

An analysis of academic entrepreneurship based on capability in Golestan Islamic Azad University based on grounded theory

Faezeh Rezaei¹, Fereydoon Azma^{2*}, Ruhollah Samiei³, Samereh Shojaee⁴

^{1,2,3,4} Management Department, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran,
Email: fereydoonazma@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:

Accepted: 24.07.2022
Received: 30.09.2022
Revised: 01.10.2022

Keywords:

Entrepreneurship
Higher Education
Organizational Strategy
Organizational Culture
Grounded yheory

ABSTRACT

Islamic Azad Universities, as one of the higher education centers in Iran, with human and financial resources, as well as creating idea-oriented opportunities, have not been able to meet expectations in the field of academic entrepreneurship and creating job opportunities. Therefore, the formation of environmental and organizational platforms for academic entrepreneurship is a necessity. In this regard, the present research has analyzed the capability-oriented academic entrepreneurship in Islamic Azad Universities of Golestan province. In this research, in order to obtain a conceptual model of the impact of academic entrepreneurship components, the qualitative method of grounded yheory was used, and the main basis of data collection in this method was conducting 15 semi-structured interviews with knowledgeable professors at Islamic Azad University. The selection of samples was done by snowball method. After conducting the interviews and collecting information, the codes obtained in different sections were analyzed and after three stages of open, central and selective coding, the final model was obtained from all the categories. The results of the model showed that in the relevant category of upgrading the infrastructure in the university, developing the systemic perspective of university entrepreneurship, establishing entrepreneurial opportunities, optimal distribution of financial resources for doing business and establishing the research and commercialization process in the university; In the causal category, structural, innovative, supportive and environmental factors, as well as in the intervening category of policy, the university's dependence on financial resources and access to the international market were included. So that the results of academic entrepreneurship based on ability in the four sectors of directing investment flows in productive and entrepreneurial businesses, developing growth and knowledge-based centers, entrepreneurial networking, and economic development and prosperity are analyzed and was evaluated. According to the categories and variables obtained from the research, paying attention to each of them leads to the realization of the final goal of academic entrepreneurship based on ability.

Cite this article: Rezaei, F., Azma, F., Samiei, R., Shojaee, S. 2023. An analysis of academic entrepreneurship based on capability in Golestan Islamic Azad university based on grounded theory. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 10 (3), 117-142.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2022.20455.1624

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

تحلیلی بر کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان مبتنی بر نظریه داده بنیاد

فائزه رضایی^۱، فریدون آزما^{۲*}، روح‌اله سمیعی^۳، سامره شجاعی^۴

ادرس^۱ گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران، رایانامه: fereydoonazma@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی - پژوهشی	دانشگاه‌های آزاد اسلامی به‌عنوان یکی از مراکز آموزش عالی در ایران با داشتن منابع انسانی و مالی، و همچنین ایجاد فرصت‌های ایده‌محور نتوانسته انتظارات را در بخش کارآفرینی دانشگاهی و ایجاد فرصت‌های شغلی برآورده سازد. از این‌رو شکل‌گیری بسترهای محیطی و سازمانی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور از ضروریات است. در همین راستا، تحقیق حاضر به تحلیل کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گلستان پرداخته است. در این پژوهش برای دستیابی به الگوی مفهومی تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی از روش کیفی نظریه داده بنیاد استفاده شد که مبنای اصلی جمع‌آوری داده‌ها در این روش، انجام ۱۵ مصاحبه نیمه ساختار یافته با اساتید آگاه در دانشگاه آزاد اسلامی در استان گلستان بود. انتخاب نمونه‌ها به روش گلوله برفی انجام شد. پس از انجام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری اطلاعات، کدهای به‌دست آمده در بخش‌های مختلف تجزیه و تحلیل شده و پس از طی مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مدل نهایی از مجموع مقوله‌ها به‌دست آمد. نتایج حاصل از مدل نشان دادند که در مقوله زمینه‌ای ارتقاء زیرساخت‌ها در دانشگاه، توسعه چشم‌انداز سیستمی کارآفرینی دانشگاهی، زمینه‌سازی فرصت‌های کارآفرینانه، توزیع بهینه منابع مالی برای انجام کسب‌وکار و زمینه‌سازی فرآیند تحقیقات و تجاری‌سازی در دانشگاه در مقوله علی عوامل ساختاری، نوآورانه، حمایتی و محیطی و همچنین در مقوله مداخله‌گر سیاست‌گذاری، وابستگی دانشگاه به منابع مالی و دسترسی به بازار بین‌الملل، قرار گرفتند. به‌طوری‌که پیامدهای حاصل از کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در چهار بخش هدایت جریان‌های سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مولد و کارآفرینی، توسعه مراکز رشد و دانش بنیان، شبکه‌سازی کارآفرینانه، و توسعه و رفاه اقتصادی، مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفت. از این‌رو توجه به الگوی به‌دست آمده از تحقیق می‌تواند در تحقق کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور مؤثر واقع شود.
واژه‌های کلیدی: کارآفرینی آموزش عالی استراتژی سازمانی فرهنگ سازمانی ظریه داده بنیاد	

استناد: رضایی، ف.، آزما، ف.، سمیعی، ر.، شجاعی، س. (۱۴۰۲). تحلیلی بر کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان مبتنی بر نظریه داده بنیاد. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۰ (۳)، ۱۱۷-۱۴۲.

