شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار در سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی ایران: ارائه یک مدل مفهومی[1]

مصطفی قادری[2]
کویستان محمدیان[3]
علی کشاورززاده[4]*
مجید قاسمی[5]
عاطفه ریگی[6]
لطف الله ساعد موچشی[7]

چکیده

هدف اساسی پژوهش حاضر شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی ایران بود. روش پژوهش کیفی از نوع داده بنیاد و ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه باز بود. روش نمونه‌گیری پژوهش هدفمند و شامل ۴۰ نفر از پژوهشگران و صاحب‌نظران در سطوح وزارت علوم تحقیقات و فناوری و

---

۱. مقاله برگرفته از پژوهش آزاد و در طی سال ۱۳۹۶ در سطوح وزارت علوم تحقیقات و فناوری و دانشگاه‌های سه استان انجام‌گرفته است.

۲. دانشیار مطالعات برنامه درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی، پست الکترونیک: Mostafa.ghaderi@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری تخصصی برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، پست الکترونیک:keostan_mohmdi@yahoo.com

۴. دانشجوی دکتری تخصصی برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، مسئول مکاتبه، پست الکترونیک:keshavarz.ali66@gmail.com

۵. دانشجوی دکتری تخصصی برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، پست الکترونیک:gmajid13@gmail.com

۶. دانشجوی دکتری تخصصی برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان. پست الکترونیک:Atefe.rigi@gmail.com

۷. دانشجوی دکتری تخصصی برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان. پست الکترونیک:Lotfollah.Saed@gmail.com

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

دانشگاه‌های سه استان کردستان، همدان و سیستان و بلوچستان انتخاب شد. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل تم در قالب کدهای باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. فرض اصلی پژوهش، سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی در دو بعد عمودی و افقی بود. سیاست‌گذاری عمودی مبتنی بر بازار کار ازجمله؛ فرهنگ‌سازی کار، اصلاح ساختارهای بازار و دانشگاه، نیازسنجی بر اساس بازار کار، اصلاح قوانین (آموزش، پژوهشی، جذب اساتید) مبتنی بر بازار کار، حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی، تبلیغات ایده‌های دانشگاهی در راستای بازار کار، سیاست‌گذاری کلان مبتنی بر بازار کار، سیاست‌گذاری خرد مبتنی بر بازار کار می‌باشد و سیاست‌گذاری افقی مبتنی بر بازار شامل؛ تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها، ارتباط صنعت و دانشگاه، تربیت دانشجوی کارآفرین در بازار کار، سیاست کارورزی و مهارت‌آموزی، کاربرد فناوری اطلاعات در بازار کار و دانشگاه، توجه به مسائل آموزشی مبتنی بر اقتصاد، تبدیل نیروی انسانی به سرمایه انسانی، تغییر نظام ارزیابی در دانشگاه بود. درنهایت با استفاده از یافته‌های پژوهش، مدلی تحت عنوان مدل سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار ارائه گردید.

کلید واژها: سیاست‌گذاری عمودی، سیاست‌گذاری افقی، بازار کار، آموزش عالی

مقدمه

مهم‌ترین عامل توسعه هر جامعه‌ای داشتن نیروی انسانی متخصص می‌باشد (انتظاری، ۱۳۸۸). تأمین نیروی متخصص با کمک آموزش عالی صورت می‌گیرد. بنابراین اهمیت، نقش آموزش عالی در توسعه اقتصادی از سال‌ها پیش موردتوجه اقتصاددانان بوده است (اسمیت[1]، ۱۹۸۷؛ مینسر[2]، ۱۹۵۸؛ شولتز[3]، ۱۹۶۱؛ بکر[4]، ۱۹۶۲). به این دلیل که، سرمایه‌گذاری در آموزش عالی، بهره‌وری منابع تولید و کارایی بنگاه‌های اقتصادی را افزایش می‌دهد (طیبی و زمانی، ۱۳۹۳) و (کاوسی و احمدی، ۱۳۸۹). بر این اساس، وظایفِ مهم آموزش عالی، پرورش نیروی انسانی کارآمد برای اشتغال در بخش‌های مختلف جامعه است (شریف‌زاده، ۱۳۹۰) و (سازمان همکاری توسعه اقتصادی، ۱۹۹۶). به این معنا که توسعه ارتباط بازار کار و دانشگاه بر اساس نیازها و توانمندی‌های دو طرف صورت می‌گیرد (امجدی، ۱۳۹۳) و (بانک جهانی، ۲۰۱۶ به نقل از شکیبایی و صمیمی، ۱۳۹۵). بنابراین، امروزه توسعه اقتصادی نیازمند نظام آموزش عالی پویا و هماهنگ با تحولات نظام اشتغال می‌باشد (جلایی اسفندآبادی و صمیمی، ۱۳۹۳) و (بانک جهانی، ۲۰۰۳)، (سازمان همکاری ملل متحد[5]، ۲۰۰۵).

1.Smith
2.Mincer
3.Shultz
4.Becker
5.UNDP

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

بیان مسئله

مدل‌های اداره کردن[1] و سیاست‌گذاری آموزش عالی به سه مدل دولت‌گرا، بازار محور و خود اداره کردن دانشگاهیان تقسیم می‌شود (استرمانا و نوکالا[2]، ۲۰۰۹). در مدل بازار محور، رابطه میان آموزش عالی و بازار، مسئله اصلی در برنامه‌ریزی‌های آموزش عالی به شما می‌آید (گالوپ[3]، ۲۰۱۴). بر طبق این مدل، نظام آموزش عالی رابطه تنگاتنگ با بازار کار دارد و تلاش می‌نمایند تا فرصت‌های شغلی را فراهم آورد و بدین ترتیب، راه را برای اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی فراهم آورد (حیدری عبدی، ۱۳۹۵). در ابتدای ظهور رویکرد بازاری در عرصه آموزش عالی، پذیرش و کارکرد آن نسبتاً آهسته بوده است. بدین معنا که، استقبال عموم از مفهوم مدل مذکور در دنیا چندان قابل‌توجه نبود. به همین خاطر بود که، اگرچه این مدل در دهه ۱۹۵۰ معرفی شد، ولی تا دهه ۱۹۹۰ مورد استقبال قرار نگرفت و حتی پس‌ازآن نیز متفکران برجسته‌ای چون مایکل پورتر[4] (۲۰۰۱) واکنش خوبی نسبت به آن نداشتند.

امروزه این مدل به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بخش اصلی چشم‌انداز بازار کار آموزش عالی محسوب می‌شوند (تین و مارتین[5]، ۲۰۱۴). برای ایجاد هماهنگی بین سیستم آموزش عالی و بازار کار، اقدامات متفاوتی در سطح کشورهای دنیا صورت گرفته که می‌تواند این هماهنگی لازم را فراهم سازد (کلیری و همکاران، ۲۰۱۷). بر طبق این مدل دولت نقش فعال و مداخل‌های در دانشگاه‌ها ندارد و برنامه‌های آموزشی و پژوهشی مؤسسات آموزشی بر اساس خواسته‌های که در بازار کار ظهور پیداکرده توسعه می‌یابد (کلیری و همکاران[6]، ۲۰۱۷). نقش بودجه دولت در آموزش عالی بر اساس این مدل به حداقل می‌رسد و کلیه هزینه‌ها از طریق ارتباط دانشگاه و بازار کار تأمین می‌شود. همچنین این مدل مثل مدیریت نظارت دولت، تأکید قوی بر روی برنامه‌ریزی و مدیریت در سطح سازمانی دارد (تایلر و میرو[7]، ۲۰۰۲).

سیستم آموزش عالی در ایران مبتنی بر برنامه‌ریزی بر اساس دولت‌گرا است و دغدغه اصلی، بحث گسترش کمی آموزش عالی است (کشاورز زاده و همکاران، ۱۳۹۵). بررسی پنج برنامه توسعه جمهوری اسلامی ایران که در طی سال‌های اخیر اجراشده، حاکی از این است که، الگوی اداره کردن در طی برنامه اول و دوم توسعه الگوی دولت‌گرا بوده، از برنامه توسعه سوم به بعد و با توجه به تغییراتی که تحت تأثیر شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جهت‌گیری، بینش و نگرش مسئولان و برنامه ریزان به وقوع پیوسته به‌تدریج الگوی اداره

1.Governance
2.Estermann, T., & Nokkala, T.
3.Gallup
4.Michael Porter
5.Tian and Martin
6.Cleary et al.
7.Taylor and Miroiu

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

کردن از طیف الگوی دولت‌گرا فاصله گرفته و به سمت میانه‌های طیف رابطه بین دولت و دانشگاه حرکت کرده است. الگوی اداره کردن غالب در طی برنامه چهارم توسعه، الگوی هومبولتی معرفی‌شده است. در طی برنامه پنجم توسعه، الگوی اداره کردن غالبی وجود نداشته است. علاوه بر این موارد در برنامه پنجم توسعه، بازگشتی معنی‌دار به سمت الگوی دولت‌گرا صورت گرفته است (فتح الهی و همکاران، ۱۳۹۴؛ کشاورز زاده و همکاران، ۱۳۹۵).

تجربه کشورهای پیشرفته در عرصه مربوطه نشان داده که، اتخاذ سیاست‌های بروز و جدید در عرصه آموزش عالی و بازار کار، می‌تواند هم وضعیت آموزش عالی و هم وضعیت بازار کار را در محیط‌های داخلی و خارجی نیز بهبود ببخشید (امین بیدختی، ۱۳۹۴). با توجه به اهمیت و ضرورت آموزش عالی و بازار کار و از طرفی ارتباط متقابل و سطح تأثیرگذاری آن‌ها از یکدیگر، ضرورت دارد که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی این حیطه با دقت و بررسی همه‌جانبه انجام گیرد (بایدن[1]، ۲۰۱۴؛ قانون فرصت‌های نوآوری نیروی کار[2]، ۲۰۱۴؛ دی میکرو[3]، ۲۰۱۶؛ میران و لیوری[4]، ۲۰۱۳؛ بارنو و اسپالدینگ[5]، ۲۰۱۵؛ چیو و چاندلر[6]، ۲۰۱۵). به این معنا که، لازم است که، دولت‌ها با فراهم کردن توازن و هم‌ترازی بین آموزش عالی و بازار کار زمینه را برای تحرک اجتماعی در میان اقشار مختلف جامعه و همین‌طور نسل‌های مختلف جامعه نیز فراهم آورد. در غیره این صورت، سیستم آموزش عالی بهره‌ور نخواهد شد. (میشل و پالسون[7]، ۲۰۱۷).

اگرچه استفاده از الگوی اداره کردن سیاست‌گذاری در همه جوامع پیشرفته دنیا اثبات‌شده و کاربردی شده است، بااین‌وجود در کشور ما مورد بی‌توجهی قرارگرفته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که، این الگوی حکمرانی در سیستم آموزش عالی کشور سابقه چندانی ندارد. بااین‌وجود در کشور پژوهش‌های در این مورد انجام‌گرفته، ولی دامنه اندکی از متغیرهای آموزش عالی و بازار کار را شامل شده و علاوه بر دامنه اندک متغیرهای موردمطالعه، دارای دامنه محدودی از نمونه موردمطالعه را شامل می‌شود. این در حالی است که بنا بر اهمیت بالا و حساسیت موضوع، سیاست‌گذاری آموزش عالی بازار کار، باید تمامی ابعاد متغیری دخیل در فرایند بازار کار و آموزش عالی را در نظر و ازنظر دامنه نمونه بررسی‌شده برای دریافت داده‌ها نیز از جامعیت میدانی مطلوبی نیز برخوردار باشد. از طرفی دیگر ضرورت دارد بنا بر ظرافت و حساسیت موضوع، نیاز است از روش‌های پژوهشی کیفی استفاده و نمی‌توان از روش‌های پژوهشی کمی استفاده نمود.

