مجلۀ علمی – تحقیقی تاج
Taj Academic and Research Journal
پوهنتون تاج

https://www.taj.edu.af/magazine/index.php

P- ISSN:2664-9144
E- ISSN:3106-4191
DOI: http://doi.org/10.63616/taj.V.02.I.02.05

دورۀ دوم، شمارۀ دوم، خزان و زمستان ۱٤۰٤

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۲۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۲۵
تاریخ نشر: ۱۴۰۴/۱۲/۲۷

بررسی نقش آموزش‌های کارآفرینی بر توانمندسازی محصلان: مطالعه موردی ولایت بلخ

سید محمد شریفی[۱]، پوهنیار لیاقت علی اخلاقی[۲]

چکیده

این پژوهش باهدف بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر توانمندسازی محصلان در ولایت بلخ انجام‌شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی–تحلیلی و جامعه آماری شامل محصلان پوهنتون‌های این ولایت بوده که با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته و نمونه‌گیری تصادفی ساده، داده‌های ۱۰۹ نفر جمع‌آوری و با نرم‌افزار SPSS تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که آموزش‌های کارآفرینی با هر سه بعد توانمندسازی (دانش، مهارت و اعتمادبه‌نفس) رابطه مثبت و معنادار دارد. قوی‌ترین رابطه در بعد مهارت‌های عملی ($\rho=0238, p<0.01$) و ضعیف‌ترین رابطه در بعد دانش ($\rho=0.156, p<0.05$)مشاهده شد. نتایج حاکی از آن است که آموزش‌های کارآفرینی به‌ویژه زمانی که مبتنی بر روش‌های تجربی و عملی باشند، می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر در توانمندسازی محصلان ایفای نقش کنند. این یافته‌ها می‌تواند در طراحی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و سیاست‌گذاری‌های مرتبط در نظام آموزش عالی افغانستان مورداستفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، توانمندسازی محصلان، مهارت‌های عملی، اعتمادبه‌نفس کارآفرینانه، ولایت بلخ

[۱] عضو کادر علمی پوهنحی اقتصاد، پوهنتون تاج، بلخ، افغانستان m.balkhabi1374@gmail.com
[۲] عضو کادر علمی پوهنحی اقتصاد، پوهنتون تاج، بلخ، افغانستان liaqatali341@gmail.com

۱- مقدمه

«إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ، نَحْمَدُهُ، وَنَسْتَعِينُهُ، وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا، وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يُضْلِلْ فَلَا هَادِيَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ».

اما بعد: در دهه‌های اخیر کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد اقتصادی، نوآوری، ایجاد اشتغال و توسعه پایدار در سطح جهانی شناخته می‌شود. در بسیاری از کشورها، کارآفرینی نه‌تنها یک فعالیت اقتصادی، بلکه یک رویکرد فکری و فرهنگی برای حل مسائل پیچیده اجتماعی و اقتصادی تلقی می‌شود. کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه به‌طور فزاینده‌ای دریافته‌اند که آموزش‌های کارآفرینی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در پرورش نیروی انسانی خلاق، توانمند، فرصت‌جو و مقاوم در برابر چالش‌ها ایفا کند. (Gally, A. Fayoll& B., 2015). باوجود گسترش برنامه‌های آموزش کارآفرینی در بسیاری از پوهنتونها ، شواهد تجربی کافی در مورد اثرگذاری چندبعدی این آموزش‌ها بر توانمندسازی محصلان هنوز محدود است. بیشتر تحقیق‌ها در کشورهای مختلف عمدتاً بر نیت کارآفرینانه یا قصد راه‌اندازی کسب‌وکار تمرکز داشته‌اند، درحالی‌که ابعاد مهمی مانند مهارت‌های کاربردی، اعتمادبه‌نفس حرفه‌ای، خودکارآمدی، آمادگی شغلی و رفتارهای کارآفرینانه کمتر به‌صورت جامع موردبررسی قرارگرفته‌اند. این خلأ تحقیقی به‌ویژه در کشورهای درحال‌توسعه برجسته‌تر است؛ کشورهایی که نیاز بیشتری به شواهد علمی برای تدوین سیاست‌های آموزشی مؤثر دارند (Zimmerman. M. A, 2000)

در افغانستان، طی دو دهه‌ای اخیر، نظام آموزش عالی توسعه کمّی قابل‌توجهی داشته است؛ اما توسعه کیفی و تطبیق مهارت‌های آموزشی با نیازهای واقعی بازار کار همچنان با چالش‌های جدی مواجه است. آمارهای بانک جهانی (WORLD BANK, 2022)و اداره ملی احصائیه و معلومات افغانستان [3](NSIA) در سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد که بیش از ۴۰ درصد فارغ‌التحصیلان پوهنتونها بیکار هستند و بخش زیادی از آنان فاقد مهارت‌های عملی لازم برای ورود به بازار کار یا آغاز کسب‌وکار مستقل می‌باشند. این شکاف میان آموزش‌های نظری پوهنتونها و نیازهای بازار کار، ضرورت بازنگری در محتوای آموزشی و توجه به آموزش‌های کارآفرینی اثربخش و مهارت محور را آشکار می‌سازد. افزون بر آن، بررسی میدانی نشان می‌دهد که بسیاری از برنامه‌های آموزش کارآفرینی در پوهنتونهای افغانستان فاقد کارگاه‌های عملی، تجربه‌های واقعی کسب‌وکار، روش‌های تدریس فعال و حمایت‌های لازم برای محصلان هستند؛ عواملی که در مدل‌های جهانی آموزش کارآفرینی به‌عنوان عناصر کلیدی موفقیت شناخته می‌شوند(Kuratk, 2016) . ولایت بلخ، به‌عنوان یکی از قطب‌های علمی و اقتصادی شمال افغانستان، دارای جمعیت جوان پوهنتونی متعدد و بسترهای اجتماعی و اقتصادی متنوع است. این ویژگی‌ها، بلخ را به یک محیط مناسب برای بررسی کیفیت آموزش‌های کارآفرینی و میزان تأثیر آن بر توانمندسازی محصلان تبدیل می‌کند. بر همین اساس، تحقیق حاضر با عنوان (بررسی آموزش‌های کارآفرینی بر توانمندسازی محصلان (مطالعه موردی: ولایت بلخ) باهدف تحلیل تأثیر آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی بر توانمندسازی شامل مهارت‌های کارآفرینی، اعتمادبه‌نفس و آگاهی شغلی انجام‌شده است. این تحقیق می‌کوشد با رویکردی علمی و مبتنی بر داده‌های میدانی، میزان اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی را در سطح محصلان بررسی کرده و شکاف‌های موجود را شناسایی نماید. نتایج حاصل از این مطالعه می‌تواند به سیاست‌گذاران، مدیران پوهنتونها طراحان برنامه‌های آموزشی و تحقیق‌کننده‌ها کمک کند تا با اتخاذ راهکارهای مبتنی بر شواهد، کیفیت برنامه‌های کارآفرینی را بهبود بخشند و زمینه توانمندسازی واقعی و پایدار محصلان را فراهم سازند. ازاین‌رو، یافته‌های این تحقیق می‌تواند در جهت‌گیری اصلاحات آموزشی و برنامه‌ریزی پوهنتون نقش مؤثری ایفا کند.

۲- بیان مسئله

کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی رشد اقتصادی، نوآوری و اشتغال در سطح جهانی مطرح است. کشورهای درحال‌توسعه آموزش‌های کارآفرینی را به‌عنوان ابزاری راهبردی برای کاهش بیکاری و ارتقای توانمندی‌های محصلان در نظام آموزش عالی گسترش داده‌اند، آموزش کارآفرینی نه‌تنها مهارت‌های ایجاد و مدیریت کسب‌وکار را منتقل می‌کند، بلکه نگرش کارآفرینانه، خلاقیت و خودکارآمدی را نیز در محصلان پرورش می‌دهد. (Zimmerman. M. A, 2000) از منظر نظری، تحقیق‌های داخلی بیشتر بر نیت کارآفرینانه متمرکز بوده و کمتر به توانمندسازی چندبعدی محصلان (دانش، نگرش، مهارت) پرداخته‌اند همچنین، مطالعات تجربی منسجم درباره تأثیر آموزش‌های کارآفرینی در

[3] **National Statistics and Information Authority**

سطح پوهنتون‌های افغانستان و به‌ویژه ولایت بلخ محدود است. این خلأ تحقیقی مانع ارائه راهکارهای مبتنی بر شواهد برای اصلاح برنامه‌ها و سیاست‌های آموزشی می‌شود.