DOI: 10.22069/jead.2022.20455.1624



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

در شرایط کنونی ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور به‌ویژه فارغ‌التحصیلان بیکار، اصلی‌ترین و مهم‌ترین دغدغه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور است. بیش از ۴۰ درصد از بیکاران کشور را افراد تحصیل‌کرده تشکیل داده و این آمار می‌تواند یکی از نشانه‌های مهم توجه به کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها باشد (محمدپور و همکاران، ۱۳۹۸). رویکرد دانشگاه‌ها به کارآفرینی در حال تغییر است (Schimperna et al., 2021) و دانشگاه‌های نسل سوم، عموماً مبتنی بر کارآفرینی در تعامل با محیط پیرامون هستند که به‌عنوان مأموریت نظام دانشگاهی، قلمداد می‌شوند (Mckelevy and Zaring, 2018). جایگاه دانشگاه‌ها در جامعه موجب ایجاد انتظاراتی شده است و سیاست‌گذاران، مدیران و مجریان دانشگاهی را ملزم نموده تا ضمن درک نیازهای متحول دنیای کار و اشتغال، آموزش‌های خود را کارآمد و معطوف به حل مساله نمایند و ضمن پرورش انسان‌هایی خلاق و کارآفرین و دارای مهارت‌های عملی برای ورود به عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی کار و زندگی، تعادلی بین پژوهش‌های بنیادی و کاربردی ایجاد نمایند (حسنی و همکاران، ۱۳۹۷). با توجه به تجربه‌های موجود در زمینه ایجاد اشتغال، با سرمایه‌گذاری در سطح دانشگاه‌ها می‌توان علاوه بر کاهش بیکاری، به افزایش سطح آمادگی کارآفرینانه و هم‌افزایی مهارت در بین افراد تحصیل‌کرده پرداخت (Guerrero and Urbano, 2010). به‌طوری‌که با تعاملات بیرونی دانشگاه به‌عنوان یک سازمان کارآفرین، جریانی از الگوهای کارآفرینی ایجاد می‌شود. ضرورت توجه دانشگاه‌ها به کارآفرینی به‌عنوان یک کارکرد محوری در کنار آموزش و پژوهش، موجب فراهم‌سازی زمینه مساعد برای کارآفرینی دانشگاهی بیش از گذشته شده است (نیک‌رفتار و

فرید، ۱۳۹۴). کارآفرینی دانشگاهی به‌گونه‌ای باعث نوآوری منجر به رقابتی شدن اقتصاد محلی یک کشور در بازار جهانی می‌شود (Marzocchi et al., 2019). کارآفرینی دانشگاهی ترکیبی از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه است که از توسعه سرمایه‌گذاری‌های مبتنی بر نوآوری حمایت می‌کنند (جانزاده پریجایی و رضایی، ۱۳۹۲). به عبارتی، دانشگاه‌ها را می‌توان به‌عنوان سازمان‌های ترکیبی در نظر گرفت که تقاضاهای رقابتی و منطبق نهادی با همزیستی همراه بوده و منجر به مسیرها و نتایج ناهمگن می‌شوند (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). شکل‌گیری کارآفرینی دانشگاهی مستلزم تقویت کارکرد پژوهشی دانشگاه‌ها و مشارکت آن‌ها در تولید، توسعه تجاری‌سازی دانش و فناوری است (Baporikar, 2020). در واقع آموزش‌های کارآفرینی و ایجاد مراکز کارآفرینی و رشد از اقدامات اولیه جهت گسترش فرهنگ کارآفرینی و به دنبال آن تجاری‌سازی دانش و اختراعات و ظهور کارآفرینان دانشگاهی و ایجاد شرکت‌های مرتبط دانشگاهی دانش‌بنیان و مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۶؛ شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

در حال حاضر شبکه‌های جدید وابسته به دانشگاه‌ها در حال رشد هستند و دانشگاه‌ها با توجه به ظرفیتی که در تولید و توزیع دانش دارند می‌توانند به‌عنوان دانشگاه کارآفرین نقشی اساسی در نوآوری و توسعه فناوری‌ها و در نتیجه اشتغال‌زایی ایفا نمایند (Siegel et al., 2007). بنابراین، دانشگاه‌ها باید در کنار آموزش دانش و معلومات تخصصی جاری به دانشجویان، آنان را با مهارت‌های کسب و کار (نظیر خرید و فروش، مدیریت، امور مالی و اقتصادی، تأسیس و راه‌اندازی و...) و تولدایی‌های کارآفرینانه (همچون ایده‌یابی، نوآوری، فرصت‌شناسی، خلاقیت

شکل گیری استراتژی‌های سازمانی و فرهنگ سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد. علیرغم آن که پژوهش‌های متعددی در حوزه کارآفرینی دانشگاهی انجام شده است، ولی به نظر می‌رسد، با فقدان مطالعات کاربردی در خصوص شناسایی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور به طور عام و در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گلستان به‌طور خاص مواجه باشیم و با وجود مطالعات پراکنده و منابع اندک موجود، مدل مناسبی در این زمینه طرح و ارائه نشده است. بنابراین سؤال اصلی پژوهش این است که الگوی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان چگونه می‌باشد و عناصر تشکیل‌دهنده آن کدام‌اند؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

دانشگاه کارآفرین به عنوان یک کاتالیزور برای تسهیل کارآفرینی دانشگاه عمل می‌کند که منجر به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه می‌شود (Centobelli et al., 2019). دانشگاه کارآفرین بر تجاری‌سازی نوآوری و همچنین دانش تولید شده در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی تأکید دارد (Brito, 2019). دانشگاه‌های کارآفرین شرایطی را به وجود می‌آورند که در آن جامعه دانشگاهی (دانشگاهیان، دانشجویان و کارمندان) بتوانند ایده‌های خلاقانه را که می‌توانند به سرمایه‌گذاری‌های جدید تبدیل شوند، شناسایی، اولویت‌بندی و بهره‌برداری کنند (Guerrero et al., 2015). دانشگاه‌های کارآفرین با یک منبع مالی متنوع و گسترده بین‌المللی فعالیت‌های دانشگاهی مشخص می‌شوند (Budyldina, 2018). گرایش بخش دانشگاهی به کارآفرینی تحت تأثیر انتظارات عملی ناشی از ظهور نوآوری‌های بنیادین از دانش است (Ziyae and Tajpour, 2016). یکی از اهداف اصلی دانشگاه کارآفرین، ایجاد استحکامات و