1.Biden
2.Workforce Innovation Opportunity Act
3.D’Amico
4.Myran & Ivery
5.Barnow & Spaulding
6.Choi & Chandler
7.Michael & Paulsen

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

مع‌الوصف، پژوهش بنا بر همه اهمیت موضوع سیاست‌گذاری آموزش عالی بازار کار، تمامی متغیر دخیل در فرایند سیاست‌گذاری آموزش عالی بازار کار در ابعاد عمودی و افقی را در نظر گرفته و با استفاده از روش پژوهش مبتنی برداده، اقدام به گرداوری داده‌ها از نمونه‌های مطالعاتی گسترده در سطح کشور نموده است. بنابراین، با در نظر گرفتن همه مفروضات اساسی برای فرایند سیاست‌گذاری آموزش عالی بازار کار، فرضیه اصلی این پژوهش عبارت است از: مهم‌ترین ابعاد عمودی و افقی برای سیاست‌گذاری آموزش عالی مبتنی بر بازار کار چیست؟

پیشینه تحقیق

الگوهای تعاملی صنعت و دانشگاه را می‌توان در قالب‌های مختلف و متفاوت ارائه نمود. روش‌های تعاملی، یکی از انواع روش‌های ارتباطی میان دانشگاه و صنعت است که عبارت‌اند از: استخدام فارغ‌التحصیلان دانشگاهی توسط صنعت، ملاقات‌های غیررسمی، تحقیقات مشترک، مشورت با دانشگاه، فروش حق امتیاز اختراعات به صنعت، خرید نمونه اولیه محصول از صنعت و...(گیولیانی و آرز ا، ۲۰۰۹، ص. ۹۰۷). این روش‌ها به‌صورت زیر نیز معرفی‌شده‌اند: آموزش‌های اولیه (به صنعت‌گران)، مشارکت در تحقیق و توسعه، روابط عمومی (برای معرفی قابلیت‌های طرفین) و توسعه شرکت‌ها و پشتیبانی، از آن‌ها (مشارکت با صنعت در تأسیس شرکت و پشتیبانی از آن) (مارتینگ، ۲۰۰۰، ص. ۵۳- ۳۵). نظارت بر پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکترا و حمایت مالی از آن‌ها، تحقیقات قراردادی، تحقیقات مشترک، استخدام محققین دانشگاهی در صنعت، انتشار کتب و مقالات مشترک، سخنرانی اعضای صنعت در دانشگاه، آموزش اعضای صنعت، تشکیل شرکت‌های اقماری جدید (مشترک میان صنعت و دانشگاه)، حضور موقت دانشگاهیان در صنعت، استخدام فارغ‌التحصیلان، توافقات مربوط به اعطای لیسانس (مجوز بهره‌برداری) و عضویت در شبکه تحقیقات بین‌المللی نیز از دیگر موارد است (اسکارتینگر و همکاران، ۲۰۰۱، ص. ۲۶۰).

چهار طرح معروفی که در دانشگاه‌های معتبر دنیا در جهت برقراری ارتباط با صنعت مورداستفاده قرار می‌گیرد عبارت‌اند از: ۱) طرح اینترنشیپ؛ که در این طرح به‌طورکلی یک ارتباط کوتاه‌مدت سه‌جانبه بین دانشجویان، اعضای هیئت‌علمی دانشگاه و متخصصان بخش صنعت برقرار می‌شود. در این دوره، دانشجویان در قالب تیم‌هایی با چند رشته یا گرایش، پس از آشنایی با مشکلات واحدهای صنعتی، نسبت به رفع این مشکلات اقدام می‌کنند؛ ۲) طرح اکسترنشیپ؛ این طرح به دانشجویان اجازه می‌دهد که حرفه‌های مختلف را از نزدیک مشاهده و بررسی نمایند تا بادید بازتری به انتخاب شغل آینده خویش بپردازند. طول دوره اکسترنشیپ از یک روز تا یک ماه می‌تواند متغیر باشد. در این طرح دستمزدی به دانشجویان پرداخت نمی‌شود و بعلاوه دانشجویان باید هزینه‌های مربوط به فعالیت‌هایشان را نیز خود تأمین کنند؛ ۳) طرح کارآموزی؛ که به‌عنوان بخشی از یک کلاس دانشگاهی محسوب می‌شود که دانشجو به‌صورت موقتی دریکی از بخش‌های صنعت مرتبط با واحدی که می-

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

گذراند، به فعالیت می‌پردازد. هدف این طرح این است که دانشجو عملاً مطالبی که در دانشکده، پیرامون یک موضوع بیان می‌گردد را در دنیای کار ببیند تا درک بهتر و عمیق‌تری نسبت به تئوری‌های گفته‌شده بیابد؛ ۴) طرح کو- آپ (CO-OP) این طرح به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی‌شده است که دانشجو پنج ترم تحصیلی خویش را به ۵ صورت تمام‌وقت در صنعت به کار و کسب تجربه بپردازد. این ترم‌ها به ترم کاری معروف‌اند (سید نورانی و همکاران، ۱۳۸۱).

در مطالعه دیگری انواع تعاملات میان صنعت و دانشگاه به شرح ذیل معرفی‌شده‌اند: کنفرانس‌ها و نشست‌ها، مشاوره و تحقیقات قراردادی، ساخت تأسیسات و ساختمان (حمایت مالی صنعت برای ساخت تأسیسات، آزمایشگاه‌ها، مراکز رشد، مراکز تحقیقاتی مشترک و تأسیس شرکت‌های اقماری)، آموزش (آموزش طرفین توسط یکدیگر) و تحقیقات مشترک (دی استه و پاتل، ۲۰۰۷، ص. ۱۳۰۱).

در پژوهش پورعزت، قلی‌پور و ندیرخانلو (۱۳۸۹) برخی از مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش و کارآفرینی دانشگاهی، عدم وجود ارتباطات شبکه‌هایی میان سرمایه‌گذاران، فعالان صنعت و دانشگاهیان؛ بوروکراسی و عدم انعطاف سیستم مدیریت دانشگاه؛ فرهنگ متفاوت فعالان صنعت و دانشگاهیان؛ قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی؛ عدم شناخت دانشگاه از نیازها و اولویت‌های بخش کسب‌وکار؛ وابسته بودن دانشگاه به بودجه‌های دولتی؛ عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه برای تجاری‌سازی دانش، عنوان‌شده است.

باقری‌نژاد (۱۳۸۷) در پژوهش خود برخی از موانع ساختاری و محیطی در ارتباط صنعت و دانشگاه را عدم همسویی سیاست علمی و صنعتی کشور در ارتباط دو بخش؛ ساختار اقتصادی تجارت‌گرای کشور تا تولیدی بودن آن؛ عدم باور متقابل دانشگاه‌ها و صنایع از توانمندی‌های همدیگر، برشمرده است.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش جعفر نژاد، مهدوی، خالقی سروش (۱۳۸۴)، عدم هماهنگی مراکز تحقیقات دانشگاهی با مراکز صنعتی، عدم ارتباط میان سیاست‌های راهبردی بخش صنعت باسیاست‌های راهبردی تحقیقات دانشگاهی، کم‌توجهی مراکز صنعتی به بهره‌برداری از نتایج تحقیقات دانشگاهی، عدم ثبات مدیریت در مراکز صنعتی، نامناسب بودن سیاست‌های کلان پژوهشی کشور، شناخت ناکافی مراکز تحقیقات دانشگاهی از مسائل و مشکلات مراکز صنعتی، تفاوت فرهنگ‌سازمانی مراکز تحقیقات دانشگاهی با صنایع و بالاخره عدم اعتماد مراکز صنعتی به کاربردی بودن تحقیقات دانشگاهی از مهم‌ترین موانع توسعه روابط متقابل صنعت و دانشگاه در ایران هستند.

براون (۲۰۰۶) نیز در پژوهشی با بررسی نحوه همکاری دانشگاه‌ها و صنایع در آلمان نشان داد که توسعهٔ فناوری و موفقیت اقتصادی این کشور تا حد زیادی به تحقیقات علمی و دانشگاهی آن وابسته است.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

روش تحقیق

در پژوهش حاضر، برای دستیابی به توصیفی اجمالی از تجربه‌ها، نگرش و ادراک مصاحبه‌شوندگان نسبت به ابعاد سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی ایران، از روش پژوهش کیفی و به‌طور خاص از راهبرد نظریه داده بنیاد اشتراس و کوربین (۱۹۹۰) استفاده‌شده است. دلیل به‌کارگیری روش کیفی، وجود ضعف در پیشینه نظری و تجربی تحقیق می‌باشد. نظریه داده بنیاد در ساده‌ترین شکل ممکن، عبارت است از فرایند ساخت نظریه مدون از طریق گردآوری سازمان یافته داده و تحلیل استقرایی داده‌ها برای پاسخ‌گویی به پرسش-های نوین آن دسته از پژوهش‌های کیفی که فاقد مبانی نظری کافی در زمینه موضوع موردمطالعه هستند (منصوریان، ۱۳۸۵). درواقع، روشی مبتنی بر نظریه بر مبنای داده‌هایی است که به‌صورت منظم گردآوری و تحلیل‌شده‌اند و مقصود آن، ساختن نظریه‌ای است که در زمینه موردمطالعه صادق و روشنگر باشد (چارمز، ۲۰۱۱).

میدان تحقیق موردمطالعه در این پژوهش، در دو بخش شامل سیاست‌گذاران آموزش عالی در سطح وزارت علوم و دانشگاه‌های سه استان کردستان، همدان و سیستان و بلوچستان بود. با توجه به روش اجرای تحقیق، نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و با روش گلوله برفی صورت گرفت. افراد خبره و به عبارتی صاحب‌نظران کلیدی در حوزه قلمرو موضوعی تحقیق کیفی در سه بخش (۱-مدیران دانشگاهی، مراکز ارتباط با صنعت دانشگاه و اساتید صاحب‌نظر ۲- مدیران صنعت، ۳-وزارت علوم و سیاست‌گذاران آموزش عالی)، جهت نمونه‌گیری نظری و استخراج مفاهیم و مؤلفه‌های نظری را تشکیل دادند. نمونه‌گیری نظری تا رسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت. نمونه‌گیری نظری، نوعی نمونه‌گیری هدفمند است که پژوهشگر را در خلق یا کشف نظریه یا مفاهیمی که ارتباط نظری آن‌ها با نظریه در حال تکوین اثبات‌شده است، یاری می‌کند. مقصود از اشباع نظری، مرحله‌ای است که در آن داده‌های جدیدی در ارتباط با مقوله به دست نیامده و روابط بین مقوله‌ها برقرار و تأییدشده است (گلیزر، ۲۰۱۷).