شواهد محلی حاکی از آن است که بسیاری از فارغ‌التحصیلان پوهنتون‌ها در ولایت بلخ همچنان فاقد مهارت‌های لازم برای ایجاد یا مدیریت کسب‌وکار هستند. این مسئله احتمال می‌دهد که برنامه‌های موجود کارآفرینی، ازنظر کیفیت محتوا، روش تدریس یا فعالیت‌های عملی، اثربخشی کافی نداشته باشند. از سوی دیگر، تاکنون تحقیق‌های اندکی به‌طور تجربی و نظام‌مند این رابطه را در سطح ولایت بلخ بررسی کرده‌اند؛ بنابراین، همچنان مشخص نیست که آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی تا چه حد بر ابعاد گوناگون توانمندسازی محصلان (دانش، نگرش، مهارت، اعتمادبه‌نفس و توانایی راه‌اندازی کسب‌وکار) تأثیرگذار بوده‌اند و کدام مؤلفه‌های آموزشی بیشترین نقش را ایفا می‌کنند.

بر این اساس، تحقیق حاضر باهدف تحلیل تجربی رابطه میان آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی و توانمندسازی محصلان در ولایت بلخ، در پی پر کردن خلأ نظری و عملی موجود است. نتایج این تحقیق می‌تواند مبنای علمی برای اصلاح برنامه‌های درسی، بهبود روش‌های تدریس و طراحی سیاست‌های آموزشی مبتنی بر شواهد در راستای ارتقای توانمندی کارآفرینانه محصلان در نظام آموزش عالی افغانستان را فراهم سازد.

۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

در دنیای امروز، کارآفرینی یکی از مؤثرترین ابزارها برای رشد اقتصادی، کاهش بیکاری و توسعه پایدار به شمار می‌رود. کشورهایی که آموزش‌های کارآفرینی را در نظام تحصیلات عالی خود نهادینه ساخته‌اند، توانسته‌اند بستر مناسبی برای پرورش تفکر خلاق، نوآوری و اشتغال‌زایی جوانان فراهم کنند. آموزش‌های کارآفرینی در پوهنتون‌ها نه‌تنها مهارت‌های فنی و مدیریتی را به محصلان می‌آموزد، بلکه اعتمادبه‌نفس، ریسک‌پذیری و توانایی تصمیم‌گیری آنان را در مسیر ایجاد کسب‌وکار تقویت می‌کند(UNESCO, 2021) .

در افغانستان که با چالش‌های بیکاری گسترده، ضعف زیرساخت‌های اقتصادی و محدودیت فرصت‌های شغلی مواجه است، توجه به کارآفرینی پوهنتونی اهمیت ویژه‌ای دارد. پوهنتون‌ها می‌توانند با ارائه آموزش‌های کارآفرینی مؤثر، محصلان را از حالت وابستگی به بازار کار دولتی خارج کرده و به سمت خوداشتغالی و ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه هدایت کنند. این موضوع به‌ویژه در ولایت بلخ، به‌عنوان یکی از مرکزهای علمی و اقتصادی کشور، از جایگاه مهمی برخوردار است؛ زیرا تمرکز جمعیت تحصیل‌کرده و ظرفیت‌های اقتصادی در این ولایت، امکان گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌سازد.

از دیدگاه کاربردی، نتایج این تحقیق می‌تواند در طراحی و بهبود برنامه‌های درسی، ارتقای مهارت‌های عملی محصلان و پالیسی در حوزه اشتغال و آموزش عالی نقش مؤثری ایفا نماید. همچنین از جنبه نظری، این تحقیق می‌تواند به توسعه دانش بومی در زمینه آموزش کارآفرینی و توانمندسازی جوانان کمک کند.

٤- هد ف تحقیق

بررسی نقش آموزش‌های کارآفرینی در توانمندسازی محصلان تحصیلات عالی در افغانستان (مطالعه موردی: ولایت بلخ)

٥- سؤالات تحقیق

آموزش‌های کارآفرینی تا چه اندازه در توانمندسازی محصلان در تحصیلات عالی ولایت بلخ اثرگذار است؟

سؤالات فرعی

۱. آموزش‌های کارآفرینی تا چه اندازه موجب افزایش دانش و آگاهی کارآفرینانه در میان محصلان می‌شود؟
۲. آموزش‌های کارآفرینی چگونه بر تقویت مهارت‌های عملی، خلاقیت و توانایی اجرای ایده‌های کسب‌وکار محصلان تأثیر می‌گذارد؟
۳. آموزش‌های کارآفرینی تا چه میزان باعث افزایش اعتمادبه‌نفس و خودباوری کارآفرینانه در میان محصلان می‌شود؟

٦- چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

٦-١- چهارچوب نظری

توانمندسازی از منظر روان‌شناختی به معنای افزایش احساس شایستگی، خودمختاری، معناداری و تأثیرگذاری فرد در انجام وظایف است. مدل توانمندسازی اسپریتزر (۱۹۹۵) چهار بعد کلیدی خودکارآمدی، قابلیت، معناداری و اختیار عمل را مطرح می‌کند. این چهار بعد زمانی تقویت می‌شوند که فرد دانش کافی داشته باشد، مهارت‌های لازم را کسب کند، هدف کار را درک نماید و فرصت تصمیم‌گیری و تجربه عملی داشته باشد (Spreitzer, 1995)

از سوی دیگر، نظریه یادگیری تجربی کلب (۱۹۸۴) بیان می‌کند که یادگیری واقعی زمانی اتفاق می‌افتد که آموزش از چرخه چهار مرحله‌ای تجربه ملموس، مشاهده و بازتاب، مفهوم‌سازی انتزاعی و آزمون عملی عبور کند. در حوزه آموزش‌های کارآفرینی، استفاده از پروژه‌ها، کارگاه‌ها، شبیه‌سازی‌های کسب‌وکار و بازخورد مستمر استادان، سبب می‌شود محصلان از حالت یادگیری نظری به یادگیری عمیق و کاربردی منتقل شوند. ترکیب این دو نظریه نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی مبتنی بر تجربه می‌توانند ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی را فعال کرده و محصلان را برای اقدام مستقل و خلاق آماده سازند(Clob, 1984)

آموزش‌های کارآفرینی دانشگاهی (متغیر مستقل)

آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها مجموعه‌ای از فعالیت‌های آموزشی، مهارتی و نگرشی است که هدف آن ارتقای توانایی محصلان برای شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار و ایجاد یا مدیریت فعالیت‌های کارآفرینانه است. این نوع آموزش‌ها شامل برنامه‌های درسی تخصصی، دوره‌های مهارتی، کارگاه‌های عملی، پروژه‌های تیمی و تجارب میدانی است که برای افزایش شایستگی‌های فردی و حرفه‌ای محصلان طراحی می‌شود (خدادای،س. ابراهیمی،ف, ۱۳۹۸)

کیفیت محتوای آموزشی:

محتوا زمانی اثربخش است که جامع، به‌روز، کاربردی و مرتبط با نیازهای واقعی بازار کار باشد. محتوای غنی و مبتنی بر مطالعات موردی، شبیه‌سازی‌های کسب‌وکار و مثال‌های واقعی، سبب می‌شود محصلان درک عمیق‌تری از مفاهیم کارآفرینی به دست آورند پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کیفیت محتوا رابطه مستقیم با افزایش دانش کارآفرینانه و شایستگی‌های برنامه‌ریزی و تحلیل فرصت دارد (دریانی،ع. ,باقری،س. احمدپور, ۱۳۹۴)

