندوجهی است؛ و شخص کارآفرین را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «فردی که کسب‌وکاری را باهدف سود و رشد اقتصادی تأسیس کرده و آن را مدیریت می‌کند» [۲۶]. در حقیقت، کارآفرینی چیزی بیش از صرفاً خلق یک کسب‌وکار است. برای ایجاد ذهنیت کارآفرینی در دانشجویان، از طریق آموزش صحیح، به زمان زیادی نیاز هست. در قرن بیست‌ویک، آموزش کارآفرینی آموزش کارآفرینی یکی از تعیین‌کننده‌های ضروری و اساسی است که می‌تواند روی آینده و تصمیم‌گیری‌های شغلی و حرفه‌ای دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تأثیر بگذارد [۴].

در کنار چالش‌های اولیه از قبیل ذاتی، موروثی و مادرزادی بودن ویژگی کارآفرینی یا قابلیت آموزش و توسعه آن [۳]، نکته بسیار مهم دیگری که از یافته‌های پژوهش استنباط می‌شود این است که هنوز توافق عمومی و کلی روی این موضوع که آموزش کارآفرینی در عمل «چیست و چگونه باید انجام شود؟»، وجود ندارد [۵]. چراکه تعاریف عملیاتی ارائه‌شده از کارآفرینی در تحقیقات آموزش عالی بسیار متنوع است و همین نگاه و تفاوت می‌تواند روند آموزش را نیز به‌طور کامل تغییر دهد [۶]. از این‌روست که گیب (Gibb) [۷] گفته است فرآیند آموزش کارآفرینی در قالب‌های مختلف قابل آموزش است. همین تنوع و ناهمگونی، رویکردهای مؤسسات آموزش عالی را در آموزش کارآفرینی به‌شدت متنوع کرده است. تنوع و ناهمگونی یادشده هم در حوزه محتوای ارائه‌شده و هم در رویکرد انتقال و تدریس محتوا نمود می‌یابد. نابی (Nabi) و دیگران [۸] ضمن بررسی ۱۵۹ مقاله منتشرشده از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۶ دریافتند که برنامه‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی به‌طور غالب بر سنجش‌های کوتاه‌مدت و نتایج ذهنی تأکید دارند و به‌ندرت پداگوژی‌های واقعی استاندارد در آن‌ها آموزش داده می‌شوند. وودا و فلورئا (Vodă & Florea) [۹] نیز محتوای پداگوژی آموزش کارآفرینی را یکی از نقاط چالش‌انگیز در دستیابی به اهداف این دوره‌ها ذکر کرده است. امین بیدختی و مالکی [۱۰] نیز گزارش داده است در متون پژوهشی ایران مفهوم «کارآفرینی» به‌طور مناسبی تعریف و ترجمه نشده است. او معتقد است به دلیل برخورد نامناسب و ترجمه غلط مفهوم «کارآفرینی» در متون پژوهشی کشور، از این مفهوم بیشتر «معنی ایجاد کار و یا اشتغال‌زایی» برداشت می‌شود؛ به نظر می‌رسد این برداشت بیشتر به خاطر «تورم نیروی انسانی بیکار در جامعه (به‌ویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی)» و معرفی کارآفرینی به‌عنوان جایگزینی برای رهایی از این وضعیت مطرح است [۱۰]. در حقیقت تنوع نگاه و برخورد با مفهوم کارآفرینی در متون پژوهش موجب شده است زالی و

کارآفرینی در آموزش عالی ایران می‌افتد، فعالیت‌هایی که انجام می‌شود، نگاه و بینشی که به اهداف کارآفرینی و آموزش آن وجود دارد؛ بتوان با شناسایی تعریف عملیاتی کارآفرینی و فعالیت‌های انجام‌شده در قالب آموزش کارآفرینی، اهداف و تعاریف استراتژیکی از این مقوله مهم ساخت. از این رو پژوهش حاضر درصدد است به سؤالات زیر پاسخ دهد:

- برای تعریف و توصیف کارآفرینی در مقالات منتشرشده در نشریات با درجه علمی-پژوهشی، بیشتر از چه واژه‌هایی استفاده شده است؟
- ماهیت کارآفرینی در مقالات منتشرشده در نشریات با درجه علمی-پژوهشی چگونه توصیف شده است؟
- اهداف کارآفرینی در مقالات منتشرشده در نشریات با درجه علمی-پژوهشی چیست؟
- برونداد کارآفرینی در مقالات منتشرشده در نشریات با درجه علمی-پژوهشی چیست؟
- ویژگی‌هایی افراد کارآفرین در مقالات منتشرشده در نشریات با درجه علمی-پژوهشی چگونه است؟

ضرورت و اهمیت انجام پژوهش حاضر از ابعاد مختلفی قابل توجیه است: یکی اینکه امروزه جهت فعالیت دانشگاه‌ها به سمت اصلاح برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها و سوق دادن یا گنجاندن سرفصل‌های مربوط به آموزش کارآفرینی به دانش‌آموختگان دانشگاهی به صورت مستقیم با گنجاندن در سرفصل‌های درس‌های اصلی و یا با ارائه دوره‌های آموزش کارآفرینی است. این مهم بیشتر به خاطر رسالت و مأموریت دانشگاه‌ها در تربیت نیروی موردنیاز اجتماع انجام می‌شود. هاهین (Hahn) و دیگران [۱۸] در زمینه ارائه دوره‌ها و سرفصل‌های آموزش کارآفرینی گزارش دادند که در دانشگاه‌ها دو نوع آموزش برای کارآفرینی ارائه می‌شود؛ یکی گزینشی (اختیاری) است و دیگری اجباری. به غیر از دوره‌هایی که برای دانشجویان کارآفرینی ارائه می‌شوند، در دیگر انواع دوره‌ها، برنامه‌های آموزش کارآفرینی دانشگاهی برای گروه‌های نامتجانسی از دانشجویان شرکت‌کننده ارائه می‌شوند که مسلماً برآوردن و مرتفع ساختن نیازهای آنان بسیار سخت و چالش‌انگیز است. در این زمینه نک و کوربت (Neck & Corbett) [۱۹] طی پژوهشی استدلال کرده‌اند تلاش برای برآوردن نیاز گروه‌های نامتجانسی از دانشجویان از یک طرف و تمایل برای توسعه اقتصاد محلی از طرف دیگر، به تنوع سرفصل‌های برنامه و در روش‌های تدریس آموزش کارآفرینی سرعت بخشیده است. این یافته نیز دلالت بر آن دارد که اجماع کلی بر روی سرفصل‌های برنامه درسی مناسب آموزش کارآفرینی وجود ندارد. از این رو، تعیین سرفصل‌های مناسب برای دست‌یابی به اهداف آموزش بسیار حیاتی است و تصور می‌رود پژوهش حاضر به نوعی می‌تواند از طریق نزدیک کردن درک و شناخت ماهیت کارآفرینی و همسو کردن محتوای برنامه‌های آموزش کارآفرینی، در این زمینه کمک‌کننده باشد. دوم اینکه، هم پژوهشگران و هم سیاست‌گذاران اجتماعی معتقد هستند که کارآفرینی محرکی بسیار حیاتی و مهم برای رشد اقتصادی است [۲۷] و [۲۰]. در این راستا می‌توان شاهد استراتژی‌هایی بود که هم

رضوی [۱۱] این وضعیت را تحت عنوان «وهم‌های آموزش کارآفرینی» بحث کرده است.