انتخاب شرکت‌کنندگان در پژوهش مبتنی بر چهار ملاک الف) برخورداری از تخصص لازم، ب) علاقه‌مندی به شرکت در فرایند مصاحبه، ج) انتخاب از دانشگاه‌ها و دانشکده‌های مختلف، د) انتخاب از هر سه گروه متخصصان دانشگاهی، مدیران صنعتی و سیاست‌گذاران آموزش عالی، بود. با توجه به نظری بودن نمونه درنهایت از ۳۲ نفر از متخصصان عرصه دانشگاهی و ۸ نفر از عرصه سیاست‌گذاران (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) مصاحبه به عمل آمدشد. متوسط سن پاسخ‌دهندگان ۴۱ سال، تمامی مشارکت‌کنندگان دارای مدرک دکتری تخصصی و متوسط سابقه تدریس آن‌ها ۱۰ سال می‌باشند، ۳۰ درصد از متخصصین دارای درجه علمی دانشیاری، ۱۰ درصد استادی و ۶۰ درصد دیگر از متخصصین دارای درجه استادیاری می‌باشند.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1397.10.3.5.2]

ابزار پژوهش: ابزار پژوهش شامل مصاحبه نیم‌ساختمند بود که برای اکتشاف مؤلفه‌های اصلی در سیاست‌گذاری آموزش عالی مبتنی بر بازار کار، مورداستفاده قرار گرفت. بر اساس ابعاد نظریه زمینه‌ای، مواردی مانند مقوله‌های (ابعاد) اصلی سیاست‌گذاری آموزش عالی مبتنی بر بازار کار، شرایط علّی، زمینه (بستر) و شرایط مداخله‌گر، راهبردها، بروندادها و پیامدهای مورد انتظار این نوع سیاست‌گذاری در آموزش عالی ایران مورد کاوش قرار گرفت تا از زبان مصاحبه‌شوندگان پدیده موردنظر روشن شود. به‌منظور رعایت مسائل اخلاقی قبل از شروع مصاحبه با شرکت‌کنندگان، در مورد اهداف پژوهش آگاهی لازم به آن‌ها داده شد و با رضایت کامل در پژوهش شرکت کردند. مصاحبه‌ها به‌صورت حضوری انجام پذیرفته و ضبط و ثبت شد. مدت‌زمان مصاحبه از ۳۰ تا ۶۰ دقیقه متغیر بود که با هماهنگی قبلی در اتاق اساتید مربوطه صورت گرفت.

جهت تحلیل داده‌ها در دو بخش عمودی[۱] و افقی[۲]، از طرح نظام‌مند نظریه داده بنیاد و از طریق فرایند کدگذاری (شناسایی مفاهیم، مقوله‌ها و ارتباط آن‌ها یا روند تحلیل داده‌ها) استفاده شد. طی کدگذاری باز، متن مصاحبه‌های ثبت‌شده و ایده‌های تکراری شناخته شد. مفاهیم شامل عبارت‌ها و کلمه‌هایی بود که ادراک مصاحبه‌شوندگان و ایده‌های آن‌ها را در خصوص سیاست‌گذاری افقی و عمودی مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی منعکس می‌کرد. در مرحله کدگذاری محوری با توجه به نقش مفاهیم به‌دست‌آمده در تبیین سیاست‌گذاری افقی و عمودی در آموزش عالی، این مفاهیم در قالب شرایط علّی (علل پدیده اصلی)، راهبردها (راهبردهایی که برای به مرحله اجرا درآوردن پدیده اصلی انجام می‌شوند)، زمینه (شرایط بسترساز خاص مؤثر بر راهبردها)، شرایط مداخله‌گر (شرایط عام مؤثر بر راهبردها) و پیامدها (نتایج به کار بستن راهبردها) به‌صورت نظری از طریق مدل فرایندی به هم مرتبط شدند. در کدگذاری انتخابی، نظریه پژوهش درباره سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی ایران موردتوجه قرارگرفته است.

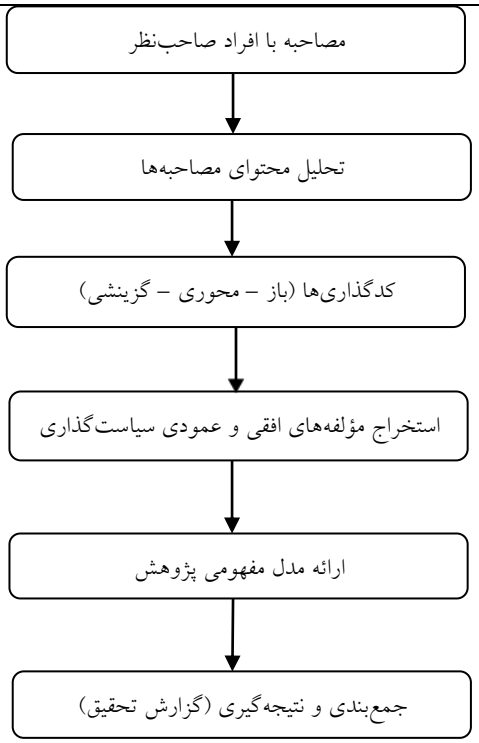
بررسی روایی پژوهش طی تحلیل، متن ثبت شده مصاحبه‌ها برای یافتن مدل جدید با مشورت استادان حوزه آموزش عالی چندین بار به‌صورت مجزا بازنگری شد. همچنین بر اساس معیارهای ارائه شده کرسول برای حصول اطمینان از روایی پژوهش دو اقدام انجام گرفت (کرسول و میلر، ۲۰۰۰). نخست تطبیق توسط اعضا بود که در آن چند تن از مصاحبه‌شوندگان گزارش نهایی مرحله نخست فرایند تحلیل و مقوله‌های به‌دست‌آمده را بازبینی کردند و پیشنهاد آن‌ها در کدگذاری‌های باز و محوری اعمال شد. دوم فرایند بررسی همکار بود که در آن دو استاد در حوزه آموزش عالی و دو نفر از سیاست‌گذاران آموزش عالی در وزارت علوم، پارادایم کدگذاری باز و محوری را بررسی کردند و نظر آن‌ها در تدوین مدل به کار گرفته شد. شکل شماره (۱) و (۲) فرایند انجام پژوهش مراحل انجام پژوهش داده بنیاد را نشان می‌دهد:

۱.منظور، مؤلفه‌های مؤثر در آموزش عالی که توسط وزارت علوم و سیاست‌گذاران باید مطمح نظر قرار گیرد، می‌باشد.

۲.منظور، مؤلفه‌های مؤثر در آموزش عالی که توسط خود دانشگاه‌ها در سطح استان‌ها باید مطمح نظر قرار گیرد، می‌باشد.

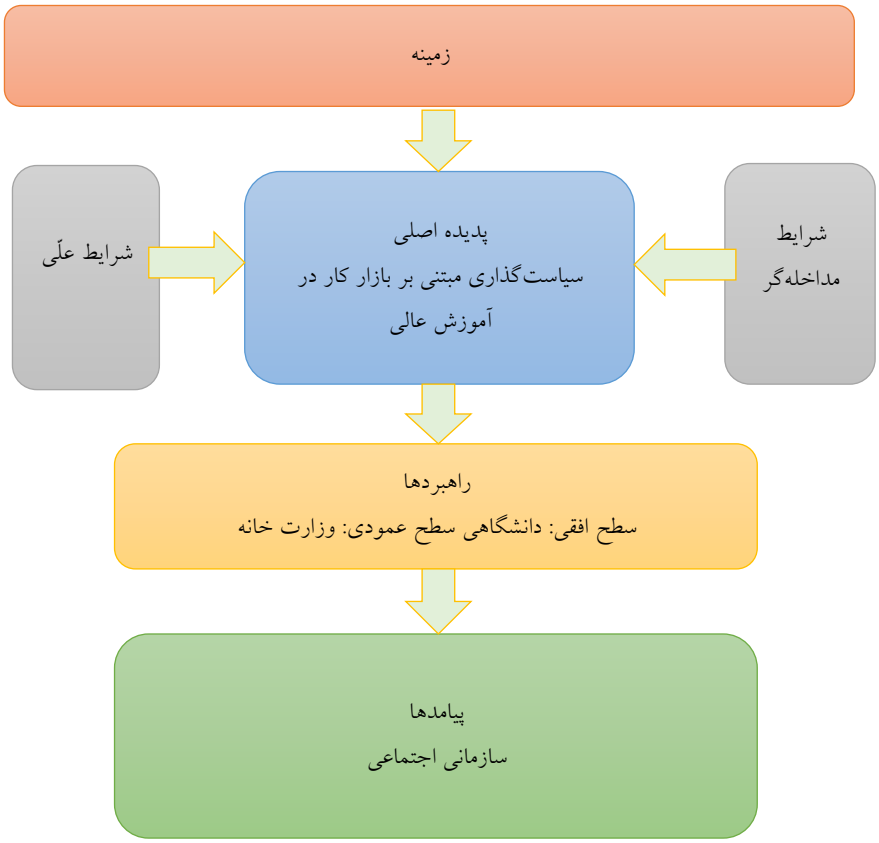
[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]



شکل شماره ۱: فرایند انجام پژوهش سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار

شکل شماره ۲: فرایند انجام پژوهش داده بنیاد



[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر بر این است که با استفاده از دیدگاه مشارکت‌کنندگان در رابطه با مهم‌ترین ابعاد ساختاری عمودی و افقی برای سیاست‌گذاری آموزش عالی مبتنی بر بازار کار دست پیدا کنیم.

ازاین‌رو، در مرحلهٔ کیفی پژوهش و برای استخراج ابعاد ساختاری عمودی و افقی برای سیاست‌گذاری آموزش عالی مبتنی بر بازار کار یک سؤال مطرح شد و از اساتید متخصص و صاحب‌نظر در حوزه آموزش عالی خواسته شد تا دیدگاه‌های خود در ارتباط با آن سؤال را مطرح کنند. شایان‌ذکر است که پس از پیاده شدن مصاحبه‌ها و دست یافتن به اشباع نظری داده‌ها، در ابتدا تمامی مصاحبه با استفاده از کدگذاری باز، کدگذاری شده و سپس بعد از حذف موارد تکراری و همچنین ادغام کدهای مشابه در دسته‌های کلان‌تر (کدگذاری محوری)، مقوله‌های اصلی و تم اصلی پژوهش استخراج و تحلیل شدند. در جدول ۱ کدها، مقوله‌ها و تم‌های استخراج‌شده از پژوهش گزارش می‌شوند.

به‌منظور گردآوری داده‌های پژوهش، از مصاحبه عمیق یا باز استفاده شد. مصاحبه‌ها به‌گونه‌ای بود که مصاحبه‌شونده با یک سؤال کلی و باز در ارتباط با موضوع پژوهش مواجه می‌شد و بدون هیچ‌گونه محدودیتی، ازنظر چارچوب فکری، دیدگاه‌های خود را بیان می‌نمود. دلیل استفاده از این نوع مصاحبه آن بود که محقق بتواند بدون محدود کردن دیدگاه‌های مشارکت‌کننده‌ها، جهان‌بینی‌ها و تجارب آن‌ها را بررسی و واکاوی کند که پیش‌تر به‌عنوان زیربنای فلسفی تحقیقات کیفی نیز مطرح شد. شایان‌ذکر است که در جریان مصاحبه‌ها و با کسب اجازه از مشارکت‌کننده‌ها، از ضبط‌صوت برای ثبت و ضبط داده‌ها استفاده شد و پس از پیاده شدن، به دست‌نوشته‌های متنی تبدیل شدند. برای اعتبار یابی داده‌های کیفی نیز از دو روش استفاده شد: الف) بازخورد مشارکت‌کننده که به دو صورت انجام شد. اول، در جریان مصاحبه تمامی برداشت‌های محقق از بیانات و دیدگاه‌های مصاحبه‌شونده به مصاحبه‌شونده داده می‌شد و از او خواسته می‌شد صحت یا کج‌فهمی به وجود آمده را تأیید و یا اصلاح کند. دوم و بعد از کدگذاری باز و محوری اولیه داده‌ها از چند نفر از همان مصاحبه‌شونده‌هایی که در پژوهش حاضر شرکت داشتند خواسته شد تا صحت کدها و مقوله‌های استخراج‌شده را بازبینی و بررسی کنند.