روش تدریس و تعامل استاد:

سبک تدریس استادان نقش تعیین‌کننده‌ای در تقویت مشارکت محصلان، تفکر انتقادی، حل مسئله و خودکارآمدی دارد. روش‌های تدریس فعال مانند بحث گروهی، پروژه محوری، نقش‌آفرینی و یادگیری مبتنی بر مسئله، نسبت به شیوه‌های سنتی اثربخشی بیشتری در رشد مهارت‌های کارآفرینانه دارند. بازخورد سازنده استاد نیز باعث افزایش انگیزه و اعتمادبه‌نفس محصلان در اجرای ایده‌ها می‌شود (کردبچه،ر. ایمانی،م., ۱۳۹۶)

فعالیت‌های عملی و تجربی:

فعالیت‌هایی مانند کارگاه‌های کارآفرینی، شبیه‌سازی کسب‌وکار، کارآموزی، پروژه‌های واقعی و شبکه‌سازی با کارآفرینان، از عناصر کلیدی یادگیری تجربی محسوب می‌شوند. این فعالیت‌ها موجب می‌گردند محصلان علاوه بر یادگیری نظری، مهارت‌های عملی مانند طراحی مدل کسب‌وکار، مدیریت مالی، ارتباطات و رهبری را تمرین کنند. بر اساس الگوی یادگیری تجربی کلب، یادگیری مؤثر زمانی اتفاق می‌افتد که محصلان مراحل تجربه عینی، مشاهده و بازتاب، مفهوم‌سازی انتزاعی و آزمون عملی را طی کنند بنابراین، هر چه آموزش‌های دانشگاهی بر تجربه واقعی مبتنی باشند، توانایی حل مسئله و نوآوری در محصلان تقویت خواهد شد (حسینی،م. رمضانی،ف, ۱۳۹۵)

توانمندسازی (متغیر وابسته)

توانمندسازی محصلان فراتر از انتقال صرف دانش نظری است و به‌مثابه فرآیندی جامع تعریف می‌شود که هدف آن تجهیز فراگیران به مجموعه‌ای از توانایی‌های دانشی، مهارتی و نگرشی برای ایفای نقش مؤثر و مستقل در اقتصاد دانش‌بنیان است. این فرآیند با تکیه‌بر افزایش قدرت تصمیم‌گیری، ارتقای سطح اعتمادبه‌نفس و تقویت حس خودکارآمدی در محصلان، زمینه را برای اقدامات خلاقانه و مسئولانه آنان در مسیر راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای نوپا فراهم می‌آورد. منابع معتبر دانشگاهی بر این تأکیددارند که توانمندسازی مؤثر مستلزم توسعه مهارت‌های عملی نظیر حل مسئله، کار تیمی و تفکر انتقادی است و هم‌زمان باید نگرش مثبت به نوآوری، ریسک‌پذیری معقول و کارآفرینی را در میان آنان تقویت کند تا محصلان بتوانند به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی عمل نمایند (امیرحسین, ۱۳۹۷)

دانش و آگاهی کارآفرینانه:

دانش و آگاهی کارآفرینانه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی توانمندسازی، مجموعه‌ای از دانش‌ها، مهارت‌ها و درک‌های تخصصی موردنیاز برای آغاز، مدیریت و رشد موفق یک کسب‌وکار را در برمی‌گیرد. این شاخص فراتر از دانش عمومی مدیریت است و شامل شناخت دقیق بازار، توانایی تحلیل مالی، درک چارچوب‌های قانونی و مهارت‌های عملی موردنیاز برای تبدیل ایده‌های نوآورانه به فرصت‌های اقتصادی قابل بهره‌برداری می‌شود. کسب این دانش تخصصی، بستر لازم را برای شناسایی به‌موقع و بهره‌برداری مؤثر از فرصت‌های کارآفرینانه فراهم می‌آورد و به محصلان کمک می‌کند تا با آمادگی بیشتری وارد فضای رقابتی کسب‌وکار شوند و میزان موفقیت خود را افزایش دهند (مهدی, ۱۳۹۸)

مهارت‌های عملی و خلاقیت:

این بعد از توانمندسازی بر تلفیق دانش نظری باقابلیت‌های اجرایی تأکید دارد، به‌طوری‌که محصلان بتوانند ایده‌های خود را به اقدامات عملی و نتایج ملموس تبدیل کنند، مهارت‌هایی نظیر توانایی طراحی طرح کسب‌وکار[4]، نوآوری در مدل‌های درآمدی، حل مسئله‌ی چالش‌های پیش‌بینی‌نشده، رهبری تیم‌های کوچک، مدیریت بهینه‌ی منابع محدود و توانایی کار تیمی مؤثر، از مهم‌ترین ابعاد این شاخص محسوب می‌شوند. آموزش‌های کارآفرینی مؤثر، آن‌هایی هستند که از روش‌های سنتی فاصله گرفته و با پروژه‌های عملی، کارگاه‌های شبیه‌سازی و منتورینگ تخصصی همراه می‌شوند تا رشد این مهارت‌ها را در محیطی واقعی‌تر تسهیل کنند و محصلان را برای ورود موفق به اکوسیستم کارآفرینی آماده سازند (توکلی،ع. مشفق، سید محمد, ۱۳۹۵).

اعتمادبه‌نفس کارآفرینانه:

اعتمادبه‌نفس و خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان ابعاد حیاتی و روان شناختی توانمند سازی، نقشی محوری در شکل‌گیری انگیزه‌ی درونی و اقدام عملی محصلان دارند. خودکارآمدی کارآفرینانه به باور فرد نسبت به توانایی‌هایش برای انجام موفقیت‌آمیز وظایف مختلف کارآفرینانه اشاره دارد و یکی از قوی‌ترین پیش‌بینی کننده‌های تمایل به ایجاد کسب‌وکار و موفقیت در آن محسوب می‌شود. زمانی که محصلان از طریق کسب دانش و تجربه‌باور کنند که قادر به اجرای یک ایده تجاری، حل چالش‌های پیشرو و مدیریت منابع هستند، احتمال اقدام کارآفرینانه و موفقیت آنان به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد؛ بنابراین، طراحی برنامه‌ها و آموزش‌های مهارت محور و تجربه‌باور (مانند کارآموزی یا راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک آزمایشی) نقش مهمی در تقویت این باور و حس کفایت شخصی در میان محصلان ایفا می‌کند (غفاری، ح, محمدی،ع, ۱۴۰۰)

۲-۶- پیشینه تحقیقی و تحقیقات انجام‌شده

۱. (موسوی, ۱۳۹۸)به بررسی نقش آموزش‌های پوهنتونی در توانمند سازی محصلان از ابعاد مهارتی، روان شناختی و دانشی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که آموزش‌های طراحی شده بر اساس نیازهای واقعی بازار کار، تأثیر قابل‌توجهی برافزایش دانش تخصصی، مهارت‌های

[4] Business Plan

عملی، خلاقیت، خودکارآمدی و اعتمادبه‌نفس محصلان دارد. همچنین مشخص شد که مشارکت فعال محصلان در پروژه‌های عملی و کارگاه‌های کارآفرینی، احساس کنترل و مسئولیت‌پذیری آن‌ها را تقویت می‌کند که این خود یکی از مؤلفه‌های مهم توانمندسازی است. تحقیق تأکید می‌کند که آموزش زمانی منجر به توانمندسازی واقعی می‌شود که از حالت نظری صرف خارج‌شده و با تمرین، تجربه و تعامل عملی همراه باشد

۲. (احمدی،م. رضایی،س, ۱۳۹۹)به بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی بر توانمندسازی محصلان پرداخته‌اند و نقش میانجی خودکارآمدی را نیز در این رابطه موردتوجه قرار داده‌اند. نتایج این مطالعه که با استفاده از روش توصیفی-پیمایشی و بر روی محصلان پوهنتون‌های دولتی انجام شده است، نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی نه‌تنها به افزایش دانش و مهارت‌های کارآفرینانه محصلان کمک می‌کند، بلکه از طریق تقویت احساس خودکارآمدی، موجب ارتقای اعتمادبه‌نفس و گرایش آنان به فعالیت‌های خلاقانه و نوآورانه می‌شود. یافته‌ها حاکی از آن است که خودکارآمدی نقش مهمی در انتقال اثر آموزش به توانمندسازی ایفا می‌کند و درواقع، زمانی این آموزش‌ها بیشترین اثرگذاری رادارند که محصلان به توانایی‌های خود در ایجاد و مدیریت کسب‌وکار باور داشته باشند. رضایی و احمدی پیشنهاد می‌کنند که پوهنتون‌ها برای افزایش اثربخشی دوره‌های کارآفرینی، علاوه بر آموزش محتوا و مهارت‌ها، برنامه‌های حمایتی و تجربه محور را نیز تقویت کنند تا خودکارآمدی و آمادگی ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه در محصلان افزایش یابد.