در حقیقت، نوع نگاه و زاویه ادراک کارآفرینی، روی چهارچوب آموزشی و نیز دست‌یابی به اهداف آموزش آن بسیار مؤثر است. همین موضوع موجب شده است محققانی مانند نبی و همکاران [۸] گزارش نمایند یکی از دلایل ناهمگونی و عدم تجانس در یافته‌های پژوهش‌های مربوط به تأثیر آموزش کارآفرینی روی قصد و نیت کارآفرینانه و فعالیت کارآفرینانه، عدم دقت در روش‌شناسی کارآفرینی و تفاوت در برداشت و درک مفهومی کارآفرینی است که خود روی رویکردهای آموزشی تأثیرگذار است [۸]. در مواجهه با این گزارش‌ها، بعضی از محققان مانند

بئی (Bae) و همکاران [۱۲] مفاهیمی مانند وضعیت‌های مرزی را مطرح ساخته‌اند که در آن شرایطی بحث می‌شوند که احتمال دارد آموزش کارآفرینی در آن شرایط بیشتر تأثیرگذار باشد. در بررسی ادعای نبی و دیگران [۱۲] می‌توان یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده را دست‌کم در سه دسته متناقض دسته‌بندی نمود: اکثریت مطالعات انجام‌گرفته ارتباطی مثبت و مستقیم بین آموزش کارآفرینی و فعالیت و قصد کارآفرینانه گزارش داده‌اند (یافته‌های پژوهش‌های [۱۳]، [۱۲] و بسیاری دیگر)، یافته‌های بعضی از تحقیقات مانند اوستریک (Oosterbeek) و همکاران [۱۴] گزارش کرده‌اند که بین آموزش کارآفرینی و شروع فعالیت کارآفرینانه همبستگی معناداری مشاهده نشد. برعکس بعضی دیگر از تحقیقات نشان دادند که بین آن‌ها رابطه منفی وجود دارد [۱۵]. بعضی دیگر نیز به عوامل احتمالی مؤثر بر این گزارش‌های متناقض تمرکز کرده‌اند؛ از جمله می‌توان به پژوهش نوینسکی (Nowiński) و دیگران [۱۶] اشاره نمود که در مطالعه رابطه بین آموزش کارآفرینی در دانشگاه و قصد و نیت فارغ‌التحصیلان دانشگاهی کشورهای جمهوری چک، مجارستان، لهستان و اسلواکی گزارش دادند که هرچند آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی دانشجویان روی قصد و نیت کارآفرینانه آنان تأثیرگذار بوده است با این وجود، تنها در یک کشور (لهستان) بود که آموزش کارآفرینی به طور مستقیم روی قصد و نیت کارآفرینانه تأثیر داشت. یافته‌های بیشتر نشان داد که خودکارآمدی دانشجویان، جنسیت و محتوای دوره‌های آموزشی نیز بر قصد و نیت کارآفرینانه تأثیرگذار معنی‌داری داشته است. پیتاوی و کوپه (Pittaway & Cope) [۱۷] در مطالعه مروری نظام‌مند بر متون آموزش کارآفرینی دریافت که آموزش کارآفرینی روی تصمیم دانشجویان و نیت آنان به اقدام کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد؛ اما مشخص نیست که آموزش تا چه حد و گستره‌ای روی تمایل و نیت و قصد دانشجویان به اشتغال به کارآفرینی مؤثر است و اینکه مشخص نیست که آیا آموزش کارآفرینی قادر است فارغ‌التحصیلان را به کارآفرینان برتر تبدیل نماید.

با در نظر گرفتن این موارد، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که «مفهوم کارآفرینی» در متون پژوهشی آموزش کارآفرینی چگونه است تا با ارزیابی، درک و شناخت بیشتر و دقیق از آنچه در امر آموزش

(۱) مقالات نشریات علمی-پژوهشی که Peer-Review دارند؛ (۲) مقالاتی که به آموزش کارآفرینی در بافت و محیط دانشگاه پرداخته‌اند. لذا مقالاتی که به آموزش کارآفرینی در مدارس یا مؤسسات دیگر غیر از آموزش عالی پرداخته باشند حذف گردیدند. در نهایت ۹۲ مقاله برای تحلیل باقی ماندند.

برای گردآوری داده‌های موردنیاز، ابتدا از «مقدمه» تا ابتدای «فهرست منابع و مآخذ» مقالات برگزیده شده، جملاتی که در آن‌ها تعریفی از واژه «کارآفرینی» ارائه شده، یا توصیفی از فرد «کارآفرین» داده شده بود استخراج گردید. بر این اساس مجموعه مرجع به‌عنوان پیکره مورد تحلیل به دست آمد. برای پاسخگویی به سؤال شماره (۱) از نرم‌افزار تکست‌استات (Text STAT) نسخه ۲ و در تحلیل مضامین جملات برای پاسخ به سؤالات (۲) تا (۵)، از روش‌شناسی تحقیقات کیفی با روش کدگذاری تحلیل مضمونی، مقوله‌بندی و طبقه‌بندی در نرم‌افزار ماکس-کیودا (MAXQDA) نسخه ده استفاده گردید. در این روش واحد تحلیل «جمله» بود. بدین‌صورت که تمام جملات به‌عنوان یک واحد مستقل دارای یک یا چند واحد معنایی (مضمون) در نظر گرفته شدند.

نتایج

با توجه به دامنه و اهداف این مقاله یافته‌ها در دو بخش دسته‌بندی و گزارش شدند: الف) یافته‌های تحلیل متن؛ ب) یافته‌های تحلیل مضمون.

یافته‌های تحلیل متن

در تحلیل پیکره به‌دست‌آمده مشخص شد که ۳۷۰۶۵ بایت، ۶۸۶۸ token و ۲۰۱۹ «شکل کلمه» وجود دارد. واحد تحلیل در مرحله تحلیل متن، «کلمه» بود. بدین ترتیب که ابتدا تمام کلماتی که در زبان فارسی به‌عنوان کلمات بی‌معنی شناخته می‌شوند حذف شدند و کلمات باقیمانده برای تحلیل متن در نرم‌افزار تکست‌استات-۲ وارد شدند. لازم به ذکر است که چون فهرستی که بتواند به‌طور خودکار کلمات بی‌معنا در زبان فارسی را تشخیص داده و حذف کند در دسترس نبود، محقق به‌صورت دستی تمام کلمات بی‌معنی و کلمات نامربوط را از میان پیکره در نرم‌افزار اکسل حذف نمودند. در انتهای این فرآیند (۲۰۱۹) کلمه به همراه فراوانی آن‌ها به دست آمدند. در مرحله دوم، تمام کلماتی که در راستای اهداف تحقیق نبودند حذف گردیدند و درباره کلماتی که ریشه و معنای آن‌ها یکسان بود ولی رسم‌الخط متفاوتی داشتند یکسان‌سازی صورت گرفت. در انتهای این مرحله تعداد ۱۶۶ کلمه به‌دست آمد (فهرست کامل کلمات به‌دست‌آمده در پیوست شماره (۲) قابل‌رؤیت است)؛ در جدول شماره (۱) فراوانی و درصد واژه‌های اول نشان داده شده است:

یافته‌های جدول شماره (۱) نشان می‌دهند، پس از کلمات با ریشه کارآفرین (با فراوانی ۲۷۵ و درصد ۱۴/۶)، بیشترین کلمه استفاده‌شده در جملات تحلیل‌شده، کلمات با ریشه «نوآور» (با فراوانی ۱۵۶ و درصد ۸/۸) بود.