سؤال اصلی پژوهش: مهم‌ترین ابعاد ساختاری عمودی و افقی برای سیاست‌گذاری آموزش عالی مبتنی بر بازار کار چیست؟

پس از استخراج کدهای باز اولیه، درمجموع،۴۳ کدباز در بخش عمودی و ۴۳ کد در بخش افقی استخراج شدند. در مرحله دوم، فرایند تلخیص و کاهش داده‌ها تا جایی ادامه پیدا کرد که پژوهشگر به تم‌ها و مقوله‌های اساسی پژوهش دست پیدا کرد که آن تم‌ها می‌توانست تمامی کدهای استخراج‌شده را پوشش دهند. آنچه در جدول ۱ ارائه می‌شود، تم‌ها و مقوله‌های اصلی پژوهش می‌باشند.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

جدول ۱: کدگذاری سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در بخش عمودی و افقی

نمونه کدهای باز	کد محوری	کد گزینشی	
فرهنگ حاکم بر بازار و صنعت، جو حاکم بر خانواده‌ها نهادینه نمودن کار تیمی و ارائه تشویقی‌هایی برای این کار،	فرهنگ حاکم بر بازار و صنعت	۱-فرهنگ‌سازی کار	۱-سیاست‌گذاری عمودی مبنی بر بازار کار
عدم توجه کافی به کسب‌وکارهای غیر دانش‌محور، وجود ساختارهای اداری دست‌وپا گیر، هدفمند نبودن آموزش‌وپرورش، شروع ارتباط بازار و دانشگاه از مدارس ابتدایی به‌صورت سیستماتیک و طبقه‌بندی‌شده، هدفمند نبودن پژوهش‌ها، کاربردی نمودن پایان‌نامه‌ها و حمایت از این پایان‌نامه‌ها توسط بازار و صنعت، پایان‌نامه‌ها و تحقیقات اگر کاربردی باشد، تعداد زیادی از آن‌ها دانش‌بنیان خواهد بود.	هدفمند و کاربردی نمودن آموزش و پژوهش، شروع ارتباط بازار و دانشگاه از مدارس ابتدایی	۲-اصلاح ساختارهای بازار و دانشگاه	
در نظر گرفتن نیاز جامعه، عدم تطابق نیاز جامعه با پذیریش دانشجو، پژوهش‌ها بر اساس نیاز جامعه، نیازسنجی صنعت، نیازسنجی اقتصاد،	عدم تطابق پذیرش دانشجو و نیاز بازار، عدم نیازسنجی وزارت علوم	۳-نیازسنجی بر اساس بازار کار	
مشکل ریشه‌ای قوانین آموزش عالی، شیوه استخدام و مدیریت اعضای هیئت‌علمی در طی فرایند حضورشان در دانشگاه، تغیر اساسی در جذب اساتید، هدایت شیوه مدیریت نقدینگی در جامعه به نفع اشتغال، مستقل نمودن معاونت فن‌آوری از معاونت پژوهشی، تغییر سطح معاونت‌ها، نوشتن آیین‌نامه فن‌آوری مانند آیین‌نامه آموزشی و	اصلاح قوانین جذب و مدیریت اعضای هیئت‌علمی، تغییر ساختارها، تغییر معاونت‌ها، تغییر ارزش‌گذاری پژوهشی	۴-اصلاح قوانین (آموزش، پژوهشی، جذب اساتید) مبتنی بر بازار کار	

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

پژوه، عدم توجه به تعداد مقالات، توجه به ارزش ایده			
سود بالای بانکی که باعث شده سرمایه‌گذاری در صنعت کمتر صورت گیرد، هزینه تولید محصول داخلی به‌صرفه نیست (حمایت دولت از تولید داخلی کم است).	حمایت دولت از تولید داخلی	۵-حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی	
تبلیغات دو نهاد (تبلیغ محصول، دانش و مهارت به مخاطب به‌ویژه دانشگاه و صنعت)، اطلاع‌رسانی نسبت به نیازمندی‌های یکدیگر	تبلیغات محصول	۶-تبلیغات ایده‌های دانشگاهی در راستای بازار کار	
قرار دادن روندهای طولانی در پژوهش، حرکت آموزش عالی همراه با صنعت، برنامه‌های استراتک و مدون و بلندمدت، نداشتن سیاست‌گذاری کوتاه‌مدت، سیاست هم‌پوشانی، مشکل ریشه‌ای آموزش‌وپرورش، اهداف سیاست‌گذاری را به سمت بازار کار، افزایش رشته‌های علمی کاربردی در بازار کار، تغییر رویکرد آموزش عالی، اجرایی کردن رسالت‌ها و چشم‌اندازها، نظام ارزشیابی قوی در نظام آموزش عالی، گسترش واحدهای عملی و کاربردی و کارورزی، تغییر در سیاست‌گذاری‌های کلان، تغییر سیاست‌گذاری ساختاری، تغییر نظام متمرکز به غیرمتمرکز، دخالت هیئت‌امنا در سیاست‌گذاری‌های کلان، سیاست‌گذاران از متخصصین و نخبگان و دانشگاهیان و صنعت، استانداردهای پژوهشی و آموزشی باید در سیاست‌گذاری‌های کلان و خرد،	سیاست‌گذاری‌های درازمدت در تجاری شدن، ساست گذاری فرهنگی و اجتماعی، تأسیس دفاتر تجاری‌سازی در دانشگاه‌ها، استقلال دانشگاه‌ها،	۷-سیاست‌گذاری کلان مبتنی بر بازار کار ۸-سیاست‌گذاری خرد مبتنی بر بازار کار	

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

مشکل ریشه‌ای آموزش‌وپرورش			
کپی‌برداری برنامه درسی در دانشگاه‌ها، حرکت نکردن دانشگاه‌ها در مرز دانش، تغییر ساختار آموزشی، تغییر چارت آموزشی، تغییر سیلاب‌ها و عناوین درسی	آپدیت نبودن برنامه درسی دانشگاه‌ها	۱-تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها	۲-سیاست‌گذاری افقی مبنی بر بازار کار
عدم اعتماد صنعت به دانشگاه، تمایل نداشتن اساتید در ارتباط با صنعت، عدم وجود تجربیات کافی برای کارآفرینی و مدیریت مراکز حمایتی، عدم امکان ارائه خدمات مشاوره مناسب در زمینه تجاری‌سازی، عدم وجود اعتماد کافی برای در اختیار گذاشتن گزارش مربوط به ایده‌ها، فعال نمودن واقعی مراکز ارتباط با صنعت در دانشگاه‌ها، فقدان پروژه‌های مشترک دانشگاه و صنعت، معرفی عناصر واسطه ایی مورد به مورد بین صنعت و دانشگاه،	عدم اعتماد صنعت و دانشگاه به یکدیگر، عدم توانایی اساتید	۲-ارتباط صنعت و دانشگاه	
نبودن دانش‌آموختگان کارآفرین، فقدان انگیزه در دانشجویان، کاربردی نبودن علم در بازار کار، نداشتن تربیت نیروی متخصص در دانشگاه‌ها	تربیت دانشجوی کارآفرین	۳-تربیت دانشجوی کارآفرین در بازار کار	
حرکت از تئوری به عمل، آموزش عملی، دانش عملیاتی، افزایش واحد عملی، آموزش کاربردی،	تأکید بر دانش عملی	۴-سیاست کارورزی و مهارت‌آموزی	
کاربرد فناوری اطلاعات جهت نیاز آموزشی و پژوهشی دانشگاه، اطلاع‌رسانی گسترده، طراحی سایت جامع کارآفرینی کشور با حق	استفاده از IT، طراحی سایت، استفاده از دلال فن‌آوری(T T O)	۵-کاربرد فناوری اطلاعات در بازار کار و دانشگاه	

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

عضویت، طراحی سایت‌های صنعتی،			
بازدید علمی برای دروس تئوری، اضافه نمودن واحدهای مهارت افزایی و تجاری‌سازی به سیلابس، توجه بیشتر به پروژه‌های عملیاتی، خلاقیت پروری در تدریس، عملکردی نمودن تدریس، نوین بودن روش‌های تدریس، جایگزینی ایده پردازی به‌جای گذراندن واحد درسی، برگزاری کارگاه برای کارفرمایان سنتی، بومی‌سازی آموزش،	تغییر سیلابس درسی، تغییر روش‌های تدریس و آموزش، برگزاری کارگاه آموزشی،	۶-توجه به مسائل آموزشی مبتنی بر اقتصاد	
افزایش وجدان کاری، افزایش مسئولیت‌پذیری، افزایش تخصص، آموزش کارآفرینی از دوره ابتدایی، افزایش فرهنگ کارآفرینی،	ویژگی‌های اخلاقی، ویژگی‌های علمی	۷-تبدیل نیروی انسانی به سرمایه انسانی	
تغییر ملاک‌های ارتقاء اساتید، توجه به ایده پردازی در ارزیابی دانشجو، ارزیابی بیرونی ایده‌های پژوهشی، تغییر نظام پذیرش در دانشگاه‌ها، توجه به کیفیت به‌جای کمیت،	فرآیند محوری ارزیابی، کاهش سوگیری، کیفی نگر بودن، ایده نگر بودن	۸-تغییر نظام ارزیابی در دانشگاه	

در اینجا به توضیح هرکدام از تم‌های اصلی به‌دست‌آمده از تحلیل تماتیک سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کارخواهیم پرداخت و هرکدام از آن‌ها را به‌تفصیل و در رابطه با مفاهیم اولیه توضیح خواهیم داد. برای تأیید این تم‌ها نقل‌قول‌های را نیز از خود مصاحبه‌شونده‌ها ذکر می‌کنیم.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

۱-سیاست‌گذاری عمودی مبتنی بر بازار کار

مؤلفه‌هایی که در این طبقه قرارگرفته‌اند، عمدتاً ناشی از سیاست‌های حاکم و بسترهای موجود در برنامه‌های توسعه آموزش عالی کشور است چون توسعه اشتغال یکی از جدی‌ترین و اثربخش‌ترین راهکارهای برنامه توسعه در کشورمان برای کمک به ایجاد و گسترش عدالت اجتماعی و اقتصادی است. بررسی تطبیقی برنامه‌های اول تا چهارم نشان می‌دهد که در این برنامه‌ها همواره بر ضرورت توسعه بازار کار و اشتغال پربازده تأکید و سیاست‌هایی هم پیشنهادشده است، اما دستاوردهای آن‌ها قابل‌توجه نیست. برنامه ششم که از امسال آغازشده است باید از راهبرد مدیریت طرف‌های تقاضای کالاها و خدمات ایرانی استفاده کند این راهبرد شامل راهکارهایی است که تلاش می‌کند نسبت ((یک‌به‌یک)) را برای تولید ایرانی و ایجاد اشتغال برای هر شهروند ایرانی فراهم نماید. باید همه سیاست‌های اقتصادی و سیاسی و اجتماعی دولت با محوریت اشتغال‌زایی تعریف شود یکی از شاخص‌های مهم در این زمینه سیاست‌گذاری عمودی مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی است بر همین اساس، مفاهیم مربوط در مرحله کدگذاری محوری تحت مقوله‌های انواع ۱-فرهنگ‌سازی کار، ۲- اصلاح ساختارهای بازار و دانشگاه، ۳- نیازسنجی بر اساس بازار کار، ۴-اصلاح قوانین (آموزش، پژوهشی، حذب اساتید) مبتنی بر بازار کار، ۴-حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی، ۵-تبلیغات ایده‌های دانشگاهی در راستای بازار کار، ۶-سیاست‌گذاری کلان مبتنی بر بازار کار، ۸-سیاست‌گذاری خرد مبتنی بر بازار کار دسته‌بندی شد. بسیاری از موانع و چالش‌های که سیاست‌گذاران آموزش عالی در مسیر سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار به آن اشاره کردند ناشی از نبود فرهنگ کارآفرینی در جامعه است در تأیید این طلب یکی از پژوهشگران این حوزه در این زمینه اظهار داشت. که «هنوز آموزش عالی و جامعه ما نگرش و دید کارآفرینانه ندارن و به اقتصاد نفتی باور دارند باید این دید عوض شود و بستر و زمینه‌ای برای اشتغال‌زایی و بازار کار ایجاد شود».

یکی از عوامل مهم دیگر که سیاست‌گذاران به آن اشاره کردند اصلاح ساختارهای بازار کار و دانشگاه است. صنعت و دانشگاه دو مقوله مهمی هستند که نقش مهمی در ارتباط با تولید علم به ثروت دارند.