۳. (Gally, A. Fayoll& B., 2015)آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی به‌عنوان یک ابزار کلیدی توانمندسازی محصلان، در سال‌های اخیر توجه بسیاری از تحقیق گران و سیاست‌گذاران آموزشی را به خود جلب کرده است. این آموزش‌ها باهدف ارتقای دانش، مهارت، نگرش و اعتمادبه‌نفس محصلان طراحی می‌شوند و فرصت‌های ایجاد کسب‌وکار مستقل و نوآوری را برای آنان فراهم می‌کنند. تحقیقات نشان داده‌اند که آموزش‌های کارآفرینی، علاوه برافزایش مهارت‌های عملی، نگرش مثبت محصلان نسبت به کارآفرینی را نیز تقویت می‌کند

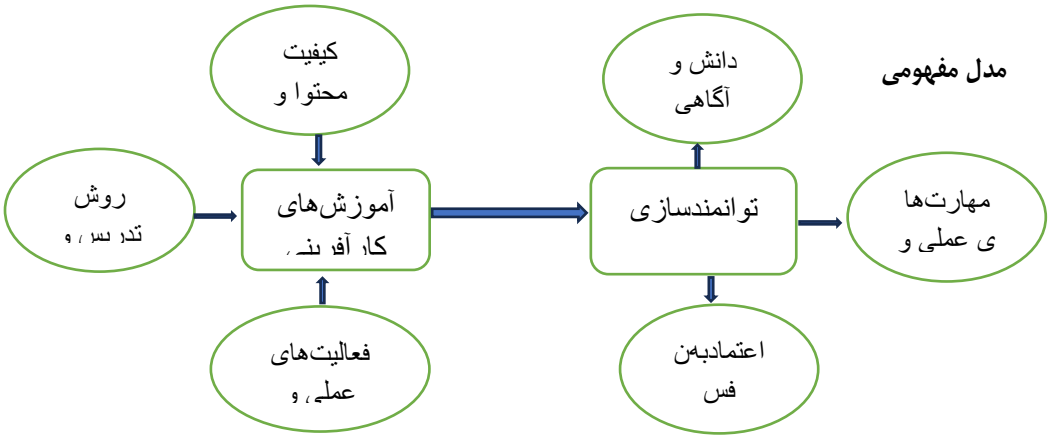
٤. (Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A., 2017)آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی توانایی محصلان را در شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار، برنامه‌ریزی استراتژیک و توسعه مهارت‌های رهبری افزایش می‌دهد. تعامل عملی، پروژه‌های گروهی و شبیه‌سازی‌های کسب‌وکار مؤثرترین روش‌ها هستند.

٥. (ILO, 2022)در کشورهای آسیای جنوبی و افغانستان، محصلانی که دوره‌های کارآفرینی را گذرانده‌اند، نسبت به سایر محصلان از خودکارآمدی، اعتمادبه‌نفس و توانایی حل مسئله بالاتری برخوردار بوده‌اند و احتمال راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل در آنان بیشتر است.

٦. (Çera, E., Belas, J., & Rozsa, Z., 2021)مطالعه در کشورهای بالکان: این تحقیق بررسی کرد که آیا کیفیت آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی بر تمایل محصلان به کارآفرینی و توانمندسازی آن‌ها تأثیر دارد یا خیر . نتایج نشان داد که هرچه محتوا کاربردی‌تر و مرتبط با بازار کار باشد ، توانمندسازی بیشتر است، پیشنهاد شد که پوهنتونها از مدل‌های یادگیری تجربی برای اثربخشی بیشتر استفاده کنند.

۷. (احمدی, ۱۳۹۹)در پوهنتون‌های افغانستان، محصلانی که در دوره‌های کارآفرینی شرکت کرده‌اند، مهارت‌های کاربردی و نگرش مثبت نسبت به ایجاد کسب‌وکار کسب کرده‌اند، اما پتانسیل کامل این آموزش‌ها هنوز به‌طور سیستماتیک اندازه‌گیری نشده است.بررسی‌های اولیه نشان می‌دهد که در ولایت بلخ، باوجود ظرفیت علمی و اقتصادی، تحقیقات جامع درباره تأثیر آموزش کارآفرینی بر توانمندسازی محصلان محدود است.

۷- مدل مفهومی



۸- روش تحقیق

این تحقیق از نوع کاربردی و با رویکرد توصیفی–تحلیلی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه محصلان پوهنتون‌های ولایت بلخ است که به‌منظور دستیابی به نمونه تصادفی، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. حجم نمونه بر اساس حداقل پرسشنامه به تعداد ۱۵۰ توزیع شد که به تعداد ۱۰۹ جمع‌آوری و دریافت گردید که بالاتر از ۱۰۰ عدد موردپذیرش قرار دارد.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است که بر اساس مبانی نظری و تحقیق‌های پیشین طراحی شده و شامل دو بخش اصلی است: بخش نخست به متغیر مستقل یعنی آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونی (در ابعاد محتوای آموزشی، روش تدریس، امکانات عملی و کارگاه‌ها و حمایت‌های پوهنتونی) و بخش دوم به متغیر وابسته یعنی توانمندسازی محصلان (در ابعاد خودکارآمدی، مهارت‌های کارآفرینی، اعتمادبه‌نفس و آمادگی شغلی) اختصاص دارد.

سؤالات پرسشنامه با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) تنظیم شده‌اند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر متخصصان و اساتید حوزه کارآفرینی تأیید گردید و برای اطمینان از پایایی، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که مقدار آن بالاتر از ۰.۷ گزارش گردید.

گردآوری داده‌ها به صورت فیزیکی و حضوری در محیط پوهنتون انجام شد و ضمن توضیح هدف تحقیق، رضایت آگاهانه شرکت‌کنندگان پیش از پاسخ‌گویی اخذ گردید. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار[5] SPSS استفاده شد. در مرحله نخست، آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار و جداول فراوانی برای توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی و متغیرها به کار رفت. سپس در مرحله استنباطی، از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه برای بررسی رابطه و میزان تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر توانمندسازی محصلان استفاده گردید. همچنین برای اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها، آزمون کولموگروف–اسمیرنوف انجام‌شده است.