به‌عنوان خط‌مشی‌های درازمدت و کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی شده است و هم در برنامه‌های درسی و آموزشی موجود، فعالیت‌هایی در راستای کمک و تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه گنجانیده شده است. باین‌وجود، تفاوتی که بین باور سیاست‌گذاران اجتماعی و پژوهشگران وجود دارد در این است که سیاست‌گذاران عقیده دارند آموزش کارآفرینی حتماً منجر به کارآفرینی می‌شود [۲۱]؛ درحالی‌که یافته‌های پژوهشی در این زمینه یکدست و جامع نیستند. یکی از دلایل عدم همگونی در برون‌داد پژوهش‌ها، نوع نگاه و برداشت از مفهوم کارآفرینی است که در تعاریف عملیاتی کارآفرینی نمود پیدا می‌کند. انتظار می‌رود یافته‌های پژوهش حاضر کمک کند تا انواع تعاریف و برداشت‌های احتمالی از مفهوم کارآفرینی که در مقالات آموزش کارآفرینی دانشگاهی گزارش شده است مشخص شوند؛ که خود در تعیین چارچوب برنامه‌های درسی دوره‌های آموزشی کارآفرینی سودمند خواهد بود.

بدین ترتیب می‌توان گفت که انجام چنین مطالعه‌ای برای آموزش عالی ایران بسیار مفید، ارزنده و ضروری باشد؛ چراکه در این مطالعه، سعی شده است، به مقوله کارآفرینی، نه از زاویه تعریف ماهیت کارآفرینی، بلکه از زاویه‌ای بررسی مفهوم کارآفرینی در ادبیات «آموزش کارآفرینی» در دانشگاه‌های ایران مطالعه شود. از این طریق انتظار می‌رود بتوان تا حدودی نوع نگاه حاکم بر بینش اساتید و محققان آموزش کارآفرینی مشخص شود و با شناسایی این نوع دیدگاه، میزان همسویی درک و برداشت از مفهوم کارآفرینی و اهدافی که در آموزش کارآفرینی دنبال می‌شود تبیین گردد تا بتوان از یافته‌ها آن در راستای ارتقای سطح آموزش و توسعه کارآفرینی در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی باهدف دستیابی به اهداف استراتژیک آموزش عالی بهره جست.

روش‌شناسی

مطالعه حاضر به لحاظ ماهیت، سنتز پژوهشی (مروری نظام‌مند بر متون)، ولی به لحاظ روش‌های تجزیه و تحلیل، جزو پژوهش‌های تحلیلی-ترکیبی محسوب می‌شود. چراکه در بخش تحلیل‌ها، برای تحلیل کلمات و واحدهای معنایی استفاده‌شده برای تعریف کارآفرینی و توصیف کارآفرین از فنون تحلیل مضمون و نیز تحلیل متن استفاده کرده است. بدین ترتیب که سؤال اول مطالعه با استفاده از روش تحلیل متن و سؤالات دو تا پنج با استفاده از روش تحلیل مضمون پاسخ‌داده شده است. جامعه آماری شامل تعدادی از مقالات منتشرشده در موضوع «آموزش کارآفرینی» در آموزش عالی (دانشگاه‌ها) بودند که در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام نمایه شده‌اند. استراتژی جستجو بدین‌صورت بود که در فیلد عنوان دو واژه «کارآفرینی» و «آموزش» مورد جستجو قرار گرفت و جستجو به سال خاصی محدود نشد. نتیجه جستجو ۱۳۷ مقاله بودند که چکیده همه آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت. تنها مقالاتی برای تحلیل برگزیده شدند که دارای معیارهای زیر بودند:

کارآفرینی فعالیتی است که چیزی یا ماهیتی «ایجاد» (با فراوانی ۴۱ و درصد ۲/۳) می‌شود و مربوط یا متعلق به «سازمان» (با فراوانی ۳۸ و درصد ۲/۲) است، به‌نوعی «فرصت» (با فراوانی ۳۸ و درصد ۲/۲) است که ممکن است زمان اقدام به آن منقضی شود. همچنین «توانایی» فرد (با فراوانی ۳۵ و درصد ۲) ویژگی دیگری است که محققان ایران در آموزش کارآفرینی به آن توجه دارند. مسلماً نتیجه این فعالیت‌ها دستیابی به «توسعه» (با فراوانی ۳۲ و درصد ۱/۸) است. البته در مرتبه بعدی، فرد کارآفرین باید «خلاق/ با خلاقیت» (با فراوانی ۳۱ و واژه و ۱/۸ درصد) نیز باشد و به‌نوعی «مهارت» سطح بالا (فراوانی ۳۱ و درصد ۱/۸) داشته باشد. از نظر آنان کارآفرینی فعالیتی «اجتماعی/ او مربوط به» اجتماع است (با فراوانی ۱۷ کلمه و ۱ درصد) بوده و برای فرد کارآفرین نوعی «موفقیت» (با فراوانی ۱۷ کلمه و ۱ درصد) حساب می‌شود و حاصل آن «تغییر» (با فراوانی ۱۶ کلمه و ۰/۹ درصد) است. همچنین از نظر آنان کارآفرینی فعالیتی «دانش/ دانشی» (با فراوانی ۱۶ کلمه و ۰/۹ درصد) محسوب می‌شود. در مرتبه بعدی، کارآفرینی یک ویژگی «درونی/ نهانی» (با فراوانی ۱۶ کلمه و ۰/۹ درصد) فرد کارآفرین است که نشان از «کنترل» (با فراوانی ۱۶ کلمه و ۰/۹ درصد) فرد بر خود و اطراف دارد و در نتیجه آن کار یا فعالیتی «انجام» (با فراوانی ۱۵ کلمه و ۰/۸ درصد) می‌گیرد. در مرتبه بعدی کارآفرینی فعالیتی «تولید» (با فراوانی ۱۵ کلمه و ۰/۸ درصد) است و دارای «بهره» (با فراوانی ۱۴ کلمه و ۰/۸ درصد) برای فرد کارآفرین و یا اجتماع است. همچنین فعالیتی «ارزش/ ارزشمند» (با فراوانی ۱۳ کلمه و ۰/۷ درصد) است که در نتیجه آن امری یا چیزی «بهبود/ بهینه» (با فراوانی ۱۳ کلمه و ۰/۷ درصد) می‌یابد. دیگر کلماتی که بار معنایی باارزشی دارند در جدول شماره (۱) قابل مشاهده هستند.

یافته‌های تحلیل مضمون

یکی دیگر از تحلیل‌های انجام‌شده، استفاده از رویکردهای تحلیل کیفی است. در این رویکرد، تعداد ۳۵۴ واحد معنایی به‌عنوان «کد» استخراج شدند. این کدها در چهار مقوله (محوری) کلی: (۱) ماهیت کارآفرینی؛ (۲) هدف کارآفرینی؛ (۳) برون‌داد کارآفرینی؛ و (۴) ویژگی‌های فرد کارآفرین تقسیم‌بندی شدند. تعداد کدهای استخراج‌شده برای مقوله «ماهیت کارآفرینی» تعداد ۴۸ کد (۱۳/۶ درصد)؛ برای مقوله «هدف کارآفرینی» ۵۵ کد (۱۵/۵ درصد)، برای «برون‌داد کارآفرینی» تعداد ۷۶ کد (۲۱/۵ درصد) و برای «ویژگی‌های فرد کارآفرین» تعداد ۱۷۵ کد (۴۹/۴ درصد) بودند.