مسئله دیگری که باید سیاست‌گذاران به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند بحث اصلاح قوانین آموزشی و پژوهشی می‌باشد. طبق گفته اکثر مصاحبه‌شونده‌ها نظر بر این بود که باید قوانین پژوهشی که بیشتر برای ارتقاء و سایر منافع شخصی است عوض شود و همچنین در بخش آموزش که بیشتر به‌صورت تئوری واحدهای گذارنده می‌شود و گاها هیچ ارتباطی با صنعت ندارد باید تجدیدنظر شود و سیاست‌های در این زمینه اتخاذ شود که بتوانند در مسیر بازار کار توسعه پیدا کند.

مواردی که در سیاست‌گذاری کلان کارآفرینی توسط مصاحبه‌شوندگان موردتوجه قرار گرفت، عبارت بودند از: ایجاد فرهنگ مخاطره پذیری و کارآفرینی در آموزش عالی و صنعت، تشویق و ترغیب بازارهای پویا برای کسب‌وکارهای در حال ظهور، ایجاد ظرفیت‌هایی برای رشد کسب‌وکارهای کوچک، بهبود وضعیت دسترسی به

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

سرمایه برای کسب‌وکارهای کوچک، تشویق و ترغیب مخاطره پذیری در جوامع محروم و گروه‌های بی نماینده، بهبود وضعیت ارائه خدمات دولتی برای کسب‌وکارهای کوچک، توسعه قوانین و خط‌مشی‌های بهتر برای کسب‌وکارهای کوچک می‌باشد.

۲-سیاست‌گذاری افقی مبتنی بر بازار کار

سیاست‌های که در این طبقه قرارگرفته‌اند، عمدتاً ناشی از سیاست‌های حاکم و بسترهای موجود در مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی کشور است. بر همین اساس، مفاهیم مربوط در مرحله کدگذاری محوری تحت مقوله‌های انواع ۱- تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها،۲- ارتباط صنعت و دانشگاه،۳- تربیت دانشجوی کارآفرین در بازار کار،۴-سیاست کارورزی و مهارت‌آموزی،۵-کاربرد فناوری اطلاعات در بازار کار و دانشگاه،۶-توجه به مسائل آموزشی مبتنی بر اقتصاد،۷-تبدیل نیروی انسانی به سرمایه انسانی،۸- تغییر نظام ارزیابی در دانشگاه، دسته‌بندی شد.

یکی از مقوله‌های کلی در بخش سیاست‌گذاری افقی «تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها» می‌باشد. یکی از مهم‌ترین عناصر نظام آموزش عالی و دانشگاه‌ها، برنامه درسی است که نقش تعیین‌کننده و انکارناپذیری در تحقق اهداف و رسالت‌های آموزش عالی ازنظر کمی و کیفی دارد. جایگاه و نقش برنامه‌های درسی که فراهم آورنده اصلی فرصت‌های یادگیری مناسب در دانشگاه‌ها هستند، در آموزش عالی به‌ویژه در بعد آموزش و همچنین سایر فعالیت‌های آکادمیک مانند پژوهش و ارائه خدمت به جامعه غیرقابل‌انکار است. دراین‌بین، یکی از ویژگی‌های برنامه درسی، تغییرپذیری و تحول مداوم آن با توجه به شرایط متغیر دنیای مدرن می‌باشد و بنابراین میان برنامه‌های درسی و تحولات علمی در آموزش عالی و محیط‌های ملی و بین‌المللی پیرامونی، تعامل زیادی وجود دارد. آنچه از یافته‌های پژوهش برمی‌آید نشان می‌دهد که برنامه درسی در دانشگاه‌ها کپی‌برداری بوده و ساختار آموزشی غیر منعطف (چارت آموزشی، تغییر سیلاب‌ها و عناوین درسی)، سبب شده که دانشگاه‌ها در مرز دانش حرکت نکنند. درحالی‌که افزایش روزافزون دانش تولیدی بشر و لزوم انتخاب بهترین محتوا برای آموزش، ضرورت همگامی برنامه‌های درسی دانشگاهی با تحولات بیرونی آموزش عالی و بازنگری این برنامه‌ها را در بازه‌های زمانی مختلف ضروری ساخته است.

یکی دیگر از مقوله‌های بخش سیاست‌گذاری افقی در آموزش عالی «ارتباط صنعت و دانشگاه» می‌باشد. ارتباط دانشگاه و صنعت فرآیندی است که در طول زمان شکل می‌گیرد و برگرفته از نیازها و ضرورت‌های ملی در دوره‌های تاریخی، سمت‌وسو و اهداف کاربردی مرتبط به آن، تعیین می‌شود.

بر اساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش، مقوله دیگری که در سیاست‌گذاری افقی آموزش عالی باید موردتوجه قرار گیرد «تربیت دانشجوی کارآفرین برای بازار کار» است. بدیهی است که در بازار رقابت جهانی، افراد باید دائماً قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند. برای دستیابی به این مهم پرورش

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

ایده‌های خلاق و کارآفرینی که بتوانند خود را به‌طور پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می‌رسد.

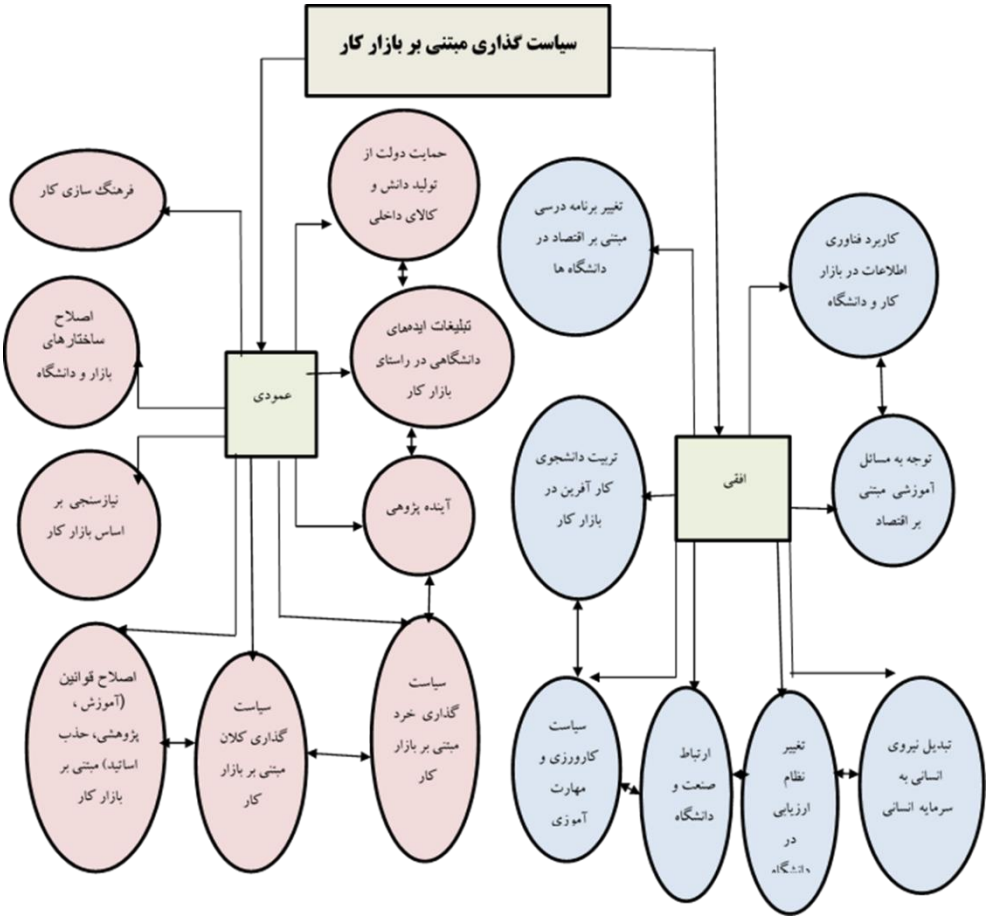
مدل پژوهش

نتایج مصاحبه‌ها در قالب مقوله اصلی سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی به شرح زیر است.

نتایج نشان داد مهم‌ترین سیاست‌های اتخاذشده در مبتنی بر بازار در حوزه آموزش عالی سیاست‌های بعد عمودی (فرهنگ‌سازی کار، اصلاح ساختارهای بازار و دانشگاه، نیازسنجی بر اساس بازار کار، اصلاح قوانین (آموزش، پژوهشی، حذب اساتید) مبتنی بر بازار کار، حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی، تبلیغات ایده‌های دانشگاهی در راستای بازار کار، سیاست‌گذاری کلان مبتنی بر بازار کار، سیاست‌گذاری خرد مبتنی بر بازار کار) و بعد افقی (تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها، ارتباط صنعت و دانشگاه، تربیت دانشجوی کارآفرین در بازار کار، سیاست کارورزی و مهارت‌آموزی، کاربرد فناوری اطلاعات در بازار کار و دانشگاه، تربیت دانشجوی کارآفرین در بازار کار، توجه به مسائل آموزشی مبتنی بر اقتصاد، تبدیل نیروی انسانی به سرمایه انسانی، تغییر نظام ارزیابی در دانشگاه) می‌باشد. برای بسط و گسترش نظریه مدل کلی ارائه‌شده است. شکل شماره (۳) مدل پژوهش را نشان می‌دهد.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]



شکل ۳: مدل پژوهش سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار

بحث و نتیجه‌گیری

از دیدگاه افراد نمونه ازجمله مسائلی که نیازمند است موردتوجه سیاست‌گذاران قرار گیرد، تغییر نظام ارزیابی دانشگاه‌ها بود. این نتیجه همسو است با نتایج تحقیق (کمپبل[1]، ۲۰۰۸) مبنی بر اینکه استفاده از یک نوع سیاست ارزیابی جدید و باکیفیت بیشتر در ارزیابی دانشجویان در دانشگاه‌ها می‌تواند بر روابط بهتر با صنعت و

1 Campbell

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

فرآیندهای مدیریتی و توسعه حرفه‌ایی مؤثر باشد. مؤلفه دیگری که اعضای نمونه به آن اشاره‌کرده‌اند استفاده از روش‌های مناسب اطلاع‌رسانی از طریق فناوری و استفاده از سایت‌های الکترونیکی بود. در این رابطه نوروزی و موسوی (۱۳۹۵) بیان کرده‌اند پرداختن به فناوری از ضرورت‌های اساسی عصر کنونی است و کشورها برای فائق آمدن بر چالش‌های پیش روی خود ناچارند به فناوری اطلاعات روی بیاورند این موضوع برای کشورهای درحال‌توسعه و به‌ویژه ایران اهمیت بیشتری دارد زیرا از یک‌سو به‌کارگیری و توسعه مطرح است و از سوی دیگر نقش گسترده دولت در اقتصاد ملی، تولید ناخالص داخلی و بازار فناوری اطلاعات اهمیت موضوع را دوچندان می‌کند به گونه ایی که بدون توجه دولت به توسعه و کاربرد این مهم، نمی‌توان انتظار داشت هدف‌های توسعه دانایی محور کشور تحقق یابد و یا بازار مناسبی به‌منظور توسعه کسب‌وکارهای مرتبط ایجاد شود. همچنین جعفر نژاد و همکاران (۱۳۸۴) در نتایج تحقیقات خود بیان کرده‌اند برای رفع موانع موجود در دانشگاه‌ها در رابطه با برقراری ارتباط با صنایع باید بانک‌های اطلاعاتی از محققین و متخصصین فعال دانشگاهی در زمینه اجرای طرح‌های موفق تحقیقاتی در بخش صنایع به‌منظور معرفی توانایی‌های دانشگاهیان به مدیران بخش صنعت ایجاد شود.