۹- تجزیه‌وتحلیل داده‌ها

۹-۱- تحلیل آمار توصیفی

جدول ۱: بررسی پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ

سازه	تعداد سؤال‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
دانش	7	0.756
مهارت‌ها	7	0.807
اعتمادبه‌نفس	4	0.704

بر اساس نتایج ضریب آلفای کرونباخ فوق، پایایی هر سازه پرسشنامه به شرح زیر است: بخش دانش0.756 :، نشان‌دهنده پایایی قابل‌قبول گویه‌ها. بخش مهارت‌ها0.807 :، بیانگر پایایی خوب این بخش است. بخش اعتمادبه‌نفس 0.704 :نشان‌دهنده پایایی قابل‌قبول گویه‌ها است. با توجه به اینکه همه ضرایب آلفا بالاتر از ۰.۷ هستند، پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار بوده و قابل‌استفاده برای تحلیل‌های آماری تحقیق است.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

جنسیت	Frequency تعداد	Percentدرصد	Valid Percentدرصد معتبر	Cumulative Percent درصد تجمعی
مرد	۱۰۹	100.0	100.0	100.0

[5] ابزار تحلیل دیتاها

	100.0	100.0	۱۰۹	کل

قرار نتایج فوق در بخش آمار توصیفی جمعیت شناختی، داده‌ها نشان داد که حجم نمونه موردبررسی شامل ۱۰۹ نفر است. نتایج مربوط به توزیع جن سیت پا سخ‌دهندگان حاکی از آن ا ست که ۱۰۰ در صد از شرکت‌کنندگان را مردان ت شکیل داده‌اند (جدول بالا). این مو ضوع ن شان‌دهنده یکدستی کامل نمونه ازنظر جنسیت است که در شرایط عدم تحصیل دختران در افغانستان قابل‌قبول است.

جدول ۳: ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

Cumulative Percentدرصد تجمعی	Valid Percentدرصد معتبر	Percentدرصد	Frequencyتعداد	سن پاسخ‌دهنده
۹۸.۲٪	۹۸.۲٪	۹۸.۲٪	۱۰۷	۱۸–۳۵ سال
۱۰۰.۰٪	۱.۸٪	۱.۸٪	۲	۳۶–۵۵ سال
	۱۰۰.۰٪	۱۰۰.۰٪	۱۰۹	کل

بر ا ساس نتایج به‌د ست‌آمده از تحلیل داده‌های جمعیت شناختی (جدول بالا)، توزیع سنی پا سخ‌دهندگان ن شان می‌دهد که نمونه موردمطالعه عمدتاً شامل افراد جوان است .۹۸.۲ درصد از شرکت‌کنندگان در رده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال قرار دارند و تنها ۱.۸ درصد از آنان در رده سنی ۳۶ تا ۵۵ سال هستند.

جدول ۴: تحلیل و تفسیر جدول میزان تحصیلات

Cumulative Percentدرصد تجمعی	Valid Percentدرصد معتبر	Percentدرصد	Frequencyتعداد	میزان تحصیلات
۹۳.۶٪	۹۳.۶٪	۹۳.۶٪	۱۰۲	لیسانس
۹۸.۲٪	۴.۶٪	۴.۶٪	۵	ماستر
۹۹.۱٪	۰.۹٪	۰.۹٪	۱	دکتری
۱۰۰.۰٪	۰.۹٪	۰.۹٪	۱	نامشخص (کد ۴)
	۱۰۰.۰٪	۱۰۰.۰٪	۱۰۹	کل

بررسی وضعیت تحصیلی پاسخ‌دهندگان (جدول بالا) نشان می‌دهد که سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان عمدتاً در سطح کارشناسی است .۹۳.۶ درصد از نمونه موردمطالعه دارای مدرک لیسانس بوده‌اند. همچنین، ۴.۶ درصد دارای مدرک ماستر و ۰.۹ درصد دارای مدرک دکتری هستند. این نتایج حاکی از آن است که عمده شرکت‌کنندگان دارای تحصیلات دانشگاهی در سطح پایه و متوسط هستند.

جدول ۵: تحلیل و تفسیر جدول سابقه مهارت‌آموزی

سابقه شرکت در دوره‌ها	Frequencyتعداد	Percentدرصد	Valid Percentدرصد معتبر	Cumulative Percentدرصد تجمعی
هیچ‌گونه آموزش	۳۶	۳۳.۰٪	۳۳.۰٪	۳۳.۰٪
کمتر از ۶ ماه	۳۵	۳۲.۱٪	۳۲.۱٪	۶۵.۱٪
۶ ماه الی ۱ سال	۱۱	۱۰.۱٪	۱۰.۱٪	۷۵.۲٪
بیش از ۱ سال	۲۵	۲۲.۹٪	۲۲.۹٪	۹۸.۲٪
نامشخص (کد ۵)	۲	۱.۸٪	۱.۸٪	۱۰۰.۰٪
کل	۱۰۹	۱۰۰.۰٪	۱۰۰.۰٪	

بر اساس جدول بالا به سابقه شرکت در دوره‌های مهارت‌آموزی غیردانشگاهی نشان می‌دهد که توزیع پاسخ‌ها نسبتاً پراکنده است، اما تمایل به سمت تجربه کمتر وجود دارد .۳۳ درصد از شرکت‌کنندگان هیچ‌گونه سابقه آموزشی نداشته‌اند و ۳۲.۱ درصد نیز کمتر از شش ماه آموزش‌دیده‌اند. درمجموع، ۶۵.۱ درصد از پاسخ‌دهندگان سابقه آموزشی کم (صفر الی زیر شش ماه) دارند. در مقابل، ۲۲.۹ درصد از افراد بیش از یک سال در این دوره‌ها شرکت کرده‌اند.

جدول ۶: تحلیل و تفسیر جدول تجارب دوره‌ها کارآفرینی

تجارب شرکت در دوره‌ها	میانگین(Mean)	میانه(Median)	مد(Mode)	انحراف معیار(Std. Deviation)
بله	۷۰	۶۴.۲٪	۶۴.۲٪	۶۴.۲٪
خیر	۳۹	۳۵.۸٪	۳۵.۸٪	۱۰۰.۰٪
کل	۱۰۹	۱۰۰.۰٪	۱۰۰.۰٪	

بر اساس نتایج جدول بالا توزیع فراوانی مربوط به تجربه شرکت پاسخ‌دهندگان در دوره‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که اکثریت شرکت‌کنندگان در این زمینه تجربه کسب کرده‌اند؛ به‌طوری‌که ۶۴.۲ درصد (۷۰ نفر) از پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که در این دوره‌ها شرکت کرده‌اند. در مقابل، ۳۵.۸ در صد (۳۹ نفر) از پا سخ‌دهندگان هیچ تجربه‌ای از شرکت در دوره‌های کارآفرینی ندا شته‌اند. این یافته ن شان می‌دهد که بیش از نیمی از نمونه آماری موردمطالعه، با مفاهیم و آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی آشنایی دارند

جدول ۷: آمار توصیفی بخش دانش

کد سؤال	میانگین(Mean)	میانه (Median)	مد (Mode)	انحراف معیار(Std. Deviation)

Q1	2.68	3.00	3	1.276
Q2	3.10	3.00	3	1.088
Q3	3.28	3.00	3	1.044
Q4	2.97	3.00	3	1.004
Q5	3.09	3.00	3	0.977
Q6	3.28	3.00	3	0.924
Q7	3.07	3.00	3	1.025

بر اساس نتایج آمار توصیفی بخش دانش پرسش‌های Q1 تا Q7 نشان می‌دهد که میانگین همه گویه‌ها در بازه نزدیک به سطح «متوسط تا نسبتاً زیاد» قرار دارد (حدود ۲.۶۸ تا ۳.۲۸). میانه و مد تمامی گویه‌ها برابر با ۳ است که بیانگر تمایل غالب پاسخ‌دهندگان به انتخاب گزینه «متوسط» است. همچنین انحراف معیار بین ۰.۹۲ تا ۱.۲۷ متغیر است که نشان‌دهنده پراکندگی کم تا متوسط در پاسخ‌ها بوده و ثبات نسبی دیدگاه شرکت‌کنندگان را تأیید می‌کند.

جدول ۸: آمار توصیفی بخش مهارت‌ها

کد سؤال	میانگین(Mean)	میانه(Median)	مد(Mode)	انحراف معیار(Std. Deviation)
Q8	3.77	4.00	3	0.959
Q9	3.26	3.00	4	1.075
Q10	3.66	4.00	4	0.964
Q11	3.44	3.00	3	1.058
Q12	3.04	3.00	3	1.122
Q13	3.38	3.00	3	0.998
Q14	3.28	3.00	3	1.037

بر اساس نتایج توصیفی گویه‌های Q8 تا Q14 نشان می‌دهد که میانگین پاسخ‌ها در بازه ۳.۰۴ تا ۳.۷۷ قرار دارد که بیانگر ارزیابی متوسط رو به بالا در این بخش است. میانه و مد اغلب گویه‌ها برابر با ۳ گزارش شده و در برخی موارد مقدار ۴ نیز مشاهده می شود که نشان‌دهنده گرایش پاسخ‌دهندگان به گزینه‌های مثبت‌تر است. انحراف معیار بین ۰.۹۵ تا ۱.۱۲ متغیر بوده و پراکندگی کم تا متوسط در پاسخ‌ها را نشان می‌دهد؛ این موضوع بیانگر یکنواختی قابل‌قبول در دیدگاه پاسخ‌دهندگان نسبت به این گویه‌ها است.