یافته‌های جدول شماره (۲) حاکی از آن است که در متون پژوهشی آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران، محققان بیشتر بر «ویژگی‌های فرد کارآفرین» تمرکز دارند؛ در اولویت دوم به «برون‌داد کارآفرینی»؛ در اولویت سوم، «هدف کارآفرینی»؛ و در اولویت چهارم به «ماهیت کارآفرینی» توجه نشان می‌دهند. زیر مقوله‌های هر یک از مقوله‌های محور به‌صورت زیر هستند.

جدول ۱: فراوانی تعداد کلمات دارای بار معنایی

Table 1: Frequency of words with semantic load

کلمه	فراوانی	درصد
کارآفرینی/ کارآفرین	257	14.6
نوآوری/ نوآورانه/ جدید/ ابداع	166	9.5
منبع	100	5.7
کار/ فعالیت	75	4.2
فرآیند	54	3.1
خطر	44	2.5
کسب	43	2.4
اقتصادی	41	2.3
ایجاد	41	2.3
سازمان	38	2.2
فرصت	38	2.2
توانایی	35	2
توسعه	32	1.8
مهارت/ ماهر	32	1.8
خلاق	31	1.8
تغییر/ دگرگونی‌ها/ متفاوت	28	1.5
دانش/ اطلاعات	22	1.2
اشتغال/ اشتغال/ کارفرمایی	20	1.1
اجتماعی/ جامعه	29	1.7
موفقیت	17	1
درون	16	0.9
کنترل	16	0.9
انجام	15	0.8
تولید	15	0.8
بهره	14	0.8
ارزش	13	0.7
بهبود	13	0.7
نیروی	13	0.7
مالی/ ثروت/ بودجه	13	0.7

این یافته حاکی از آن است که از نظر محققان و نویسندگان ایرانی، «کارآفرینی» با «نوآوری»، «جدید بودن»، «نو بودن»، «فعالیتی «نوآورانه» و مواردی از این قبیل عجین است؛ یعنی ماهیت کارآفرینی، نوآوری است. در مرتبه دوم کلمه «منبع» (با فراوانی ۱۰۰ و ۵/۷ درصد) بیشترین فراوانی را دارد. بدین ترتیب می‌توان دریافت محققان در آموزش عالی ایران، کارآفرینی را «منبعی» برای سرمایه، منبعی برای اشتغال، منبعی برای شروع کسب‌وکار و ... می‌دانند. در مرتبه سوم کلمه «کار/ فعالیت» (با فراوانی ۷۵ و درصد ۴/۲) قرار دارد؛ بدین ترتیب می‌توان گفت از نظر محققان ایرانی کارآفرینی نوعی «کار و فعالیت» است. در مرتبه چهارم، کلمه فرآیند (با فراوانی ۵۴ و درصد ۳/۱) قرار دارد؛ بدین معنا که از نظر محققان ایران، کارآفرینی نوعی «فرآیند» بوده و ماهیتی «فرآیند گونه» دارد. در مرتبه پنجم دو کلمات «کسب‌وکار» و «خطر» (با فراوانی ۴۳ و درصد ۲/۴) قرار دارد؛ یعنی از نظر محققان ایرانی، کارآفرینی منتج به «کسب‌وکار» جدید شده و لازم است فرد کارآفرینی دارای ویژگی «خطر» پذیری، ریسک‌پذیری و ... باشد. «اقتصاد» و «مسائل اقتصادی» کلمه‌ای است که (با فراوانی ۴۱ و درصد ۲/۳) در مرتبه ششم قرار دارد. در مرتبه هفتم، از نظر محققان در ایران،

۴) «اشتغال» با ۴ واحد معنایی به عنوان اهداف کارآفرینی ذکر شده بودند. از دیگر اهدافی که برای کارآفرینی بیان شده بودند به ترتیب عبارتند از: «رقابت اقتصادی»، «رشد تولید»، «رضایت شخصی»، «بهبود وضعیت اجتماعی»، «کارفرمایی»، «ایجاد ارزش»، «پیشگامی» و «بهبود وضعیت فرهنگی». در شکل شماره (۲) برون داد نرم افزار مکس کیودا-۱۰ مربوط به «هدف کارآفرینی» نشان داده شده است.

تحلیل مقوله «برونداد کارآفرینی»

در مورد مقوله محوری «برونداد کارآفرینی» تعداد ۷۶ واحد معنایی استخراج گردید. در این مقوله، مشخص می شود که محققان «از کارآفرینی چه انتظاری دارند؟». یافته های مربوطه نشان داد که بیشترین انتظاری که از کارآفرینی وجود دارد به صورت زیر است: ۱) «ایجاد کسب و کار (جدید)» با تعداد ۱۶ واحد معنایی؛ و ۲) «عرضه محصولی جدید به بازار» با تعداد ۱۳ واحد معنایی. در مرتبه سوم، انتظار می رود که «کارآفرینی خدمت جدیدی عرضه کند». حداقل تعداد ۸ واحد معنایی انتظار داشتند یکی از برون دادهای کارآفرینی «عرضه خدمتی جدید» باشد. در اولویت چهارم زیر مقوله «شغل جدید» قرار دارد که حداقل تعداد ۷ واحد معنایی انتظار بر این بود که برون داد کارآفرینی «ایجاد شغل جدید» باشد. بعد از آن انتظارات برون داد کارآفرینی به ترتیب ارائه «ایده جدید»، ایجاد «عرضه بازار جدید»، «عرضه روش جدید»، «عرضه پدیده جدید و باارزش»، «عرضه دانش جدید»، «ایجاد سازمان جدید»، «اصلاح اجتماع» و «ایجاد رضایت مندی» است. شکل شماره (۳) برون داد نرم افزار مکس کیودا-۱۰ مربوط به «برونداد کارآفرینی» نشان داده شده است:

جدول ۲: برون داد مقوله های محوری تحلیل مضمون مقالات پژوهشی

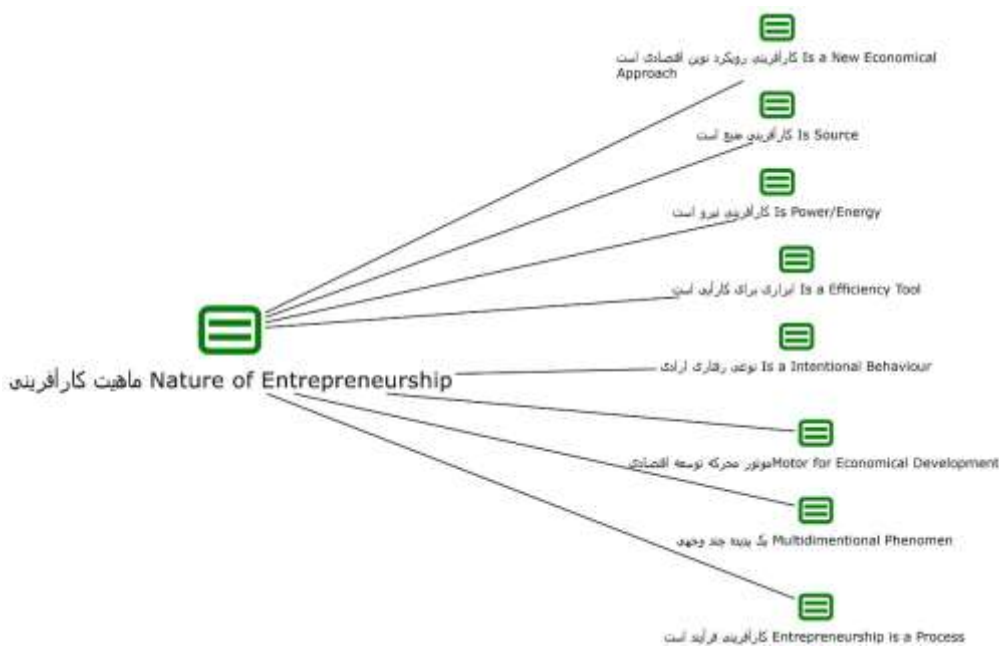
درصد	فراوان	axial category	مقوله محوری
Percent	Frequency		
13.6	48	Nature of Entrepreneurship	ماهیت کارآفرینی
15.5	55	Goals of Entrepreneurship	هدف کارآفرینی
21.5	76	Output of Entrepreneurship	برونداد کارآفرینی
49.4	175	Features of Entrepreneur	ویژگی های فرد کارآفرین