و... و فضاها برای کسب‌وکار آشنا نمایند. ارائه مهارت‌هایی که به فارغ‌التحصیلان امکان می‌دهد تا بتوانند فعالیت‌های خلاقانه خود را سامان‌دهی نمایند نیز از ضرورت‌های اولیه آموزش‌های دانشگاهی است. کارآفرینی دانشگاهی یک ساختار است و در یک بستر آموزشی و پژوهشی جریان دارد. البته بازیگران اصلی کارآفرینان دانشگاهی دانشجویان، کارمندان و اعضای هیات علمی هستند و هر یک از بازیگران نیازمند توانمندسازی یا مشارکت در زمینه کارآفرینی دانشگاهی می‌باشند (مرجائی و پورآتشی، ۱۳۹۵). قابلیت کارآفرینی دانشگاهی، مهارت افراد مبتنی بر تشخیص و جذب فرصت‌ها می‌باشد که در حیطه ذینفعان یا بازیگران کارآفرینی دانشگاهی قرار دارد (Sam and Van der Sijde, 2014). امروزه گذر از جامعه سنتی و حرکت به سمت جامعه اطلاعاتی فقط با دانشگاه‌ها و سایر مراکز علمی و پژوهشی امکان‌پذیر است تا با تغییرات راهبردی آموزشی و پژوهشی قابلیت‌ها و مهارت‌های تازه‌ای در دانشجویان به وجود آورند و آنان را برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در حوزه‌های جدید، با سیاست‌ها و راه‌کارهای جدید تربیت نموده تا در برخورد با نیازهای جدید جامعه اطلاعاتی و تغییرات عصر حاضر پاسخگو باشند (حاجی میررحیمی و همکاران، ۱۳۹۶).

دانشگاه‌های آزاد اسلامی به‌عنوان یکی از مراکز آموزش عالی معتبر در کشور توانسته است با داشتن منابع انسانی و فرصت‌های ایده‌محور دانشجویان، جریان کارآفرینی و تجارت دانشگاهی را از طریق نتایج پژوهشی نوآورانه در دستور کار قرار دهد. در این راستا دانشگاه آزاد اسلامی در استان گلستان هنوز نتوانسته است انتظارات را در بخش کارآفرینی دانشگاهی و ایجاد فرصت‌های شغلی برآورده سازد. از این‌رو ارائه کارآفرینی دانشگاه قابلیت‌محور از ضروریات است. کارآفرینی قابلیت‌محور مبتنی بر

منجر به انتخاب کارآفرینی می‌شود، روشن می‌نماید. ضیاء و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی به بررسی زمینه‌های بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی در قالب مفاهیمی همچون آموزش، قابلیت‌های پویا، شبکه‌سازی، وجود نوآوری دانشگاهی و توجه به کاربردی نمودن نتایج دانشگاه را شناسایی نموده است. به عبارتی، کارآفرینان دانشگاهی نیازمند به شبکه‌سازی، ایجاد فرصت‌های نوآورانه و قابلیت‌های پویا می‌باشند. محمدپور و همکاران (۱۳۹۸) به طراحی و تدوین الگوی جامع دانشگاه کارآفرین با رویکرد فراترکیب پرداخته و با بررسی ۱۱۴ مقاله مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین را در ۱۵ مقوله عمده، ۴۱ مفهوم و ۱۸۱ کد، سازماندهی کرده‌اند. نتایج نشان داد مفاهیم نوع ساختار، فرهنگ حامی کارآفرینی، حمایت مدیریت از فعالیت‌های کارآفرینانه، اهداف و راهبردهای کارآفرینانه، تجاری‌سازی دانش، برنامه درسی کارآفرینانه، معرفی کارآفرینان دانشگاهی به عنوان الگوی نقش، تشکیل مراکز بازاریابی، توسعه ارتباطات و شبکه‌سازی، بیشترین اهمیت و بالاترین رتبه‌ها را داشتند. نتایج تحقیق گودرزی و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در ایران نشان داد که هفت بُعد فرهنگ کارآفرینی، نقش دولت، ساختار دانشگاه‌ها، شیوه آموزشی دانشگاه، تحقیق و تجاری‌سازی، ارتباطات بیرونی و زیرساخت مالی در توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی تأثیر دارند. حسنی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی الگوی مفهومی تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی را به روش کیفی تئوری داده‌بنیاد ترسیم نموده است.

یافته‌های تحقیقات ساغری و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که سه عامل سازمانی، محیطی و فردی، کارآفرینی دانشگاهی را تبیین می‌کنند. عامل سازمانی دارای شش مقوله نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی،