توجه به روش‌های تدریس و آموزش مبتنی بر اقتصاد یکی دیگر از تغییراتی است که باید در نظام دانشگاهی از دیدگاه صاحب‌نظران ایجاد شود این نتیجه با نتایج تحقیق انتظاریان و طهماسبی (۱۳۹۰) مبنی بر اینکه انتزاعی بودن متون رسمی دانشگاه‌ها و تطبیق نداشتن آن‌ها با واقعیت‌های اجتماعی علت دیگر بیکاری دانش‌آموختگان است، هماهنگ می‌باشد.

از طرفی افراد نمونه معتقد بودند که در سیلابس درسی دوره‌های مختلف دانشگاهی باید تغییر ایجاد شود که این نتیجه با نتایج تحقیق آندرینا[1] (۲۰۰۱) مبنی بر اینکه به علت عدم ارتباط برنامه درسی، فارغ‌التحصیلان رشته کشاورزی قادر به پاسخگویی به نیازهای بازار کار نیستند که منجر به ایجاد مشکلاتی شده است و همچنین با نتایج تحقیق کرمی و فتاحی (۱۳۹۱) مبنی بر اینکه از دیدگاه اساتید و دانشجویان مؤلفه اهداف دروس مقطع کارشناسی ارشد از وضعیت مطلوبی برخوردار نبوده و خواستار تغییر در این مؤلفه محتوای برنامه درسی بودند. در مؤلفه سرفصل دروس نیز به‌استثناء درس پایان‌نامه اساتید و دانشجویان بر این باورند که تغییر در تمامی دروس ضروری است، همخوانی دارد.

همچنین اعضای نمونه معتقد بودند می‌توان از تبلیغات برای معرفی ایده‌های خود به بازار کار استفاده نمود و صنعت گران نیز می‌توانند با استفاده از تبلیغات آنچه را که موردنیاز دارند برای دانشگاهیان مشخص کنند.

تبلیغات فرآیند روشمند ارائه اطلاعات مناسب در مورد کالاها و خدمات به مشتریان و ترغیب و متقاعد کردن مؤثر مصرف‌کنندگان به خرید کالاها و خدمات است (بامبا[2]، ۲۰۰۷). استفاده از تبلیغات در بهبود ارتباط بازار

1 Andrina
2 Bamba

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1397.10.3.5.2]

کار و دانشگاه از مؤلفه‌های جدیدی بود که در نتایج تحقیقات دیگر ذکر نشده و در نتایج این تحقیق اعضای نمونه به آن اشاره‌کرده‌اند.

از مؤلفه‌های دیگری که در نتایج این تحقیق به آن دست‌یافتیم توجه بیشتر در سیاست‌گذاری‌های کلان و خرد دانشگاهی و صنعتی و کاربردی بودن بیشتر آموزش‌های دانشگاهی بود که در راستای این نتیجه جعفرنژاد و همکاران (۱۳۸۴) در نتایج تحقیق خود بیان کرده‌اند. عدم ارتباط میان سیاست‌های راهبردی بخش صنعت باسیاست‌های راهبردی تحقیقات دانشگاهی، نامناسب بودن سیاست‌های کلان پژوهشی کشور، عدم اعتماد مراکز صنعتی به کاربردی بودن تحقیقات دانشگاهی از مهم‌ترین موانع توسعه روابط متقابل صنعت و دانشگاه در ایران است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش در صورت تغییر سیاست‌های کلان و خرد دانشگاهی، طراحی سایت‌های پژوهشی برای دانشگاه و صنعت به‌منظور اطلاع‌رسانی و تبلیغ محصولات، تغییر نظام ارزیابی و آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها به سمت توجه به کیفیت و ایده پردازی و کاربردی بودن دروس، نیازسنجی بازار کار، اصلاح قوانین و آیین‌نامه‌های دانشگاهی، فرهنگ‌سازی و حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی، ازجمله عواملی است که منجر به بهبود ارتباط دانشگاه و بازار کار می‌شود.

سیستم آموزش عالی در همه جهان دستخوش بحران‌های گوناگونی شده است. عواملی از قبیل محدودیت‌های مالی، فقدان ارتباط میان محتوا و روش، مشکل اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی و... که سیستم آموزش عالی را تحت‌فشار شدیدی قرار داده است. کشور ما، ایران نیز از این قاعده مستثنا نبوده و دارای تنگناهای مزبور می‌باشد. یکی از مهم‌ترین راه‌های مواجهه با این مشکلات نظام آموزش عالی، خط‌مشی گذاری صحیح در این زمینه از طرف نهادهای سیاست‌گذار می‌باشد. دراین‌بین، ارتباط بین دانشگاه و بازار کار به‌عنوان یک مقوله کارآمد در جهت توسعه اقتصادی- اجتماعی و موفقیت برنامه‌های آینده یک جامعه، ضرورتی انکارناپذیر بوده و لازم است که با برقراری توازن و هم‌ترازی بین آموزش عالی و بازار کار، زمینه را برای تحرک اجتماعی در میان اقشار مختلف جامعه و همین‌طور نسل‌های مختلف جامعه فراهم آورد. به همین منظور تحقیق حاضر باهدف ارائه مدل مناسب جهت سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار کار در نظام آموزش عالی کشور صورت گرفته است.

بنا به پاره‌ای مطالعات و مستندات و شواهد، بخش بزرگی از مسائل دانشگاهی در ایران به یک‌جهت از کاستی‌ها و ناراستی‌های سیاستیِ کلان نشأت گرفته‌اند. مسائلی همچون ضعف استقلال و قدرت ابتکار در دانشگاه‌های ایران، مدرک‌گرایی، عرضه گرایی، بی‌تناسبی برنامه‌ها و آموزش‌های دانشگاهی با نیازهای واقعی جامعه و بازار کار و جهان زندگی، درماندگی آن‌ها از پرورش توانایی‌های ساختن دانش، تفکر انتقادی، خلاقیت و کارآفرینی، رشد کمّی به‌دوراز حداقل ضابطه معیارهای کیفی، موانع رشد و بالندگی هیئت‌علمی، عدم توسعه مطلوب همکاری‌های بین‌المللی و مانند آن از آثار و تبعات سیاست‌های آموزش عالی ما محسوب می‌شوند. درمجموع می‌توان چنین بیان نمود که در ایران به سبب عدم مشارکت فعال بخش خصوصی و صنایع در فعالیت‌های

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

پژوهشی، دانشگاه‌ها این نقش عمده را به عهده‌دارند. حتی باوجود تأسیس مراکز تحقیقاتی مختلف در وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های وابسته به آن‌ها، فعالیت‌های پژوهشی و تولید فناوری‌های موردنیاز صنعت رشد چندانی پیدا نکرده است. از سوی دیگر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌ها در سطح کلان به‌گونه‌ای نبوده است که دانشگاه و صنعت نقش واقعی خود را در اجرای برنامه‌های توسعه ملی ایفا کنند. از دانشگاه فقط انتظار پرورش نیروی تحصیل‌کرده و از صنعت هم فقط انتظار تولید کالا بوده است. این مسئله در کم‌رنگ کردن ارتباط دانشگاه با صنعت مؤثر بوده است. ناهماهنگی وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری و وزارتخانه‌های صنعتی نیز که متأثر از همان سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان است، باعث شده ارتباط دانشگاه و صنعت پشتوانهٔ اجرایی قوی نداشته باشد. بنابراین، صنعت توان لازم را برای درک تحقیقات دانشگاهی از دست می‌دهد و دانشگاه نیز از این امکان که از نیازهای واقعی صنعت آگاهی یابد و برای حل مشکلات آن خود را بیازماید برخوردار نمی‌شود. تحلیل روایت‌های برگرفته از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان و نتایج کدگذاری مصاحبه‌های انجام‌شده، به شناسایی مقوله‌های عمده در دو بخش افقی و عمودی منتج گردید. مقوله‌های مهم به‌دست‌آمده از سیاست‌گذاری افقی مبتنی بر بازار کار در آموزش عالی که در استان‌ها باید موردتوجه سیاست‌گذاران قرار گیرد عبارت‌اند از: ۱-تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها ۲-ارتباط صنعت و دانشگاه ۳-تربیت دانشجوی کارآفرین در بازار کار ۴-سیاست کارورزی و مهارت‌آموزی ۵-کاربرد فناوری اطلاعات در بازار کار و دانشگاه ۶-توجه به مسائل آموزشی مبتنی بر اقتصاد ۷-تبدیل نیروی انسانی به سرمایه انسانی ۸-تغییر نظام ارزیابی در دانشگاه، می‌باشد.

علاوه بر این در بخش عمودی که سیاست‌های وزارتی و به‌صورت متمرکز باید مطمع نظر قرار گیرد عبارت‌اند از: ۱-فرهنگ‌سازی کار ۲-اصلاح ساختارهای بازار و دانشگاه ۳-نیازسنجی بر اساس بازار کار ۴-اصلاح قوانین (آموزشی، پژوهشی، جذب اساتید) مبتنی بر بازار کار ۵-حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی ۶-تبلیغات ایده‌های دانشگاهی در راستای بازار کار ۷-سیاست‌گذاری کلان مبتنی بر بازار کار ۸-سیاست‌گذاری خرد مبتنی بر بازار کار.

بر اساس شکل شماره ۳ و یکی از مقوله‌های کلی در بخش سیاست‌گذاری افقی «تغییر برنامه درسی مبتنی بر اقتصاد در دانشگاه‌ها» می‌باشد. یکی از مهم‌ترین عناصر نظام آموزش عالی و دانشگاه‌ها، برنامه درسی است که نقش تعیین‌کننده و انکارناپذیری در تحقق اهداف و رسالت‌های آموزش عالی ازنظر کمی و کیفی دارد. جایگاه و نقش برنامه‌های درسی که فراهم آورنده اصلی فرصت‌های یادگیری مناسب در دانشگاه‌ها هستند، در آموزش عالی به‌ویژه در بعد آموزش و همچنین سایر فعالیت‌های آکادمیک مانند پژوهش و ارائه خدمت به جامعه غیرقابل‌انکار است. دراین‌بین، یکی از ویژگی‌های برنامه درسی، تغییرپذیری و تحول مداوم آن با توجه به شرایط متغیر دنیای مدرن می‌باشد و بنابراین میان برنامه‌های درسی و تحولات علمی در آموزش عالی و محیط‌های ملی و بین‌المللی پیرامونی، تعامل زیادی وجود دارد. درواقع برنامه‌های درسی بخشی از درونداد نظام آموزش عالی به

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

شمار می‌روند و درصورتی‌که به‌طور مداوم بررسی‌شده و متناسب با تحولات بیرونی و درونی سیستم تغییر یابند، می‌توانند در بهبود کارایی نظام آموزشی مؤثر باشند. آنچه از یافته‌های پژوهش برمی‌آید نشان می‌دهد که برنامه درسی در دانشگاه‌ها کپی‌برداری بوده و ساختار آموزشی غیر منعطف (چارت آموزشی، تغییر سیلاب‌ها و عناوین درسی)، سبب شده که دانشگاه‌ها در مرز دانش حرکت نکنند. درحالی‌که افزایش روزافزون دانش تولیدی بشر و لزوم انتخاب بهترین محتوا برای آموزش، ضرورت همگامی برنامه‌های درسی دانشگاهی با تحولات بیرونی آموزش عالی و بازنگری این برنامه‌ها را در بازه‌های زمانی مختلف ضروری ساخته است. ازآنجایی‌که برنامه‌های درسی نشان‌دهنده میزان پیشرفت و پاسخگو بودن دانشگاه‌ها به نیازهای در حال تغییر جامعه هستند. همچنان که سایوان و همکاران (۱۹۹۷) نیز به تأثیر شرایط اقتصادی محیط‌های درونی و بیرونی بر دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها اشاره دارند و هدایت بخش خط‌مشی و راهبردی تغییرات برنامه درسی را امری خطیر می‌دانند. لذا غنی‌سازی برنامه درسی آموزش عالی با رویکرد اقتصادی و متناسب‌سازی آن با دنیای کار ضروری به نظر می‌رسد و برنامه درسی دانشگاهی باید در جهت پرورش مهارت‌های موردنیاز بازار کار طراحی گردد.