تحلیل مقوله «ماهیت کارآفرینی»

از بین واحدهای معنایی استخراج شده، تعداد ۴۸ واحد معنایی به مقوله محوری ماهیت کارآفرینی مرتبط بود. زیر مقوله های فرعی این مقوله محوری به صورت زیر بودند. بیشترین فراوانی زیر مقوله این مقوله محوری به ترتیب عبارت بودند از: ۱) «کارآفرینی یک فرآیند است»، با ۲۶ واحد معنایی؛ ۲) «کارآفرینی یک پدیده چندوجهی است» با ۵ واحد معنایی؛ ۳) «کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی» است با ۴ واحد معنایی؛ ۴) «کارآفرینی یک نوع رفتار ارادی است» با ۳ بار معنایی؛ ۵) «کارآفرینی ابزار کارایی است»، «کارآفرینی نیرو است»، «کارآفرینی منبع است» و در نهایت «کارآفرینی یک رویکرد نوین اقتصادی» است هر کدام حداقل با ۲ واحد معنایی. در شکل شماره (۱) برون داد نرم افزار مکس کیودا-۱۰ مربوط به «ماهیت کارآفرینی» نشان داده شده است.

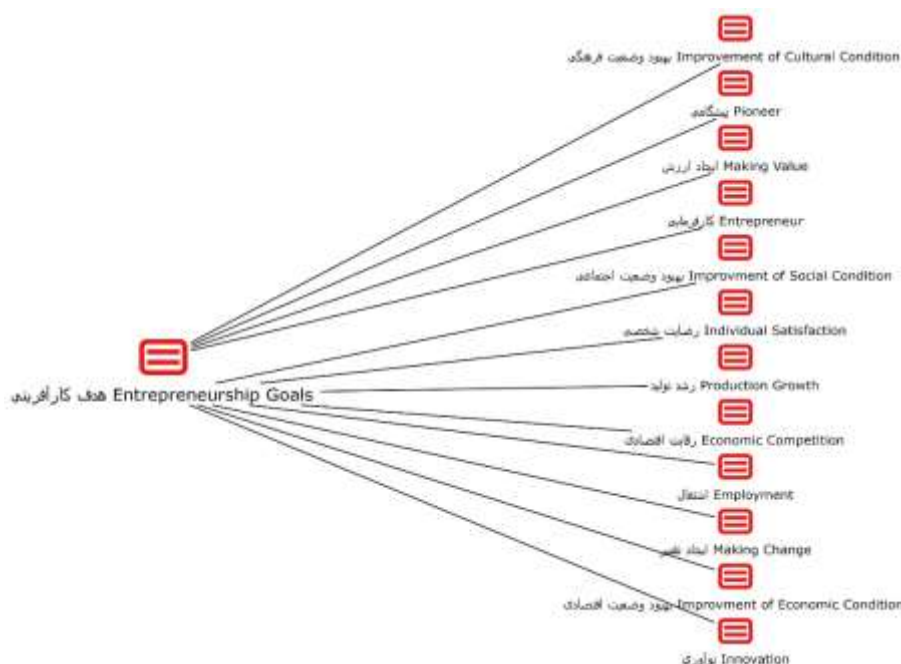
تحلیل مقوله «هدف کارآفرینی»

در مقوله محوری «هدف کارآفرینی»، ۵۵ واحد معنایی استخراج شد. زیر مقوله های این مقوله محوری به ترتیب بیشترین تعداد واحدهای معنایی عبارتند از: ۱) «نوآوری» با ۱۶ واحد معنایی؛ ۲) «بهبود وضعیت اقتصادی» با ۱۱ واحد معنایی؛ ۳) «ایجاد تغییر» با ۵ واحد معنایی؛



شکل ۱: الگوی زیر مقوله های مقوله کلی «ماهیت کارآفرینی»

Fig. 1: Subcategory pattern of general category 'entrepreneurial nature'



شکل ۲: الگوی زیر مقوله‌های مقوله کلی «هدف کارآفرینی»

Fig. 2: Subcategory pattern of general category of 'entrepreneurial goals'

تحلیل مقوله «ویژگی‌های فرد کارآفرین»

معنایی استخراج شده بعدی برای ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرینی به ترتیب می‌توان به زیر مقوله‌های معنایی زیر اشاره نمود: «فرد کارآفرین سخت‌کوش است»، «او به وضع موجود اعتماد ندارد»، «به‌تنهایی اقدام به عمل و حرکت و درنهایت تغییر می‌کند»، او فردی «دوراندیش» است.

یکی دیگر از زیر مقوله‌های ویژگی فرد کارآفرین، «ویژگی‌های فکری» او بود. در تحلیل زیر مقوله‌های این واحد معنایی یافته‌های زیر به دست آمدند: بیشترین واحد معنایی در زیر مقوله ویژگی‌های فکری، «خلاقیت» فرد کارآفرین بود. در حقیقت این افراد در دامنه واژه‌هایی از قبیل «مبتکر»، «نوآور»، «خلاق» و ... توصیف می‌شوند. در اولویت دوم، این افراد «فرصت‌ها را به‌خوبی کشف می‌کنند». در اولویت سوم «ظرفیت فردی» این افراد بسیار بالاست؛ در اولویت چهارم «این افراد نظم درونی دارند». در اولویت پنجم، چون این افراد قالب فکری ساختارمند دارند به‌راحتی «برای کار خود ساختار و قالب مشخص تعیین می‌کنند»؛ و یکی دیگر از ویژگی‌هایی که برای این افراد ذکر شده است، توانمندی «کنترل وقایع» است. در شکل شماره (۴) برونداد نرم‌افزار مکس کیودا-۱۰ مربوط به «ویژگی‌های فرد کارآفرین» نشان داده شده است.