جدول ۹: آمار توصیفی بخش اعتمادبه‌نفس

کد سؤال	میانگین(Mean)	میانه(Median)	مد(Mode)	انحراف معیار (Std. Deviation)
Q15	3.28	3.00	3	1.14
Q16	3.15	3.00	3	1.10
Q17	3.05	3.00	3	1.05
Q18	3.12	3.00	3	1.08

بر اساس نتایج گویه‌های Q15 تا Q18 نشان می‌دهد که میانگین پاسخ‌ها در بازه ۳.۰۵ تا ۳.۲۸ قرار داشته و بیانگر سطح متوسط ارزیابی پاسخ‌دهندگان است. میانه و مد همه گویه‌ها برابر با ۳ است که نشان‌دهنده تمرکز پاسخ‌ها حول گزینه «متوسط» است. همچنین انحراف معیار بین ۱.۰۵ تا ۱.۱۴ قرار دارد که پراکندگی متوسط در پاسخ‌ها را نشان داده و بیانگر تفاوت نه‌چندان زیاد در دیدگاه شرکت‌کنندگان است.

۹-۲- تحلیل آمار استنباطی

جدول 10: آزمون نرمال بود دیتاها

ابعاد(Dimension)	آماره K-S	Sig. K-S	آماره S-W	Sig. S-W	وضعیت نرمالیتی
دانش(Knowledge)	میانگین*[K-S]	0.000	میانگین*[S-W]	0.000	غیر نرمال
مهارت(Skill)	-	0.000	-	0.000	غیر نرمال
اعتمادبه‌نفس(Self-Confidence)	میانگین*[K-S]	0.000	میانگین*[S-W]	0.000	غیر نرمال

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می شود، نتایج آزمون‌های کولموگروف–اسمیرنف و شاپیرو–ویلک جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های ابعاد اصلی تحقیق (دانش، مهارت و اعتمادبه‌نفس) نشان داد که سطح معنی‌داری .Sig) یا (P-value برای هر سه بعد برابر با ۰.۰۰۰ است. با توجه به اینکه این مقدار کوچک‌تر از سطح خطای استاندارد ۰.۰۵ (α < 0.05) است، فرضیه صفر (H0) مبنی بر نرمال بودن توزیع داده‌ها رد می شود. این یافته حاکی از توزیع غیر نرمال داده‌ها است؛ بنابراین، در ادامه تحلیل فرضیه‌ها، لازم است از آزمون‌های آماری ناپارامتریک استفاده شود.

- **همبستگی میان سابقه شرکت محصل در دوره‌های مهارت‌آموزی (خارج از نصاب) و بخش دانش محصلان**

با توجه به نوع متغیرها (هر دو رتبه‌ای/فاصله‌ای)، از ضریب همبستگی پیرسون یا اسپیرمن می‌توان استفاده کرد. ازآنجاکه توزیع داده‌ها به شکل غیر نرمال است بهتر است از اسپیرمن استفاده شود؛ که نتایج به شکل ذیل تحلیل شده است. ضریب همبستگی مثبت و ضعیف است (۰.۱۵۶). رابطه مثبت بدین معنا ست که با افزایش سابقه مهارت‌آموزی غیرداشگاهی، میانگین نمره دانش اندکی افزایش می‌یابد. این رابطه ازنظر آماری معنادار است ($p <0.05$)، اما ضعیف بودن ضریب نشان می‌دهد که عوامل دیگری نیز بر دانش تأثیرگذارند. سهم واریانس توضیح داده شده (R^2) حدود ۲.۴٪ است که بسیار ناچیز است.

جدول ۱۱: آزمون همبستگی اسپیرمن

تعداد نمونه	سطح معناداری(p)	ضریب همبستگی (اسپیرمن)	متغیرهای وابسته	متغیر مستقل
۱۰۹	۰.۰۳۵	۰.۱۵۶	دانش	سابقه مهارت‌آموزی

- **همبستگی میان سابقه شرکت محصل در دوره‌های مهارت‌آموزی (خارج از نصاب) و بخش مهارت محصلان**

طوری که در تحلیل همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد، رابطه میان‌دوره‌های مهارت‌آموزی کارآفرینی محصلان با بخش مهارت‌های عملی محصلان همبستگی مثبت و ضعیف تا متوسط (۰.۲۳۸) وجود دارد. این رابطه ازنظر آماری بسیار معنادار است ($p <$ ۰.۰۱). بدین معنا که با افزایش سابقه شرکت در دوره‌های مهارت‌آموزی خارج از نصاب، نمره مهارت افراد نیز تمایل به افزایش دارد. بااین‌حال، ضریب همبستگی نشان می‌دهد که تنها حدود ۵.۷٪ از واریانس مهارت توسط سابقه مهارت‌آموزی توضیح داده می‌شود ($R^2 \approx$ ۰.۰۵۷)

جدول ۱۲: آزمون همبستگی اسپیرمن

تعداد نمونه	p-value	ضریب همبستگی اسپیرمن(ρ)	متغیرهای وابسته	متغیر مستقل

۱۰۹	۰.۰۰۴	۰.۲۳۸	مهارت(Q8–Q14)	سابقه مهارت‌آموزی

- **همبستگی میان سابقه شرکت محصل در دوره‌های مهارت‌آموزی و بخش اعتمادبه‌نفس محصلان**

در تحلیل میان سابقه شرکت محصل در دوره‌های مهارت‌آموزی و بخش اعتمادبه‌نفس محصلان نشان داد که همبستگی مثبت و ضعیف تا متوسط (۰.۲۲۱) وجود دارد. رابطه ازنظر آماری بسیار معنادار است ($p < 0.01$)؛ و این بدان معناست که با افزایش سابقه شرکت در دوره‌های مهارت‌آموزی غیرداشگاهی، اعتمادبه‌نفس افراد نیز تمایل به افزایش دارد. حدود ۴.۹٪ از واریانس اعتمادبه‌نفس توسط این متغیر توضیح داده می‌شود ($R^2 \approx$ ۰.۰۴۹)

جدول ۱۳: آزمون همبستگی اسپیرمن

تعداد نمونه	p-value	ضریب همبستگی اسپیرمن(ρ)	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۱۰۹	۰.۰۰۸	۰.۲۲۱	اعتمادبه‌نفس(Q15–Q18)	سابقه مهارت‌آموزی

جدول ۱۴: نتیجه‌گیری کلی جداول نتایج همبستگی اسپیرمن

تفسیر قدرت رابطه	تعداد نمونه (N)	سطح معناداری-p value)	ضریب همبستگی (ρ)	سؤالات مربوطه	بعد موردبررسی
ضعیف و معنادار	۱۳۸	۰.۰۳۵	۰.۱۵۶	Q1–Q7	دانش(Knowledge)
ضعیف تا متوسط و بسیار معنادار	۱۳۷	۰.۰۰۴	۰.۲۳۸	Q8–Q14	مهارت(Skills)
ضعیف تا متوسط و بسیار معنادار	۱۳۷	۰.۰۰۸	۰.۲۲۱	Q15–Q18	اعتمادبه‌نفس (Confidence)

نتایج تحلیل همبستگی اسپیرمن نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار میان سابقه شرکت در دوره‌های مهارت‌آموزی غیردانشگاهی و هر سه بعد دانش، مهارت و اعتمادبه‌نفس است. بااین‌حال، قدرت این روابط متفاوت است. قوی‌ترین ارتباط در بعد مهارت مشاهده می‌شود(ρ =0.238) که نشان می‌دهد این دوره‌ها به‌طور مستقیم‌تری بر توانایی‌های عملی و کاربردی افراد تأثیر می‌گذارند. این یافته منطقی است، زیرا محتوای دوره‌های مهارت‌آموزی عموماً بر آموزش عملی و شایستگی‌های فنی متمرکز است. رابطه مثبت و معنادار با اعتمادبه‌نفس (ρ = 0.221) نیز حاکی از آن است که کسب مهارت‌های جدید می‌تواند خودکارآمدی و اطمینان فرد به توانایی‌های خود را افزایش دهد.