انتقال نتایج علمی به بازار است. از آنجا که فرآیند کارآفرینی نه خطی و نه استاندارد شده است، دانشگاه‌ها باید ابتکارات و پروژه‌های مختلف را برای برخورد با انواع فرصت‌های تکنولوژیکی و سرمایه‌گذاری‌های جدید بسیج کنند (Dalmarco et al., 2018). در نهایت، پژوهشگران، دانشگاه کارآفرین را یک سیستم اجتماعی می‌دانند که به دنبال نوآوری در مورد فعالیت‌های کسب‌وکار است تا بتواند تغییرات شگرفی در شخصیت سازمان ایجاد و آینده بهتری را برای سازمان رقم بزند (Centobelli et al., 2019). به همین جهت، تعامل جدید بین دانشگاه‌ها و جوامع یک وضعیت برد-برد است. دانشگاه‌ها می‌توانند مأموریت‌های تحصیلی خود را تقویت کنند. با این حال، چالش‌ها و انتظارات جدیدی از سوی جامعه و دانشگاه فراهم می‌شود (Rubens et al., 2017). دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق برداشتن موانع سازمانی، آموزش کارکنان ماهر، کارآفرینان و حمایت از برنامه‌های سرمایه‌گذاری از قبیل رویدادهای شبکه، از فرهنگ و شبکه‌های کارآفرینی حمایت کنند (Gielnik et al., 2017). به‌طور خلاصه، یک دانشگاه کارآفرین باید به عنوان بخشی از یک استراتژی یادگیری سازمانی و بر اساس روابط فعال با شرکای خارجی به صورت رسمی و غیررسمی، فعالیت گسترده‌تری با جامعه ذینفعان داشته باشد (Riviezzo et al., 2013). به این مفهوم، دانشگاه‌های کارآفرینی به دنبال تبدیل شدن به دانشگاه‌های پایدار هستند (Shattock, 2010) و آن‌ها موضع فعالانه‌ای را در استفاده از دلنش به کار می‌گیرند (Sánchez-Barrioluengo et al., 2019).

پژوهش‌های متعددی در راستای کارآفرینی دانشگاهی انجام شده است. مطالعات اخیر با برجسته کردن زمینه‌های مختلف سازمانی، نهادی و منطقه‌ای که بر شروع کارآفرینی تأثیر می‌گذارند، عواملی را که

سرمایه انسانی طراحی و به این نتیجه رسیدند که در بعد سیاست، نقاط قوت و در ابعاد سرمایه انسانی و نهادها، شبکه‌ها و تعاملات، نقاط ضعف دارای بیشترین قدرت تعیین‌کنندگی است. در ابعاد پشتیبانی‌ها و بسترهای فرهنگی و اجتماعی بیشترین قدرت تعیین‌کنندگی مربوط به فرصت‌ها و در نهایت در بسترهای مالی و اقتصادی بیشترین قدرت تعیین‌کنندگی مربوط به تهدیدها است.

از طرفی تحقیقات و مطالعات منتشر شده خارج از زیادی در راستای دانشگاه کارآفرین منتشر شده است و زوایای مختلف آن را از طریق تکنیک‌های مختلف آماری روشن ساخته‌اند. مطالعات Saffari و همکاران (۲۰۲۲) در تحلیل راهبردی دانشگاه علمی کاربردی کارآفرین در بخش کشاورزی، مهم‌ترین راهبردهای این رویکرد را ساماندهی و توسعه متوازن دوره‌های آموزشی، طراحی و پیامده‌سازی مدل نیازسنجی آموزشی در بخش کشاورزی، توسعه آموزش‌های پودمانی و ورود به ظرفیت‌های جدید بازار کار با کمک دستگاه‌های اجرایی، ارتقای کیفیت مؤلفه‌های آموزش کشاورزی، توسعه منابع مالی و استفاده از پتانسیل‌های موجود در بخش کشاورزی بدون تحمیل هزینه به دولت و پژوهش محور نمودن تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های حاکم مبتنی بر فناوری روز معرفی کرده‌اند. Schimperna و همکاران (۲۰۲۱) بهبود در قصد کارآفرینی دانشجویان و همچنین حمایت دانشگاه از کارآفرینی را مهم‌ترین فاکتورهای مؤثر در کارآفرینی دانشگاه‌ها دانسته‌اند. نتایج تحقیقات Bezanilla و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه دانشگاه کارآفرین در اسپانیا نشان داد که، متغیرهای حقوقی و اداری، تجاری و سازمانی، تأمین مالی کارآفرینی، آموزش، توسعه و ارائه برنامه درسی، مأموریت و استراتژی، سیاست‌ها و روندها، پشتیبانی از تیم مدیریت، طراحی سازمانی، آموزش و تحقیق در

زیرساخت‌ها و فرآیندها، تشکیل مراکز بازاریابی، تحول کارآفرینی در دانشگاه، ارتقاء آموزش دانشگاهی و تغییرات مدیریتی؛ عامل محیطی دارای پنج مقوله فشارهای بیرونی، قوانین کسب‌وکار، ارتباط صنعت با دانشگاه، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و فرهنگ کارآفرینی در جامعه؛ و عامل فردی دارای سه مقوله ویژگی‌های فردی دانشجویان، پرورش ویژگی‌های کارآفرینی و دسترسی به منابع بوده که در مجموع توانسته‌اند ۷۴/۱۲ درصد از کل واریانس کارآفرینی دانشگاهی را تبیین نمایند. شریف‌زاده و عبدالله‌زاده (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی سازوکارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی به این نتیجه رسیدند که پنج شیوه کارآفرینی دانشگاهی از منظر ۷ معیار پیشبرد توسعه هیأت علمی، پیشبرد توسعه دانشگاه، پیشبرد توسعه کشاورزی، امکان‌پذیری حرفه‌ای، امکان‌پذیری بازاری، امکان‌پذیری زیرساختی و امکان‌پذیری نهادی- اداری، رتبه‌بندی شدند. بر این اساس، تأسیس شرکت‌های دانش بنیان، شرکت تعاونی دانشگاهی، واگذاری با فروش امتیاز اختراع‌ها، انجام طرح‌های پژوهشی و ارائه خدمات مشاوره‌ای به ترتیب در رتبه‌های اول تا پنجم سازوکارهای کارآفرینی دانشگاهی در کشاورزی قرار گرفتند. نتایج جامع‌اصل و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که نقش‌های شناسایی در موفقیت کارآفرینی دانشگاهی به ترتیب شامل زیرساخت‌ها، امکانات آموزشی، آموزش مهارت‌های مدیریتی و کارآفرینی، فرآیند آموزش و مدیریت آموزش است. زیرساخت‌های آموزشی در این پژوهش بر موفقیت کارآفرینی دانشگاهی تأثیر مستقیم خواهد داشت. مرجائی و پورآتشی (۱۳۹۵) در پژوهشی مدل مفهومی اکوسیستم دانشگاهی کارآفرینی را در قالب شش مؤلفه سیاست، بسترهای مالی و اقتصادی، بسترهای فرهنگی و اجتماعی، پشتیبانی‌ها، نهادها، شبکه‌ها و تعاملات و