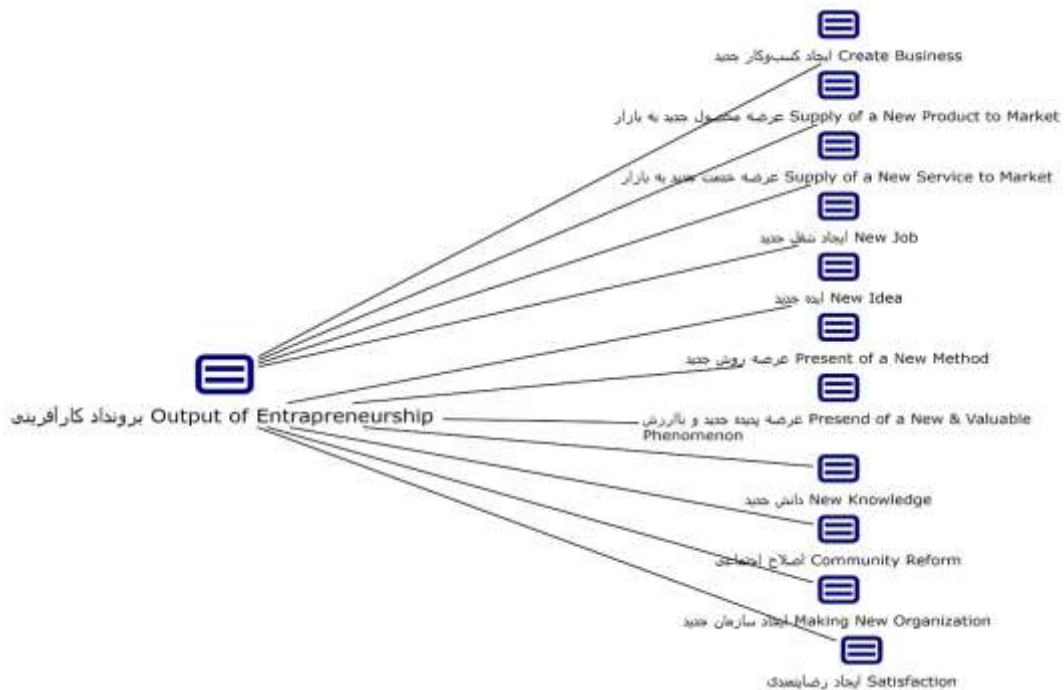
بحث

در بسیاری از متون پژوهشی اذعان شده است که محققان برداشت مبهمی از معنای کارآفرینی دارند (۲۲؛ ۱۱)؛ و بسیاری دیگر). بررسی سیر نفوذ و رسوخ کارآفرینی در اروپا و ایالات متحده نشان می‌دهد که طیف وسیعی از عوامل مختلف موجب شده این موضوع در کانون توجه اجتماع و علی‌الخصوص محققان آموزش عالی قرار گیرد.

یکی دیگر از مقوله‌ها یا مضامینی که در متون پژوهشی در ایران به آن بیشتر توجه شده است «ویژگی‌های فرد کارآفرین» است. تعداد ۱۷۵ واحد معنایی به این مقوله پرداخته است. این واحدهای معنایی در سه زیر مقوله فرعی با عناوین «ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین»، «ویژگی‌های فکری فرد کارآفرینی» و «ویژگی‌های کاری فرد کارآفرین» طبقه‌بندی شده است. به لحاظ آماری، بیشترین تعداد واحدهای معنایی استخراج شده با فراوانی ۷۸ واحد به «ویژگی‌های کاری فرد کارآفرین» پرداخته است. در اولویت دوم، تعداد ۷۴ واحد مربوط به «ویژگی‌های شخصیتی» فرد کارآفرین و در اولویت سوم ۲۳ واحد معنایی به «ویژگی‌های فکری» فرد کارآفرین توجه شده است.

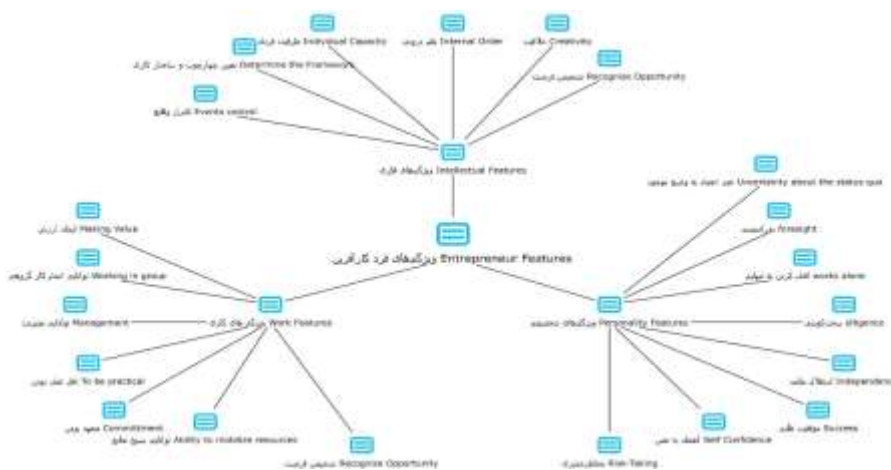
در تحلیل زیر مقوله‌های «ویژگی‌های کاری» فرد کارآفرین مشخص شد که بیشترین توجه به «فرصت‌طلب» بودن فرد کارآفرین پرداخته است؛ در اولویت دوم فرد کارآفرین «توانایی بسیج منابع» را دارد؛ در اولویت سوم «متعهد بودن» فرد کارآفرین به کارش است که مهم‌تر است؛ و در اولویت چهارم «اهل عمل بودن» فرد کارآفرین بیشترین توجه را داشته است. از دیگر ویژگی‌های کاری فرد کارآفرین می‌توان به ترتیب به «توانایی مدیریت، علی‌الخصوص نیروی انسانی»، «توانایی انجام کار گروهی» و «توانایی ایجاد ارزش» اشاره نمود.

در تحلیل زیر مقوله‌های «ویژگی‌های شخصیتی» می‌توان به موضوعات زیر اشاره نمود: در اولویت اول «مخاطره پذیری یا ریسک‌پذیری» فرد کارآفرین است که او را متفاوت از دیگران می‌کند؛ در اولویت دوم «اعتمادبه‌نفس اوست»، در اولویت سوم «توفیق طلبی» فرد کارآفرین است و در اولویت چهارم «استقلال طلبی» فرد کارآفرین است. واحدهای



شکل ۳: الگوی زیر مقوله‌های مقوله کلی «برونداد کارآفرینی»

Fig. 3: Subcategory pattern of general category of 'entrepreneurship output'



شکل ۴: الگوی زیر مقوله‌های مقوله کلی «ویژگی‌های فرد کارآفرین»

Fig. 4: Subcategory pattern of general category of 'entrepreneur features'

انتخاب شد. عمل تحلیل در دو سطح انجام شد: در سطح واژگان و در سطح «واحدهای معناشناختی». یافته‌های مقاله در سطح اول تحلیل، یعنی تحلیل «واژگان»، نشان داد که در متون پژوهشی در ایران، ده توصیف اول (به عبارتی ده واژه اول) که برای تعریف کارآفرینی یا توصیف کارآفرین بیشتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند به ترتیب عبارتند از: «کارآفرینی نوآوری است»، «کارآفرینی منبع است و با منابع سروکار دارد»، «کارآفرینی نوعی کار/ فعالیت است»، «کارآفرینی فرآیند است»، «کارآفرینی کسب‌وکار است»، «کارآفرینی خطرپذیری و ریسک‌پذیری می‌کند». «کارآفرینی به مبحث اقتصادی مربوط است»، در «کارآفرینی بالاخره چیزی خلق/ ایجاد

بعضی از مهم‌ترین عواملی که خیلی مورد تأکید قرار گرفته‌اند، به صورت زیر است: رکود اقتصادی، بالا رفتن نرخ بیکاری (علی‌الخصوص فارغ‌التحصیلان دانشگاهی)، نوسان در چرخه تجارت بین‌المللی و ... [۲۳]. با توجه به رشد و توسعه روزافزون موضوع کارآفرینی و برگزاری برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران، این پژوهش باهدف شناسایی کلمات و واحدهای معنایی استفاده‌شده برای تعریف کارآفرینی و توصیف کارآفرین در متون پژوهشی «آموزش کارآفرینی» ایران انجام شد. از آنجا که تعریف و توصیف دقیق یک ویژگی یا مفهوم را می‌توان در متون آموزشی-پژوهشی دریافت؛ در مقاله حاضر آن دسته از مقالات پژوهشی که به موضوع «آموزش کارآفرینی» پرداخته بودند برای تحلیل

مقایسه دو سطح تحلیل باهم نشان می‌دهند که اگر ده مؤلفه اول در هر دو سطح تحلیل باهم مقایسه شوند همپوشانی زیادی بین آنها وجود دارد؛ ولی اگر ترتیب اولویت‌بندی مؤلفه‌ها باهم مقایسه شوند می‌توان دریافت که محققان در ایران، کارآفرینی را بیشتر تحت سیطره افراد «مخاطره پذیر/ ریسک‌پذیر» و «فرصت‌طلب» می‌دانند و ویژگی «نوآوری» آن‌ها در مرتبه سوم اولویت قرار دارد. درحالی‌که برای تعریف و توصیف کارآفرینی و زیر موضوعات آن بیشتر از واژه «نوآوری» استفاده می‌کنند.