یکی دیگر از مقوله‌های بخش سیاست‌گذاری افقی در آموزش عالی بر اساس شکل شماره ۳ «ارتباط صنعت و دانشگاه» می‌باشد. ارتباط دانشگاه و صنعت فرآیندی است که در طول زمان شکل می‌گیرد و برگرفته از نیازها و ضرورت‌های ملی در دوره‌های تاریخی، سمت‌وسو و اهداف کاربردی مرتبط با آن، تعیین می‌شود. زیربنای اساسی برای ارتباط دانشگاه و صنعت درگذشته ایران صورت نگرفته و محتوا و سمت‌وسوی این ارتباط به‌درستی شکل نگرفته و هدفمند نبوده است. درحالی‌که ارتباط صحیح و مؤثر دانشگاه و صنعت چنان‌که رسی (۲۰۱۰) معتقد است، می‌تواند موجب افزایش نوآوری و انتقال دانش و تکنولوژی گردد و تنها در صورت تعامل پایدار بین این دو نهاد، توسعه صنعتی و متعاقب آن توسعه اقتصادی و اجتماعی را می‌توان انتظار داشت. در کشور ما به دلیل نبود یک نظام جامع در دستگاه‌های دولتی و ضعف‌های زیادی ازجمله: عدم اعتماد صنعت به دانشگاه؛ تمایل نداشتن اساتید در ارتباط با صنعت؛ عدم وجود تجربیات کافی برای کارآفرینی و مدیریت مراکز حمایت؛ عدم امکان ارائه خدمات مشاوره مناسب درزمینه تجاری‌سازی؛ عدم وجود اعتماد کافی برای در اختیار گذاشتن گزارش مربوط به ایده‌ها؛ فعال نبودن واقعی مراکز ارتباط با صنعت در دانشگاه‌ها؛ فقدان پروژه‌های مشترک دانشگاه و صنعت؛ ضعف قوانین و مقررات موجود؛ بوروکراسی اداری؛ دانشگاه زدگی؛ کمبود مسائل انگیزشی؛ کمبود منابع انسانی؛ تقاضامحور نبودن طرح‌های تحقیقاتی و پایان‌نامه‌ها؛ عدم وجود فرهنگ تحقیقات که در برقراری رابطه بین دانشگاه و صنعت وجود دارد، برنامه‌ریزی از مجدد و تجدید ساختار ضروری می‌نماید. دانش تولیدشده در دانشگاه‌ها می‌تواند یک مزیت رقابتی برای صنعت محسوب گردد (سال‌تر و برانل، ۲۰۰۹). برون در تحقیق خود در انگلستان نشان داد که موفقیت‌های اقتصادی آن کشور تا حد زیادی وابسته به تحقیقات علمی و دانشگاهی است (برون، ۲۰۰۶).

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

بر اساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش و بر اساس شکل شماره ۳، مقوله دیگری که در سیاست‌گذاری افقی آموزش عالی باید موردتوجه قرار گیرد «تربیت دانشجوی کارآفرین برای بازار کار» است. بدیهی است که در بازار رقابت جهانی، افراد باید دائماً قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند. برای دستیابی به این مهم پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینی که بتوانند خود را به‌طور پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می‌رسد. موضوع دیگری که لزوم توجه به کارآفرینی را سبب شده، معضل بیکاری است، به‌طوری‌که به نظر می‌رسد پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به‌عنوان راه‌حل‌های مقتضی از طرف سیاست‌گذاران و مدیران اقتصادی موردتوجه قرارگرفته است. یکی از عمده دلایل بیکاری دانش‌آموختگان این بخش، نارسایی در آموزش‌های تجربی و کاربردی مناسب در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به شمار می‌آید. آنچه یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد، نبودن دانش‌آموختگان کارآفرین، فقدان انگیزه در دانشجویان، کاربردی نبودن علم در بازار کار و عدم تربیت نیروی متخصص در دانشگاه‌ها، باعث گردیده که دانشجوی کارآفرین برای بازار کار تربیت نشود. سلیمان پور و حسینی (۱۳۹۰) نیز عوامل و دلایلی نظیر ضعف مهارتی، عدم توانایی در راه‌اندازی واحدهای اشتغال‌زا، نبود و کمبود فرصت‌های شغلی و ...را در بیکار دانش‌آموختگان و فارغ‌التحصیلان مؤثر دانسته‌اند. به نظر می‌رسد برنامه‌های درسی موجود در آموزش عالی در جهت پرورش ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان تدوین‌نشده است. این برنامه‌ها مبتنی بر تفکر همگرا و متکی بر محفوظات صرف و دروس نظری و همسو با شیوه‌های سنتی که بر انباشت محفوظات و کم‌توجهی به پرورش مهارت‌های کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری تأکیددارند، سبب ایجاد روحیه مدرک‌گرایی و نبود روحیه پژوهشگری، خلاقیت و کارآفرینی در دانش‌آموختگان شده است. لذا فرایند تحول به‌سوی یک دانشگاه کارآفرین، برای القای رویکردی کارآفرینانه در جهت پرورش دانشجویان کارآفرین، در جمیع آموزش‌ها، پژوهش‌ها و ساختارهای دانشگاهی ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به شکل شماره ۳، «فرهنگ‌سازی کار» از دیگر بخش‌های سیاست‌گذاری عمودی می‌باشد. باید توجه داشت ایجاد اشتغال پایدار و مولد، تحقق کارآفرینی و توجه به مقوله کار و رشد اقتصادی صرفاً با سرمایه‌گذاری یا به‌کارگیری فناوری خاص نمی‌تواند محقق شده و یا استمرار یابد چراکه این امور شرط لازم‌اند و نه کافی. شرط کافی را باید در فرهنگ کار جستجو نمود، امری که سال‌هاست مهجور و مغفول مانده است. فرهنگ کار با محیط پیرامون خود در تعامل، کنش و واکنش است و برگرفته از گستره علوم و فنونی نظیر اقتصاد کار، حقوق کار، روانشناسی کار، جامعه‌شناسی، مدیریت منابع انسانی و ... بوده که در جهت دستیابی به اهدافی چون رفع نیازهای اساسی، افزایش بهره‌وری، رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی و توزیع عادلانه ثروت تلاش دارد. فرهنگ کاری پویا و پاسخگوی نیاز امروز پرداخت چراکه فرهنگ کار در کنار سرمایه‌گذاری، فناوری و منابع مالی و نیروی انسانی، شرط کافی و عنصر تکاملی برای استفاده بهینه و اثربخش از کلیه منابع موجود و امکانات می‌باشد. محیط علمی و آموزشی باید تلاش و سخت‌کوشی و فرهنگ کار را به دانشجویان منتقل نماید تا با

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1397.10.3.5.2]

سرمایه‌های باانگیزه، پرتلاش و دلسوز به قله‌های رشد رسیده و دانشجویان را به سرمایه‌های انسانی کارآفرین تبدیل نمود.

«حمایت دولت از تولید دانش و کالای داخلی» یکی از مسائل مورداشاره مشارکت‌کنندگان در بخش سیاست‌گذاری عمودی می‌باشد که در شکل شماره ۳ بدان اشاره‌شده است. بدون شک یکی از مهم‌ترین دلایل تأکیدات همیشگی مقام معظم رهبری بر مصرف تولیدات داخلی، تأثیر فرهنگی کالاهای تازه‌وارد فرنگی است که در کنار آثار سوء بر اقتصاد، کند شدن چرخه‌ی تولید داخل و از رونق افتادن بازار کسب‌وکار برای مردم کشورمان، چالشی دیگر را تدارک دیده‌اند. ستون فقرات اقتصاد مقاومتی، تولید داخلی است. اگر تولید ملی شکل نگرفت، استقلال اقتصادی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند. بنابراین اصلاح ساختار نهادی تولید و بهبود فضای کسب‌وکار و مرتفع ساختن موانع و تنگناهای تولید را می‌توان شکافی از مؤثرترین اقدامات در جهت رشد و توسعه اقتصادی و ارتقای تولید ملی و حمایت از بنگاه‌های اقتصادی دانست.

با توجه به شکل شماره ۳ و یکی دیگر از مسائل بخش سیاست‌گذاری عمودی «اصلاح ساختارهای بازار و دانشگاه» می‌باشد. آنچه در بخش بازار و دانشگاه قابل‌مشاهده است این‌که روابط سازمان‌یافته‌ای بین نظام علمی و سایر نظام‌های کشور به‌ویژه بازار، وجود ندارد. نظام آموزش عالی به‌طور مستقل عمل نموده و اساساً کارکرد دیگری غیر از تولید دانش ندارد. انگاره‌های ساختاری سنتی بیشتر متناسب نظام‌های مکانیکی هستند، درحالی‌که به لحاظ تحولات محیطی و تغییرات پرشتاب فناورانه و... نظام‌های اجتماعی به‌مرورزمان سعی کرده‌اند خود را با انگاره‌های ساختاری علم و پیچیدگی آن منطبق سازند. در وضعیت موجود به نظر می‌رسد ساختار حاکم بر آموزش عالی در مجموعه کلان دولت به لحاظ برخورداری از ویژگی‌های ساختار وظیفه‌ای و محدودیت‌های ناشی از آن، شرایط و بستر مناسبی را برای ارتباط با بازار کار فراهم نمی‌کند، لذا ساختار آموزش عالی و بازار باید در جهت ارتباط و تعامل همه‌جانبه با یکدیگر، اصلاح گردد. چنان‌که در مطالعه‌ای انواع تعاملات میان صنعت و دانشگاه به شرح ذیل معرفی‌شده‌اند: کنفرانس‌ها و نشست‌ها، مشاوره و تحقیقات قراردادی، ساخت تأسیسات و ساختمان (حمایت مالی صنعت برای ساخت تأسیسات، آزمایشگاه‌ها، مراکز رشد، مراکز تحقیقاتی مشترک و تأسیس شرکت‌های اقماری)، آموزش (آموزش طرفین توسط یکدیگر) و تحقیقات مشترک (دی استه و پاتل، ۲۰۰۷، ص. ۱۳۰۱).

مقوله «نیازسنجی بر اساس بازار کار» از دیگر مسائل بخش عمودی سیاست‌گذاری می‌باشد (بر اساس شکل شماره ۳). برای این منظور، سازمان‌ها باید با اجرای نیازسنجی‌های مداوم، نیازهای آموزشی فراگیران خود را موردسنجش قرار داده تا بتوانند مطابق با تکنولوژی و دانش روزبه ترمیم و اصلاح آموزش‌های خود بپردازند. نیازسنجی بر اساس بازار کار موجب فائق آمدن بر مشکلات بیکاری جوانان، ارتقای مهارت‌های شغلی و تأمین نیازهای اقتصادی می‌گردد. شاید بتوان گفت از دلایل عمده عدم هماهنگی و فقدان ارتباط کافی بین نظام آموزشی و بازار کار، عدم تناسب رشد اقتصادی و ظرفیت‌های اشتغال‌زایی جامعه، با رشد دانش‌آموختگان، فقدان

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

مهارت‌های موردنیاز بازار کار در دانش‌آموختگان به خاطر فقدان اطلاعات موردنیاز بازار کار در آینده و عدم نیازسنجی از بازار کار باشد. هر چه فرایند نیازسنجی به‌منظور شناسایی مشاغل و نیز نیازسنجی به‌منظور تعیین دانش، نگرش و مهارت‌های شغلی از اعتبار و دقت بیشتری برخوردار باشد می‌توان به کارآمدی دانش‌آموختگان در بازار کار اطمینان بیشتری داشت. بنابراین نیازسنجی و شناسایی علائم بازار کار و پرورش نیروی متخصص برای بازار کار، یک مسئله جدی و درخور توجه است. در پژوهش پورعزت، قلی‌پور و ندیرخانلو (۱۳۸۹) برخی از مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش و کارآفرینی دانشگاهی، عدم شناخت دانشگاه از نیازها و اولویت‌های بخش کسب‌وکار؛ عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه برای تجاری‌سازی دانش، عنوان‌شده است. همچنین بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش جعفر نژاد، مهدوی، خالقی سروش (۱۳۸۴)، نامناسب بودن سیاست‌های کلان پژوهشی کشور، شناخت ناکافی مراکز تحقیقات دانشگاهی از مسائل و مشکلات مراکز صنعتی، از مهم‌ترین موانع توسعه روابط متقابل صنعت و دانشگاه در ایران هستند.