دانشگاه‌های خارج از کشور (دانشگاه، هیأت علمی و دانشجوین) می‌تواند نقش مهمی در کارآفرینی دانشگاه‌ها داشته باشد. از این رو با توجه به نتایج تحقیقات داخلی و خارجی در راستای کارآفرینی دانشگاه‌ها و عوامل متعدد تأثیرگذار بر آن، تحقیق حاضر با هدف طراحی الگوی کارآفرینی دانشگاهی با رویکرد قابلیت‌محور در دانشگاه‌های آزاد استان گلستان انجام شده است. با توجه به هزینه‌کرد دانشجوین در دانشگاه‌های مذکور از یک سو، کاربردی و مهارت‌محور نمودن رشته‌های تحصیلی در آن از سوی دیگر، اهمیت و ضرورت انجام این تحقیق را دوچندان نموده است.

مواد و روش تحقیق

رویکرد پژوهش حاضر کیفی از نوع اکتشافی و از نظر هدف کاربردی است. در این تحقیق داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و از طریق فرم‌های تهیه شده جمع‌آوری گردید. نمونه‌گیری در پژوهش‌های مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد مبتنی بر روش نظری (غیراحتمالی) است که در آن فرآیند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه می‌یابد و پس از آن متوقف می‌شود. در پژوهش‌های مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد، منظور از اشباع نظری رسیدن به پاسخ‌های تکراری و مشابه در مصاحبه‌ها است؛ به گونه‌ای که پژوهشگر آگاه می‌گردد که با ادامه مصاحبه‌ها نمی‌تواند به داده‌های جدیدی برای پژوهش خود دست یابد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). در این تحقیق انتخاب تیم مشارکت‌کننده (شامل خبرگان دانشگاهی در استان گلستان) به شیوه گلوله برفی انجام شد (جدول ۱). به طوری که پس از ۱۷ مصاحبه با میانگین ۳۰ دقیقه‌ای، محقق به اشباع نظری رسیده و مفهومی جدید تا مصاحبه ۲۰م معرفی نگردید.

زمینه کارآفرینی، ارائه روش‌های نوین و همچنین بین‌المللی‌سازی کارآفرینی، ۱۳ عامل تأثیرگذار در زمینه کارآفرینی دانشگاهی در این تحقیق بودند. نتایج تحقیق Marzocchi و همکاران (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که تدریس و تحقیق هر دو بر روی کارآفرینی تأثیرگذار بوده اما تأثیر آن‌ها متفاوت است. McClure (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای به بررسی ایجاد دانشگاه نوآورانه و کارآفرینانه پرداخته و به این نتیجه رسیده است که، عواملی همچون ایجاد زیرساخت‌ها، ایجاد برنامه‌های جدید، بودجه و اعتبارات، ایجاد دیدگاه در مورد کارآفرینی و تغییر سیاست‌ها در کارآفرین و خلاق شدن دانشگاه‌ها تأثیر دارد.

Rahim و همکاران (۲۰۱۵) بر این باورند که محیط کارآفرینی مناسب و زیرساخت‌های سازمانی کمک‌کننده مهمی در توانمندسازی محققان دانشگاهی برای تولید نوآوری‌هایی هستند که هم از نظر فناوری و هم از نظر تجاری امکان‌پذیر هستند. مطالعات نشان داده است که در دسترس بودن منابع (سهام فناوری‌ها و کارکنان ماهر)، سیستم‌های تشویقی و پاداش، شایستگی‌های توسعه مشاغل و توانایی دسترسی به منابع مالی خارجی و شبکه‌ها، اصلی‌ترین ابعادی هستند که منجر به ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها شده (Ismail et al., 2009) که به دانش تولید شده در دانشگاه‌ها وابسته‌اند (Liñán et al., 2011). از طرفی، تحریک کارآفرینی فناورانه در دانشگاه‌ها از طریق ایجاد استارت‌آپ، مشارکت دانشگاه و صنعت، صدور مجوز، و ثبت اختراع امکان‌پذیر بوده (Grimaldi et al., 2011) و این امر منجر به اجرای مکانیسم‌هایی برای حمایت از نوآوری و خلاقیت توسط دانش‌آموختگان و دانشجوین می‌شود (Wright et al., 2017). Mortezaei و همکاران (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که تبادل اطلاعات با

جدول ۱- مشخصات خبرگان دانشگاهی مشارکت کننده در تحقیق

سن	سابقه	تخصص	مدارک تحصیلی
۳۹	۴	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۷	۸	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۲	۶	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۱	۱۳	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۶	۱۹	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۰	۱۱	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۳۸	۱۰	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۸	۲۱	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۱	۲۰	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۴	۶	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۰	۱۲	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۷	۸	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۵	۷	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۴۹	۱۱	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۵	۱۶	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۳۸	۲	کارآفرینی	دکتری تخصصی
۵۱	۱۵	کارآفرینی	دکتری تخصصی

در تحلیل داده‌ها، روش مرحله‌ای و تکنیک‌های تحلیلی Corbin and Strauss (۱۹۹۸) مورد استفاده قرار گرفت. رویکرد نظام‌مند مدل‌سازی در سه گام اصلی کُدگذاری باز، کُدگذاری محوری و کُدگذاری انتخابی، انجام می‌شود.