در مقابل، ضعیف‌ترین رابطه در بعد دانش (ρ = 0.156) مشاهده شده است. این امر احتمالاً به ماهیت بیشتر تئوریک سؤالات دانش در مقایسه با محتوای عملی محور دوره‌های مهارت‌آموزی غیررسمی بازمی‌گردد؛ به‌عبارت‌دیگر، این دوره‌ها کمتر بر انتقال دانش نظری صرف تأکید داشته و بیشتر بر جنبه‌های کاربردی و تجربی مهارت‌ها متمرکز هستند. همچنین، سایر عوامل مانند سطح تحصیلات دانشگاهی، تجربه کاری و آموزش‌های رسمی ممکن است سهم بیشتری در شکل‌دهی به دانش تئوریک افراد داشته باشند.

درمجموع، می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه‌گذاری در دوره‌های مهارت‌آموزی غیرداشگاهی، به‌ویژه برای تقویت شایستگی‌های عملی و افزایش اعتمادبه‌نفس، می‌تواند مؤثر باشد. بااین‌حال، برای ایجاد توازن در توسعه همه‌جانبه افراد، تلفیق این آموزش‌ها با مبانی نظری مرتبط و تقویت مهارت‌های نرم پیشنهاد می شود. این یافته‌ها بر اهمیت طراحی برنامه‌های آموزشی تلفیقی که هم دانش و هم مهارت را پوشش دهند، تأکید می‌کنند.

۱۰- نتیجه‌گیری و مناقشه

این تحقیق باهدف بررسی نقش آموزش‌های کارآفرینی در توانمندسازی محصلان تحصیلات عالی در ولایت بلخ انجام‌شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری با ابعاد سه‌گانه توانمندسازی شامل دانش، مهارت و اعتمادبه‌نفس دارد. نتایج حاصل از تحلیل همبستگی اسپیرمن حاکی از آن است که قوی‌ترین رابطه بین آموزش‌های کارآفرینی و بعد مهارت‌های عملی محصلان وجود دارد

(ρ=0.238 ،.(p<0.01این یافته با نظریه یادگیری تجربی کلب (۱۹۸۴) هم سو ا ست که تأکید می‌کند یادگیری واقعی از طریق تجربه ملموس، م شاهده بازتابی و آزمون عملی شکل می‌گیرد؛ به‌عبارت‌دیگر، زمانی که آموزش‌های کارآفرینی مبتنی بر کارگاه‌های عملی، پروژه‌های واقعی و شبیه‌سازی کسب‌وکار باشد، توانایی محصلان در به‌کارگیری دانش در موقعیت‌های عملی افزایش می‌یابد.

همچنین، رابطه مثبت و معنادار آموزش‌های کارآفرینی با اعتمادبه‌نفس (ρ=0.221.p<0.01) تأیید می‌کند که ک سب مهارت‌های کاربردی می‌تواند به افزایش خودکارآمدی و باور فرد ن سبت به توانایی‌هایش منجر شود. این نتیجه با مدل توانمند سازی ا سپریتزر (۱۹۹۵) همخوانی دارد که خودکارآمدی را به‌عنوان یکی از ابعاد کلیدی توانمند سازی معرفی می‌کند. به نظر می‌ر سد شرکت در دوره‌های مهارت‌آموزی غیرداند شگاهی، با فراهم آوردن فر صت‌های تمرین و موفقیت در انجام تکالیف عملی، حس شای ستگی و کنترل شخ صی مح صلان را تقویت می‌کند.

در مقابل، ضعیف‌ترین رابطه در بعد دانش (ρ=0.156. p<0.05) م شاهده شد. این امر می‌تواند نا شی از ماهیت بی شتر عملی محور دوره‌های مهارت‌آموزی خارج از نصاب با شد که کمتر بر انتقال مفاهیم نظری صرف تمرکز دارند؛ به‌عبارت‌دیگر، این دوره‌ها عمدتاً باهدف ارتقای قابلیت‌های اجرایی طراحی شده‌اند و ممکن ا ست سهم محدودی در افزایش دانش تئوریک محصلان دا شته با شند. این یافته با تحقیقات پیشین همچون مطالعه احمدی و ر ضایی (۱۳۹۹) هم سو ست که ن شان دادند آموزش‌های کارآفرینی بی شتر بر مهارت‌ها و نگرش‌ها تأثیرگذار ا ست تا بر دانش انتزاعی.

از منظر پیشینه تحقیق، نتایج این مطالعه با یافته‌های مو سوی (۱۳۹۸) و احمدی و ر ضایی (۱۳۹۹) هم سویی دارد که بر اهمیت آموزش‌های عملی و تجربه محور در توانمند سازی مح صلان تأکید کرده‌اند. همچنین، همخوانی با تحقیق Çera (2021) در ک شورهای بالکان م شاهده می‌شود که نشان داد کیفیت آموزش‌های کارآفرینی هنگامی بیشترین اثر را دارد که با نیازهای بازار کار و روش‌های یادگیری تجربی همراه باشد. بااین‌حال، تحقیق حا ضر ازاین‌جهت نوآورانه ا ست که برای نخ ستین بار به برر سی نظام‌مند رابطه آموزش‌های کارآفرینی با ابعاد سه‌گانه توانمندسازی در بافت خاص ولایت بلخ پرداخته و شکاف موجود در ادبیات بومی را پرکرده است.

درمجموع، می‌توان نتیجه گرفت که آموزش‌های کارآفرینی به‌ویژه زمانی که با رویکرد تجربی و عملی همراه با شند، می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر در توانمند سازی مح صلان عمل کنند. این آموزش‌ها نه‌تنها مهارت‌های فنی و کاربردی را ارتقا می‌دهند، بلکه از طریق تقویت خودکارآمدی، بستر لازم برای اقدامات کارآفرینانه و نوآورانه را فراهم می سازند. بااین‌حال، برای د ستیابی به توانمند سازی جامع، تو صیه می شود برنامه‌های آموز شی به‌گونه‌ای طراحی شوند که توازنی میان انتقال دانش نظری و تمرین مهارت‌های عملی ایجاد کنند. همچنین، ادغام این آموزش‌ها با حمایت‌های پسا آموزشی مانند منتورینگ، شبکه‌سازی و دسترسی به منابع مالی می‌تواند اثربخشی آن‌ها را افزایش دهد.

از محدودیت‌های این تحقیق می‌توان به یکد ستی نمونه ازنظر جن سیت و تمرکز بر یک ولایت خاص ا شاره کرد. پی شنهاد می شود در تحقیقات آتی، با در نظر گرفتن نمونه‌های متنوع‌تر و ا ستفاده از روش‌های ترکیبی، به برر سی عمیق‌تر مکانیسم‌های تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر توانمندسازی پرداخته شود

۱۱- محدودیت‌های تحقیق

باوجود تلاش برای طراحی و اجرای تحقیق به شیوه‌ای نظام‌مند، این مطالعه با چند محدودیت روبه‌رو بوده ا ست که باید در تف سیر یافته‌ها موردتوجه قرار گیرد. نخست، نمونه موردمطالعه به دلیل شرایط اجتماعی و محدودیت‌های دسترسی به تحصیل زنان، تنها شامل محصلان ذکور بوده است. این یکدستی جنسیتی ممکن است تعمیم‌پذیری نتایج را به‌کل جامعه محصلان (شامل اناث) با چالش مواجه کند. درواقع، امکان دارد تجربه، نگرش و سطح توانمند سازی مح صلان اناث در مواجهه با آموزش‌های کارآفرینی متفاوت با شد، اما این بعد در تحقیق حا ضر به دلیل محدودیت‌های تحصیلی زنان در افغانستان پوشش داده نشده است.