نتیجه‌گیری

با ملاحظه یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان نتیجه گرفت: اولاً، هم در سطح واحدهایی معنایی و هم در سطح واژگان مورد استفاده، متخصصان آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران، همسو با متخصصان امر، آن را محرک نوآوری و منتهی به خلق کسب‌وکار و ایجاد اشتغال می‌دانند.

دوم اینکه، چون در هر دو سطح تحلیل، یافته‌ها حاکی از توجه بیشتر به ویژگی‌های فرد کارآفرین است؛ لذا شاید بتوان نتیجه گرفت که متخصصان آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران، کارآفرین شدن را یک ویژگی فردی می‌دانند؛ از همین رو است که به‌نوعی بر ویژگی‌های افراد کارآفرین تأکید و توجه وجود دارد.

سوم اینکه، با توجه به گستره و تنوع مفاهیمی که در متون آموزش کارآفرینی در ایران به آن توجه شده است؛ شاید برنامه‌های درسی مصوب و مورد قبول همگان برای آموزش کارآفرینی به دانشجویان وجود نداشته باشد و در هر یک از دوره‌های انجام‌شده بعدی خاص مورد آموزش قرار گرفته و بسیاری از موضوعات دیگر مورد غفلت قرار بگیرد یا زمان لازم برای پرداختن به آن‌ها فراهم نشود.

بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود، با ملاحظه اهدافی که از کارآفرینی و کارآفرینان انتظار می‌رود با مشارکت صاحب‌نظران امر، سرفصل‌هایی تدارک دیده شده و برای دوره‌های مختلف آموزش داده شود.

مشارکت نویسندگان

سیده پروانه تقی نژاد، در امر ایده‌پردازی، طرح پژوهش، گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نگارش پیش نویس دست‌نوشته و اصلاحات خواسته شده مشارکت داشته و دکتر عزت‌الله نادری و دکتر مریم سیف نراقی، در امر ایده‌پردازی و طرح پژوهش، راهنمایی در تجزیه و تحلیل، اصلاح اساسی نسخه دست‌نوشته و راهنمایی برای اصلاحات خواسته شده مشارکت داشتند.

تشکر و قدردانی

راهنمایی‌های ارزشمند جناب آقای علی دلایی میلان - همکار دانشگاه ارومیه و دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه

می‌شود»، در «کارآفرینی فرصت‌ها غنیمت شمرده می‌شوند»، «فرد کارآفرین توانمند است»؛ یعنی واژه‌های نوآوری، منبع، کار/ فعالیت، فرآیند، کسب‌وکار، خطرپذیری/ ریسک‌پذیری، اقتصاد، خلق/ ایجاد، فرصت، توانایی مورد نظر است. در تبیین یافته‌های به‌دست‌آمده می‌توان گفت که نویسندگان و پژوهشگران در دانشگاه‌های ایران، اولاً کارآفرینی را امری آموزش پذیر می‌دانند که به‌صورت فرآیندی می‌توان آن را در گام‌های مختلف برای افراد ارائه داد و آن‌ها را به مهارت‌های موردنیاز کارآفرین بودن مجهز ساخت. دوم اینکه آن‌ها همانند سیاست‌گذاران اجتماعی معتقد هستند که آموزش کارآفرینی به‌احتمال‌زیاد می‌تواند منجر به کارآفرین شدن فرد آموزش‌دیده شود؛ چراکه در این متون، اکثریت ویژگی‌های فرد کارآفرین و نیز عوامل مؤثر بر کسب‌وکار کارآفرینی ملاحظه شده است. سوم اینکه، با ملاحظه گستردگی مفاهیم موردتوجه در این متون، به‌نوعی می‌توان احتمالاً شاهد تنوع و نبود برنامه درسی استاندارد، همگون و متجانس برای آموزش دوره‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور بود. در تطبیق یافته‌های این تحقیق با یافته‌های گذشته، لازم به ذکر است که پژوهشی که همسو با اهداف پژوهش حاضر باشد یافت نشد؛ اما می‌توان از بعد آموزش پذیر بودن ویژگی‌های کارآفرینی و نیز تأثیرگذاری دوره‌های آموزش کارآفرینی بر کارآفرین شدن فرد استنتاج‌هایی را انجام داد که همسو با تحقیقات انجام‌شده در این زمینه است.

یافته‌های سطح دوم تحلیل، یعنی تحلیل واحدهای معنایی، نشان داد که بیشترین واحد معنایی در سطح تحلیل مقوله‌های اصلی مربوط به توصیف «ویژگی‌های فرد کارآفرین» است. در بین تمام زیر مقوله‌های تحلیل واحدهای معنایی، ده واحد معنایی که بیشتر از بقیه به آن‌ها پرداخته شده است به ترتیب عبارت است از: واحد معنایی «مخاطره‌پذیری یا ریسک‌پذیری» با ۳۳ واحد معنایی در اولویت اول قرار دارد. در اولویت دوم واحد معنایی «فرصت‌طلب» بودن فرد کارآفرین با ۲۲ واحد معنایی و «نوآوری» با ۱۶ واحد معنایی در اولویت سوم قرار داشتند. اولویت‌های بعدی به ترتیب عبارتند از: «ایجاد کسب‌وکار (جدید) است» با تعداد ۱۶ واحد معنایی، «عرضه محصول جدید به بازار» با تعداد ۱۳ واحد معنایی، «خلاقیت» فرد کارآفرین با ۱۳ واحد معنایی، «توانایی بسیج منابع» با ۱۲ واحد معنایی، «اعتمادبه‌نفس» با ۱۲ واحد معنایی؛ «بهبود وضعیت اقتصادی» با ۱۱ واحد معنایی و «عرضه خدمتی جدید» با تعداد ۸ واحد معنایی. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش‌هایی که کارآفرینی را محرک نوآوری و ایجاد اشتغال [۹] می‌دانند همسوست. همچنین از این منظر که آموزش کارآفرینی بر روی قصد و نیت کارآفرینی دانش‌آموختگان تأثیر مثبت دارد نیز با پژوهش‌های [۱۸]، [۱]، [۴]، [۲۴]، [۲]، [۱۲]، [۲۵] و [۵] همسوست. چراکه در ذات اکثر واحدهای معنایی مستخرج این پدیده نهفته است که آموزش کارآفرینی روی گرایش مشارکت‌کنندگان به اقدام کارآفرینانه تأثیر احتمالی مثبت دارد.

New Approaches in Educational Administration. 2014; 5 (1):153-174. Persian

[11] Zali M R, Razavi S M. Analytical study of entrepreneurship education in universities. *Journal of Humanities and Social Sciences*. 2005; 4(16): 51-82.