کُدگذاری باز: در این نوع کُدگذاری، وقایع، اقدامات و تعاملات با یکدیگر برای بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌ها مقایسه می‌شوند. همچنین برچسب مفاهیم به خود می‌گیرند. وقایع، کنش‌ها و تعاملاتی که از نظر مفهومی شبیه هم باشند، با هم جهت تشکیل مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها گروه‌بندی می‌شوند. با توجه به هدف تحقیق، با استفاده از انواع روش‌های جمع‌آوری داده‌های کیفی نظیر مشاهده، مصاحبه پیرامون تجربه‌ها و پروژه‌ها، مصاحبه‌های تحلیل و کارشناسی، مطالعه اسناد و موردکاوی براساس منطق نمونه‌گیری نظری بررسی شد. در مصاحبه‌هایی که صورت گرفت

اسناد و مدارک، مصاحبه و پرسشنامه سه ابزار اصلی گردآوری اطلاعات در این تحقیق بود. در مرحله اول برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های کیفی، از ابزار مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک جهت گردآوری داده‌ها استفاده شد. کدهای اولیه بر اساس مطالعه اسناد و مدارک مرتبط با موضوع و انجام مصاحبه‌های اولیه استخراج گردید. در مرحله مصاحبه با استفاده از پرسشنامه نیمه‌ساختار یافته اقدام به جمع‌آوری اطلاعات از مشارکت‌کنندگان در راستای موضوع تحقیق شد. پس از انجام مصاحبه‌ها و ادغام مفاهیم مشترک، به وسیله روش نظریه داده بنیاد، مقوله‌ها در شش دسته عوامل علی، زمینه، پدیده یا مقوله محوری، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها استخراج شد (شکل ۱) و در نهایت مدل پارادایمی طراحی گردید.

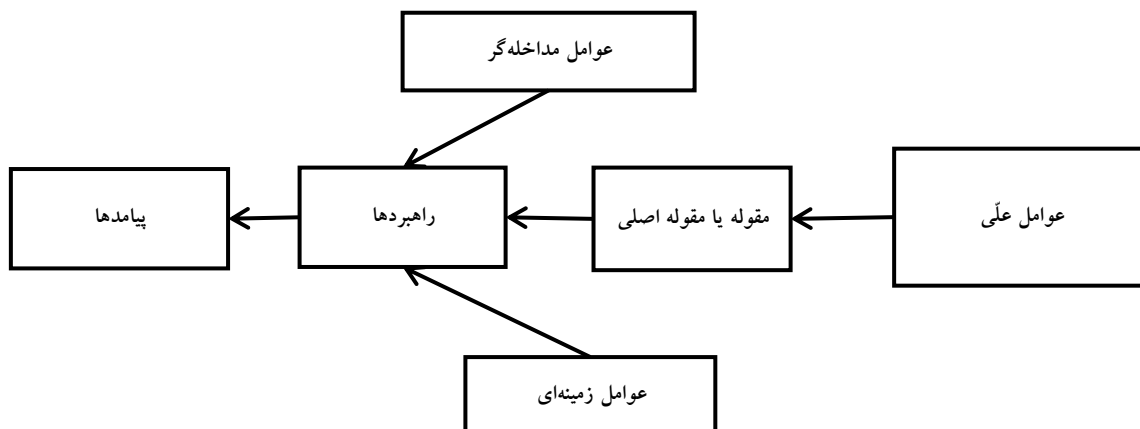
مصاحبه‌شوندگان کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گلستان را شرح دادند. منظور از خرد کردن و مفهوم‌پردازی این است که به هرکدام از حوادث، رخدادها و ایده‌هایی که در داده‌ها وجود دارد، نامی می‌دهیم. در مرحله بعد، خود مفاهیم براساس مشابهت‌هاشان طبقه‌بندی می‌شوند. به این کار مقوله‌پردازی گفته می‌شود؛ عنوانی که به مقوله‌ها اختصاص داده می‌شود، انتزاعی‌تر از مفاهیمی است که مجموعاً آن مقوله را تشکیل می‌دهند. مقولات قدرت مفهومی بالایی دارند زیرا می‌توانند مفاهیم و خرده مقولات را بر محور خود جمع کنند. عنوان یا نامی که برای مقولات انتخاب می‌شود باید بیشترین ارتباط را با داده‌هایی داشته باشد که مقوله نمایانگر آن است. در گام بعد، برای روشن‌تر کردن مقوله‌ها خصوصیات آن‌ها بیان می‌شود. شناسایی و درک خصوصیات و ابعاد آن‌ها پایه ایجاد روابط بین مقوله‌ها و رسیدن به نظریه است.