با توجه به شکل شماره ۳، «اصلاح قوانین (آموزشی، پژوهشی، جذب اساتید) مبتنی بر بازار کار» یکی دیگر از مقوله‌های سیاست‌گذاری بخش عمودی می‌باشد. صاحب‌نظران، مسائل متفاوتی در ارتباط با ساختار آموزشی و پژوهشی و جذب هیئت‌علمی موردتوجه قراردادند که اصلاح در این بخش می‌تواند آموزش عالی را به لحاظ ساختاری به سمت بازار کار هدایت نماید. ازجمله مسائل مورداشاره از طرف مشارکت‌کنندگان، می‌توان به: مشکل ریشه‌ای قوانین آموزش عالی، شیوه استخدام و مدیریت اعضای هیئت‌علمی در طی فرایند حضورشان در دانشگاه، تغیر اساسی در جذب اساتید، هدایت شیوه مدیریت نقدینگی در جامعه به نفع اشتغال، مستقل نمودن معاونت فن‌آوری از معاونت پژوهشی، تغییر سطح معاونت‌ها، نوشتن آیین‌نامه فن‌آوری مانند آیین‌نامه آموزشی و پژوه، توجه به ارزش ایده به‌جای توجه به تعداد مقالات، اشاره نمود. ایجاد حقوق مالکیت معنوی و وضع و اصلاح قوانین کسب‌وکار، اصلاح قوانین جذب هیئت‌علمی و... زمینه را برای خلاقیت و کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها فراهم می‌کند. باید مکانیسم‌هایی برای حمایت از دارایی‌های صنعت و دانشگاه در تعاملات بین آن‌ها برقرار شود. در حال حاضر آیین‌نامه‌ها و قوانین دانشگاهی نه‌تنها انگیزه‌ای برای حرکت به سمت بازار کار ایجاد نمی‌کند بلکه باعث گردیده دانشگاهیان از کارآفرینی و بازار محوری فاصله بگیرند. در قوانین جذب هیئت‌علمی دانشگاه‌ها، آنچه موردتوجه می‌باشد و امتیاز محسوب می‌شود، رزومه، مقالات و... می‌باشد و نه‌تنها هیچ نوع شاخصی برای ارزیابی توانمندی اساتید در ارتباط با بازار کار و صنعت وجود نداشته، بلکه در فرم امتیازدهی، حتی هیچ‌گونه امتیازی برای ارتباط با بازار کار، قرار داده نشده است و این مسئله در جذب هیئت‌علمی اهمیتی ندارد. لذا توجه به این‌چنین مسائلی و اصلاح قوانین آموزشی و پژوهشی در جهت بازار محوری، از ضروریات سیاست‌گذاری عمودی می‌باشد. در پژوهش پورعزت، قلی‌پور و ندیرخانلو (۱۳۸۹) برخی از مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش و کارآفرینی دانشگاهی، بوروکراسی اداری و عدم انعطاف سیستم مدیریت دانشگاه؛ قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی؛ عدم احساس نیاز و فقدان انگیزه برای تجاری‌سازی دانش،

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

عنوان‌شده است. همچنین در این راستا پژوهش قاسمی و صالحی (۱۳۹۷) نیز نشان داد که ملاک‌های جذب و ارتقاء اساتید دانشگاه‌ها غالباً متکی بر تعداد مقالات بوده و ملاک‌هایی ازجمله کارآفرین بودن و ارتباط با صنعت و بازار کار در ملاک‌های جذب و ارتقاء هیئت‌علمی موردتوجه قرار نمی‌گیرد.

نهایتاً در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که وضعیت تعامل علم و صنعت در ایران از وضعیت مطلوب بسیار دور است. چنان‌که رتبه‌بندی اقتصادهای دانش‌بنیان که توسط بانک جهانی صورت گرفته است نشانگر رتبه‌ای نامناسب برای ایران در این زمینه است و ایران در سال ۲۰۱۲ رتبه‌ای بهتر از ۹۶ را کسب نکرده است (بانک جهانی، ۲۰۱۲). بنابراین اتخاذ سیاست‌های به‌روز و جدید در عرصه آموزش عالی و بازار کار، می‌تواند وضعیت آموزش عالی و بازار کار را در محیط‌های داخلی و خارجی بهبود ببخشید. با توجه به اهمیت و ضرورت آموزش عالی و بازار کار و از طرفی ارتباط متقابل و سطح تأثیرگذاری آن‌ها از یکدیگر، ضرورت دارد که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی این مقوله مهم با دقت و بررسی همه‌جانبه انجام‌گرفته و با فراهم کردن توازن و هم‌ترازی بین آموزش عالی و بازار کار زمینه را برای تحرک اجتماعی در میان اقشار مختلف جامعه فراهم آورد.

منابع

- امجدی، محمدحسین. (۱۳۹۳). ارتباط صنعت و دانشگاه و نقش دولت در این زمینه. دومین همایش ملی تعامل صنعت و دانشگاه، کرمان.
- امین بیدختی، علی‌اکبر، رستگار، عباسعلی و نامنی، احمد. (۱۳۹۴). آینده‌پژوهی تغییرات رویکردی آموزش عالی در توسعه سرمایه انسانی کشور؛ سناریویی محتمل برای افق ۱۴۱۰، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۱ (۳).
- انتظاری، یعقوب. (۱۳۸۸). ارائه الگوی برای هماهنگ‌سازی نظام آموزش عالی با تحولات مبتنی بر دانش در نظام اشتغال؛ برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۵۳ (۲). ۲.
- جعفر زاده، بهروز. (۱۳۹۳). ارتباط صنعت و دانشگاه، شاهرگ توسعه‌ی اقتصادی. دومین همایش ملی تعامل صنعت و دانشگاه، کرمان.
- جعفری، عبدالحمید. (۱۳۹۳). چالش‌ها و فرصت‌های ارتباط صنعت و دانشگاه و یک نگاه موردی بر دانشگاه کرمان. دومین همایش ملی تعامل صنعت و دانشگاه، کرمان.
- جلایی اسفند آبادی، سیدعبدالمجید و صمیمی، سپیده. (۱۳۹۳). نقش آموزش عالی در توسعه صنعت استان کرمان بر مبنای آمایش سرزمین. دومین همایش ملی تعامل صنعت و دانشگاه، کرمان.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

- شکیبایی، علیرضا و صمیمی، سپیده. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی تعامل آموزش عالی و فضای کسب‌وکار در ایران، کنگره ملی آموزش عالی ایران.
- طیبی، سید کمیل و زمانی، زهرا. (۱۳۹۳). نقش آموزش عالی در بهبود محیط کسب‌وکار: ایران و چند کشور منتخب. دومین همایش ملی تعامل صنعت و دانشگاه، کرمان.
- فتح الهی، احمد، یمنی، محمد، صباغیان، زهرا، فراستخواه، مقصود و قاضی طباطبایی، محمد. (۱۳۹۴). تحلیل محتوای برنامه‌های توسعه آموزش عالی با تمرکز بر تغییرات ساختاری و کارکردی استقلال نظام دانشگاهی. فصلنامه علمی-پژوهشی سیاست علم و فناوری، ۷ (۱).
- کاوسی، اسماعیل و احمدی، فخرالدین. (۱۳۸۹). جهانی‌شدن و توسعه منابع انسانی. فصل‌نامه مطالعات راهبردی جهانی‌شدن، ۱ (۱).
- کشاورز زاده، علی، رمضانی، سیده گل افروز و قادری، مصطفی. (۱۳۹۵). معرفی مدلی برای افزایش استقلال در سیستم آموزش عالی ایران. همایش ملی استقلال دانشگاه‌ها، چالش‌ها و راهبردها.
- کوخه یان، سیاوش. (۱۳۹۱). سال رفع سوءتفاهم دانشگاه و بخش تولید. پایگاه خبری تحلیلی اقتصاد ایران حدید نیوز.
- مدهوشی، مهرداد. (۱۳۸۹). بررسی و تبیین جایگاه آموزش عالی ایران در جهان، فصل‌نامه انجمن آموزش عالی ایران، ۲ (۴).
- وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، معرفی نظام آموزش عالی در ایران: www.msrt.ir

- Barnow, B. L., & Spaulding, S. (2015). Employer involvement in workforce programs: What do we know. In C. Van
- Becker, G. S. (1962). Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis. *Journal of Political Economy*. 9 (9).
- Biden, J. (2014). Ready to work: Job-driven training and American opportunity July. Washington DC: The White House.
- Choi, T., & Chandler, S. M. (2015). Exploration, exploitation, and public sector innovation: An organizational learning perspective for the public sector. *Human Service Organizations Management, Leadership & Governance*, 39(2): 139–151.
- Cleary, J. & Van, N. M. (2017). A Framework for Higher Education Labor Market Alignment Lessons and Future Directions In the Development Of Jobs--- Driven Strategies. Heldrich Center for Workforce Development, Edward J. Bloustein School of Planning and Public Policy, Rutgers, The State University of New Jersey, Working Paper – Comments Welcome.
- D'Amico, M. K. (2016). Community college workforce development in the student success
- Estermann, T., & Nokkala, T. (2009). University autonomy in Europe: Exploratory study. Brussels: European University Association.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]

- Gallup. (2014). What America needs to know about higher education redesign. Gallup, Inc. Retrieved from http://www.gallup.com/services/176759/america-needs-know-highereducation- redesign. Aspx.
- Gallup-Purdue Index. (2014). Great jobs great lives. Washington, DC: Gallup, Inc. Gherardi, S., Nicolini, D., & Odella, F. (1998). Toward a social understanding of how people learn in organizations: *the notion of situated curriculum. Management Learning*, 29(3): 273–297.
- Mincer, Jacob (1958). Investment in Human Capital and Personal Income Distribution. *Journal of Political Economy*, 66 (4): 281-302.
- Michael B. Paulsen, (2017). Higher Education: Handbook of Theory and Research, Department of Educational Policy and Leadership Studies, Lindquist Center The University of Iowa Iowa City, IA, USA.
- Myran, G., & Ivery, C. (2013). The employability gap and the community college role in workforce development. New Directions for Community Colleges, (162): 45–53.
- Mincer, Jacob (1958).Investment in Human Capital and Personal Income Distribution. *Journal of Political Economy*, 66(4): 281-302
- OECD (1996). Knowledge-based Economy; OECD, Paris.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. American Economic Review, 1(51): 1-17.
- Smith, A, (1978).The Wealth of Nations, Translation: Ebrahimzadeh, Payam Publications.
- Tian, X. & Martin, B. (2014). Business models for higher education: an Australian perspective, Journal of Management Development, 33(10).
- UNDP (2005). Innovation: Applying Knowledge in Development, UN Millennium Project, Task Force in Science, Technology and Innovation.
- World Bank (2003). Lifelong Learning in the Global knowledge Economy: Challenges for Developing Countries.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1397.10.3.5.2]