همچنان در این مطالعه به دلیل محدودیت بودجه و زمان، به‌صورت مقطعی و در بازه زمانی خاصی انجام‌شده است؛ بنابراین، امکان استنباط رابطه علی و بررسی تغییرات بلندمدت در سطح توانمندسازی محصلان پس از گذراندن دوره‌های آموزشی وجود نداشته است که از تحلیل در این مقاله بازمانده‌اند. تأثیرات کامل آموزش‌های کارآفرینی ممکن است در بلندمدت و در تعامل با عوامل محیطی (مانند وضعیت بازار کار، حمایت‌های

نهادی و شرایط اقتصادی) آشکار شود که در طراحی این تحقیق لحاظ نشده است. انجام مطالعات طولی–زمانی در آینده می‌تواند تصویر دقیق‌تری از پویایی تأثیر این آموزش‌ها ارائه دهد.

۱۲- پیشنهادها برای تحقیقات آتی

با توجه به یافته‌ها و محدودیت‌های مطرح شده، پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های آینده در راستای تکمیل و تعمیق دانش موجود در این حوزه گام بردارند.

ابتدا، انجام مطالعات طولی[6] (Longitudinal) با پیگیری نمونه‌های یکسان در دوره‌های زمانی مختلف می‌تواند روشن‌سازی که آیا تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر ابعاد توانمندسازی محصلان پایدار است یا خیر و این تأثیر چگونه در مراحل مختلف زندگی شغلی و آموزشی آن‌ها تحول می‌یابد. چنین رویکردی به درک بهتر رابطه علی بین متغیرها کمک زیادی خواهد کرد.

دوم، توصیه می‌شود تحقیقات آتی با در نظرگیری نمونه‌های متعادل ازنظر جنسیت و نیز گسترش حوزه جغرافیایی مطالعه به سایر ولایات یا کشورهای همسایه، به بررسی تفاوت‌های احتمالی در تجربه توانمندسازی میان گروه‌های مختلف جمعیتی بپردازند. همچنین، به‌کارگیری روش‌های تحقیق کیفی یا ترکیبی (Mixed Methods) مانند مصاحبه‌های عمیق یا مطالعات موردی می‌تواند لایه‌های پنهان و کیفی فرآیند توانمندسازی، موانع پیشروی محصلان و نقش زمینه فرهنگی–اجتماعی را به‌گونه‌ای غنی‌تر کاوش کند.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

۱. احمدی, م. (۱۳۹۹). ارزیابی اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی در پوهنتون‌های افغانستان. *انتشارات اکادمیک*.

۲. احمدی،م. رضایی،س. (۱۳۹۹). تأثیر کارآفرینی پوهنتونها بر توانمندسازی محصلان: نقش میانجی خودکارآمدی. *فصلنامه تحقیق‌های کارآفرینی*، ۴۵– ۶۲.

۳. توکلی،ع. مشفق، سید محمد. (۱۳۹۵). نقش آموزش‌های عملی در توسعه مهارت‌های کارآفرینی محصلان. *فصلنامه مطالعات مدیریت*، ۵۵–۷۲.

۴. امیرحسین، ص. م. (۱۳۹۷). *توانمندسازی محصلان: راهبردها و مدل‌ها*. تهران: انتشارات پوهنتون کارآفرینی.

۵. حسینی. (۱۳۹۸). نقش آموزش‌های دانشگاهی در توانمندسازی محصلان: بررسی ابعاد مهارتی، روان‌شناختی و دانشی. *فصلنامه مطالعات آموزش عالی*، ۱۰۴–۸۵.

۶. حسینی،م. رمضانی،ف. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر الگوی یادگیری تجربی در آموزش کارآفرینی پوهنتونها بر نگرش و قصد کارآفرینانه محصلان. *فصلنامه آموزش و یادگیری*، ۵۵–۷۲.

۷. خدادادی،س. ابراهیمی،ف. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر توانمندسازی محصلان. *فصلنامه تحقیق‌های کارآفرینی*، ۴۵– ۶۳.

۸. دریانی،ع.،باقری،س. احمد پور. (۱۳۹۴). تحلیل اثر آموزش‌های کارآفرینی پوهنتونها بر نگرش و قصد کارآفرینانه محصلان. *فصلنامه کارآفرینی*، ۱–۲۰.

۹. غفاری، ح، محمدی،ع. (۱۴۰۰). *روانشناسی کارآفرینی: نقش خودکارآمدی در توسعه کسب‌وکارهای نوپا*. تهران: انتشارات سمت.

۱۰. کردبچه، ر. ایمانی، م. (۱۳۹۶). بررسی رابطه خودکارآمدی و توانمندسازی روزان شناختی محصلان در دوره‌های کارآفرینی. *تحقیقات علوم تربیتی*، ۷۷–۹۵.

۱۱. مهدی، ا. ع .(1398) .*مبانی کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای کوچک* .تهران: انتشارات پوهنتون تهران.

۱۲. موسوی، ح. (۱۳۹۸). بررسی ابعاد مهارتی، روان‌شناختی و دانشی. *فصلنامه مطالعات آموزش علی*، ۸۵–۱۰۴.

[6] طولی

English References

13. World Bank (2022). *Afghanistan Economic Ubdate.* Washington: World Bank.
14. Çera, E., Belas, J., & Rozsa, Z. (2021). Does university entrepreneurship education quality influence students' entrepreneurial intentions and empowerment? Evidence from the Balkans. *Journal of Entrepreneurship Education*, 1-12.
15. Clob, D. (1984). *Experiential learning.* Prentice Hall.
16. Gally, A. Fayoll& B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention. *Journal of Small Business Management*, 75-93.
17. ILO. (2022). Youth entrepreneurship development in South Asia and Afghanistan. *ILO Publications*.
18. Kuratk, D. (2016). Entrepreneurship. *theory, process and practice*, 10.
19. Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 277-299.
20. Spreitzer, G. (1995). Psychological empowerment in the workplace. *Academy of management journal*, 1442-1446.
21. UNESCO. (2021). *Reimagining our futures togedere.* A new social contract for education.
22. WORLD BANK. (2022). *Afghanistan Education Sector Analysis.* Washington: World bank.
23. Zimmerman. M. A. (2000). Empowerment theory: psychological, organizational and community levels of analysis. *Handbook of community psychology*, 63.

The Role of Entrepreneurship Education in Empowering Students: A Case Study of Balkh Province

Sayed Mohammad Sharifi[7], Liaqat Ali Akhlaqi[8]

Abstract

This study aims to examine the impact of entrepreneurship education on the empowerment of students in Balkh Province. The research method is descriptive–analytical, and the statistical population consisted of university students in this province. Using a researcher-made questionnaire and simple random sampling, data were collected from 109 respondents and analyzed using SPSS software. The findings indicated that entrepreneurship education has a positive and significant relationship with all three dimensions of empowerment (knowledge, skills, and self-confidence). The strongest relationship was observed in the dimension of practical skills ($\rho = 0.238$, $p < 0.01$), while the weakest relationship was found in the dimension of knowledge ($\rho = 0.156$, $p < 0.05$). The results suggest that entrepreneurship education, particularly when based on experiential and practical methods, can play an effective role as a tool for empowering students. These findings can be useful for designing entrepreneurship education programs and related policy-making in the higher education system of Afghanistan.

Keywords: Entrepreneurship Education, Student Empowerment, Practical Skills, Entrepreneurial Self-Confidence, Balkh Province

[7] Academic Staff Member of Economics Faculty, Taj University, Balkh, Afghanistan. (m.balkhabi1374@gmail.com)
[8] Academic Staff Member of Economics Faculty, Taj University, Balkh, Afghanistan. (liaqatali341@gmail.com)