کدگذاری محوری: هدف این مرحله برقراری رابطه بین مقولات تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این کار بر اساس یک الگو و سرمشق جامع و کلی موسوم به مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا تئوری فرآیند اجتماعی مورد مطالعه را راحت‌تر توسعه دهد. اساس فرآیند ارتباط‌دهی در کدگذاری محوری، بر تمرکز و تعیین یک مقوله به عنوان مقوله محوری یا اصلی قرار داشته و سپس سایر مقولات به عنوان مقولات فرعی ذیل عناوین مختلف مدل پارادایم به مقوله اصلی ارتباط داده می‌شود. پدیده یا مقوله محوری عبارت است از ایده (انگاره، تصور) پدیدهای که اساس و محور فرآیند است. این مقوله همان عنوان (نام یا برچسب مفهومی) است که برای چارچوب یا طرح به وجود آمده، در نظر گرفته می‌شود. مقوله‌ای انتخاب شده به عنوان مقوله محوری باید به قدر کافی انتزاعی باشد تا بتوان سایر مقولات اصلی را

به آن ربط داد. بعد از تعریف مقوله محوری با کدگذاری مجدد داده‌ها، انواع عوامل تأثیرگذار بر مقوله محوری (عوامل زمینه‌ای و عوامل مداخله‌گر)، کنش‌ها و برهم‌کنش‌هایی که برای اداره، کنترل یا پاسخ به مقوله محوری به وجود می‌آیند (به آنها راهبرد نیز گفته می‌شود)، و پیامدهای ناشی از آنها نیز تعریف می‌شوند. شکل ۱ حاصل تجزیه و تحلیل مجدد داده‌ها براساس مدل پارادایم است و نتایج کدگذاری محوری در این تحقیق را نشان می‌دهد. در مرحله کدگذاری محوری سعی شد ضمن انتخاب یک مقوله به عنوان مقوله محوری، داده‌ها براساس ساختار مدل پارادایم مجدداً پردازش شوند. به این ترتیب، با توجه به ویژگی‌های فوق که به وسیله استراوس و کوبین (۱۹۹۸) درباره مقوله محوری مطرح شده است، مقوله «کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور» به عنوان مقوله محوری در نظر گرفته شده و سعی شد با استفاده از مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز و همچنین داده‌های جمع‌آوری شده، عوامل علی، عوامل مداخله‌گر، عوامل زمینه‌ای، پیامدها برای مقوله محوری تعریف شوند.

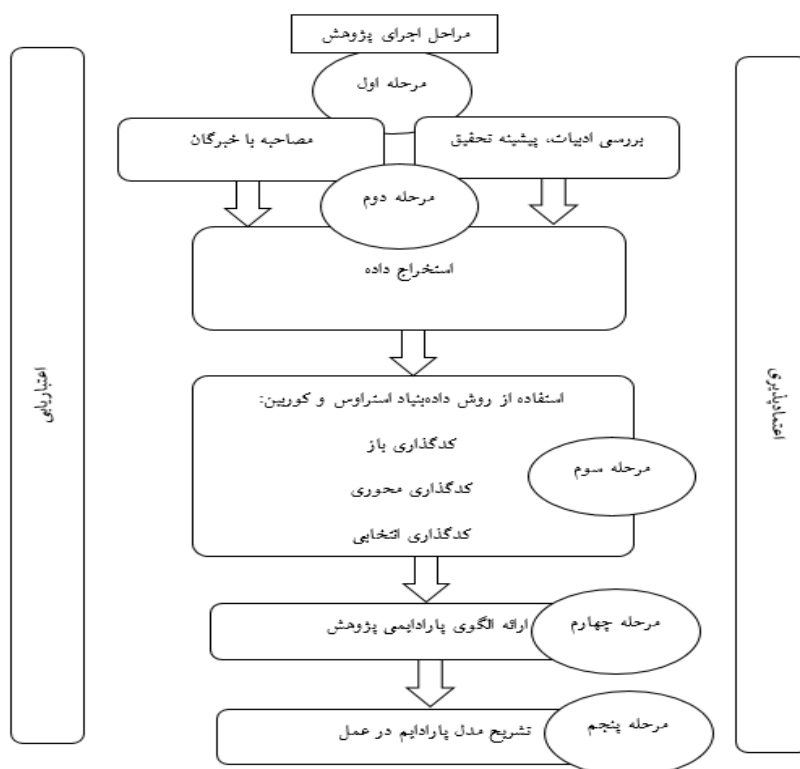
کدگذاری انتخابی: کدگذاری انتخابی، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است که براساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری که به عنوان مراحل مقدماتی و زمینه‌ساز برای تئوری‌پردازی، مقوله‌ها و روابط مقدماتی را به عنوان سازه‌ها و اصول اصلی نظریه در اختیار می‌گذارند، به تولید نظریه پرداخته و به این ترتیب مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت روشن می‌کنند؛ همچنین مقوله‌هایی که نیازمند بهبود و توسعه بیشتری هستند را اصلاح می‌کند. در این سطح، سعی می‌شود با کنار هم نهادن مقوله‌ها حول مقوله محوری، به عنوان مضمون اصلی یک روایت تئوریک و ارتباطی نظام‌مند برای پدیده ارائه شود. بنابراین،

کدگذاری انتخابی فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود (پالایش) مقوله‌ها است؛ به این ترتیب که محقق با ایجاد یک آهنگ و چیدمان خاص بین مقوله‌ها، آن‌ها را برای ارائه و شکل‌دهی یک نظریه تنظیم می‌کند.



شکل ۱- مدل پارادایم و کدگذاری محوری و انتخابی (برگرفته از استراوس و کوربین، ۱۹۹۸)

تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش مرسوم در نظریه داده‌بنیاد یعنی روش کدگذاری و مدل‌نظام‌یافته استراوس و کوربین (۱۹۹۸) صورت گرفت (شکل ۲). ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی به کمک نرم‌افزار NVivo انجام شد. این نرم‌افزار در جهت دسته‌بندی و طبقه‌بندی مفاهیم استخراج شده از مصاحبه و اسناد استفاده شد.