[12] Bae T J, Qian S, Miao C, Fiet J. The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2014; 38 (2): 217-254.

[13] Sanchez J C. The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*. 2013; 51 (3): 447-465.

[14] Oosterbeek H, Van Praag M, Ijsselstein A. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*. 2010; 54 (3): 442-454.

[15] Chang J, & Rieple A. Assessing students' entrepreneurial skills development in live projects. *Journal of Small Business Enterprise Development*. 2013; 20 (1): 225-241.

[16] Nowiński W, Haddoud M Y, Lančarič D, Egerová D, Czeglédi C. The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*. 2019; 44 (2): 361-379.

[17] Pittaway L, Cope J. Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*. 2007; 25 (5): 479-510.

[18] Hahn D, Minola T, Bosio G, Cassia L. The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: A family embeddedness perspective. *Small Business Economics*. 2020; 55(1): 257-282.

[19] Neck H M, Corbett A C. The scholarship of teaching and learning entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. 2018; 1(1): 8-41.

[20] Stamboulis Y, and Barlas A. Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*. 2014; 12 (3): 365-373.

[21] Commission of the European Communities. *Implementing the Community Program: Fostering Entrepreneurial Mindsets Through Education and Learning*. Brussels.

[22] Garavan T N, O'Cinneide B. Entrepreneurship education and training programs: A review and evaluation. Part 1. *Journal of European Industrial Training*. 1994; 18 (8):3-12.

[23] Barnard A, Pittz T, Vanevenhoven J. Entrepreneurship education in U.S. community colleges: A review and analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2019; 26 (2):190-208.

[24] Klofsten M, Fayolle A, Guerrero M, Mian S, Urbano D, & Wright M. The entrepreneurial university as driver for economic growth and social change Key strategic challenges.

اصفهان- که در استفاده از نرم‌افزارها کمک شایانی کردند، شایسته قدرانی است.

تعارض منافع

این مقاله در راستای انجام رساله دانشجویی در مقطع دکترای تخصصی در رشته برنامه‌ریزی درسی با عنوان «طراحی چهارچوب کارگاه آموزشی» به منظور ارتقاء صلاحیت حرفه‌ای اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه مبتنی بر استانداردهای سازمان ملی کارآفرینی و ارزشیابی آن از منظر متخصصان ذی‌ربط» تدوین و نگاشته شده است و هیچ‌گونه تعارض منافع مالی یا مالکیت فکری با هیچ شخص یا نهادی، من جمله نویسندگان ندارد.

«هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است».

منابع و مآخذ

[1] Bezanilla M J, García-Olalla A, Paños-Castro J, Arruti A. Developing the entrepreneurial university: Factors of influence. *Sustainability*. 2020; 12 (3): 842.

[2] Nabi G, Walmsley A, Liñán F, Akhtar I, Neame C. Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*. 2018; 43 (3): 452-467.

[3] Henry C, Hill F, Leitch C. Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+ Training*. 2005; 47 (2): 98-111.

[4] Jena RK. Measuring the impact of business management student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*. 2020; 107: 106275.

[5] Pittaway L, Cope J. Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International small business journal*, 2007; 25(5): 479-510

[6] Miller D J, Acs Z J. The campus as entrepreneurial ecosystem: The university of Chicago. *Small Business Economics*. 2017; 49 (1): 75-95.

[7] Gibb A. Can we build "effective" entrepreneurship through management development? *Journal of General Management*. 1999; 4 (4): 1-21.

[8] Nabi G, Liñán F, Fayolle A, Krueger N, Walmsley A. The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning and Education*. 2017; 16 (2): 277-299.

[9] Vodă A I, Florea N. Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*. 2019; 11 (4): 1192

[10] Amin-Bidokhti AA, Maleki F. [The effect of TRIZ skills training on strengthening entrepreneurial mood.] *Journal of*



دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات نیز کرسی استادی دارند. دکتر نادری مقالات علمی و پژوهشی بیشماری را در نشریات ISI، پژوهشی داخلی، ترویجی و همایش‌های ملی و بین‌المللی مختلف تحریر کرده‌اند. همچنین راهنمایی پایان‌نامه‌های دانشجویان بی‌شماری را در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی در دانشگاه‌های داخل و خارج از کشور بر عهده داشته‌اند. از دیگر آثار برجسته استاد، کتاب‌های درسی دانشگاه‌های داخل کشور در مقاطع مختلف است که بعضی از آن‌ها چندین مرتبه ویرایش و چاپ شده‌اند.

Naderi, E. Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

enaderi@iaua.ac.ir



مریم سیف نراقی استاد دانشگاه علامه طباطبایی هستند. ایشان استاد افتخاری دانشگاه دیکن استرالیا بوده و از اساتید گروه علوم تربیتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران نیز می‌باشند. مقالات علمی و پژوهشی بیشماری را

در نشریات ISI، پژوهشی داخلی، ترویجی و همایش‌های ملی و بین‌المللی مختلف تحریر کرده و راهنمایی پایان‌نامه‌های دانشجویان بسیاری را در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی در دانشگاه‌های داخل و خارج از کشور بر عهده داشته‌اند. از دیگر آثار برجسته ایشان، کتاب‌های درسی دانشگاه‌های داخل کشور در مقاطع مختلف است که بعضی از آن‌ها چندین مرتبه ویرایش و چاپ شده‌اند.

Seif-Naraghi, M. Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University Tehran, Iran.

mseifnaraghi@iaua.ac.ir

Technological Forecasting and Social Change. 2019; 141: 149-158.

[25] Perkmann M, Tartari V, McKelvey M, Autio E, Broström A, D'Este P., ... Krabel S. Academic engagement and commercialization: A review of the literature on university-industry relations. *Research Policy*. 2013; 42 (2): 423-442.

[26] Smith S, Hamilton M, & Fabian K. Entrepreneurial drivers, barriers and enablers of computing students: Gendered perspectives from an Australian and UK university. *Studies in Higher Education*. 2019; 1892:1905

[27] Fayolle A, Gailly B. From craft to science, teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*. 2008; 32 (2): 569-593.

معرفی نویسندگان

AUTHOR(S) BIOSKETCHES



سیده پروانه تقی‌نژاد دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران می‌باشند. ایشان فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی در رشته اقتصاد گرایش اقتصاد بازرگانی از دانشگاه ارومیه و مقطع کارشناسی ارشد در رشته علوم تربیتی گرایش برنامه‌ریزی درسی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه هستند. در مهرماه سال ۱۳۹۵ در مقطع دکترای تخصصی رشته برنامه‌ریزی درسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات پذیرش گرفتند. ایشان دارای ۸ مقاله چاپ شده هستند و همچنین سابقه داوری ۲۹ مقاله از نشریات با درجات علمی مختلف را در کارنامه خود دارند.

Taghinezhad, S.P. Phd student of Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran.

p.taghinejad@urmia.ac.ir

عزت‌الله نادری استاد دانشگاه خوارزمی هستند. ایشان جزو سرآمدان علمی کشور و استاد افتخاری دانشگاه دیکن کشور استرالیا بوده و در

Citation (Vancouver): Taghinezhad S.P, Naderi E, Seif-Naraghi M, [Exploring the Concept of Entrepreneurship in Higher Education: A Systematic Review of Research Articles in Entrepreneurship Education with Thematic Analysis Approach]. *Tech. Edu. J.* 2021; 15(3): 555-566

<http://dx.doi.org/10.22061/tej.2020.6608.2426>



COPYRIGHTS

©2021 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.