شکل ۲- فرآیند مراحل کدگذاری و ارائه مدل تحقیق (منبع: یافته‌های پژوهش)

یافته‌ها

نیز سابقه دانشگاهی بیش از ۲۰ سال داشتند. وضعیت رتبه‌های دانشگاهی اساتید مصاحبه‌شونده نیز حاکی از آن است که، رتبه استادیاری با ۴۵ درصد بیشترین و رتبه استادی با ۱۵ درصد کمترین میزان از پاسخگویان را به خود اختصاص داده‌اند (جدول ۲).

توصیف ویژگی‌های فردی مصاحبه‌شوندگان: مقادیر به دست آمده از تحقیق نشان می‌دهد، ۷۰ درصد مصاحبه‌شوندگان را مردها و مابقی را زن‌ها تشکیل داده‌اند. ۵۰ درصد از آن‌ها با بیشترین فراوانی دارای سن بیشتر از ۵۰ سال و ۴۵ درصد افراد مورد مطالعه

جدول ۲- توزیع فراوانی ویژگی‌های فردی مصاحبه‌شوندگان

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت		
مرد	۱۴	۷۰
زن	۶	۳۰
سن (سال)		
۳۰-۴۰	۳	۱۵
۴۰-۵۰	۷	۳۵
بیشتر از ۵۰	۱۰	۵۰
رتبه دانشگاهی		
استادیار	۹	۴۵
دانشیار	۸	۴۰
استاد	۳	۱۵
سابقه شغلی (سال)		
۱۱-۱۵	۶	۳۰
۱۵-۲۰	۵	۲۵
بیشتر از ۲۰	۹	۴۵

منبع: یافته‌های پژوهش

تحلیل و کدگذاری: در این مرحله، نمونه‌گیری باید به حدی وسیع انجام شود تا پژوهشگر قادر به کشف مفاهیم در موقعیت باز باشد. در واقع پژوهشگر می‌بایست به کدگذاری هر رویداد جالب، توجه کند. ممکن است از درون مصاحبه کدهای زیادی استخراج شود اما وقتی داده‌ها به‌طور مرتب مورد بازنگری قرار می‌گیرد کدهای احصا و کدهای نهایی مشخص شوند. **کشف طبقه‌ها:** در این مرحله، خود مفاهیم بر اساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند که به آن طبقه‌سازی گفته می‌شود. عناوینی که به طبقه‌ها

نتایج حاصل از نظریه داده‌بنیاد: در این بخش ابتدا مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان دسته‌بندی و به صورت یک سند درآمد. سپس به عنوان یک ورودی جهت کدگذاری تعریف شد. بخش‌های مختلف مصاحبه‌ها مورد بررسی و تفکیک جهت کدگذاری اولیه انجام شد. کدگذاری باز یا اولیه در واقع ترجمه اظهارات افراد به زبان فنی و علمی می‌باشد؛ عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند. کدگذاری باز در چهار مرحله صورت گرفت.

خصوصیات آن‌ها بیان می‌شود. جدول کدگذاری باز: که شامل کدهای استخراجی از مصاحبه‌ها می‌باشد. جدول ۳ نشان‌دهنده مرحله کدگذاری باز می‌باشد. به طوری که در ستون سمت راست نکات کلیدی مصاحبه و در ستون چپ عنوان کد داده‌ها ارائه شده است.

اختصاص می‌دهیم انتزاعی‌تر از مفاهیمی است که مجموعه آن طبقه را تشکیل می‌دهند. طبقه‌ها دارای قدرت مفهومی بالایی هستند زیرا می‌توانند مفاهیم را بر محور خود جمع کنند. عناوین باید طوری انتخاب شود که نمایانگر بیشترین ارتباط و همخوانی با داده‌ها داشته باشد. توصیف طبقه‌ها با توجه به خصوصیت آن‌ها: به منظور روشن‌تر کردن طبقه‌ها، در گام بعدی

جدول ۳- کدگذاری باز بر اساس مفاهیم استخراجی از مصاحبه‌ها

کدهای استخراجی	متن مصاحبه (نکات کلیدی)
ایجاد بستر مناسب	... دانشگاه‌ها با ایجاد بسترهای مناسب قادر به تحقق این امر هستند.
آموزش کارآفرینی در دانشگاه	کارآفرینی علم است و می‌توان مانند همه علم‌های دیگر آن را آموزش داد
تقویت توانایی دانشجویان بهبود قابلیت‌های کارآفرینی ریسک‌پذیری	مهم‌ترین هدف در دانشگاه کارآفرین باید القا و تقویت توانایی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی مثل خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری و راه‌اندازی کسب و کار باشد.
رشد و توسعه اقتصادی پرورش سرمایه‌های انسانی تولید علم	کارآفرینی عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی هر کشوری است و دانشگاه‌ها به عنوان هسته‌های اصلی تولید علم و پرورش سرمایه‌های انسانی از طریق آموزش‌های مناسب نقش مهمی در این زمینه می‌توانند داشته باشند.
آموزش‌های مبتنی بر اصول علمی کسب‌وکار کسب مهارت آشناسازی با فرآیندهای کسب‌وکار	کسب‌وکار و کارآفرینی یک سری اصول علمی دارد. آموزش‌های مبتنی بر اصول علمی کسب-وکار آموزش‌هایی هستند که به واسطه آن دانشجویان با مهارت‌ها و فرآیندهای کسب‌وکار آشنا شده و کاربرد درس را در حوزه کارآفرینی به راحتی درک می‌نمایند.
تدوین برنامه درسی مبتنی بر اصول علمی کسب‌وکار قابلیت ایجاد ارزش افزوده	تدوین برنامه درسی مبتنی بر اصول علمی کسب و کار منجر به ایجاد بینش کارآفرینانه در میان اساتید و دانشجویان میگردد. برنامه درسی که به کمک این اصول تدوین شود قابلیت ایجاد ارزش افزوده برای افراد و دانشگاه را دارد و به کارآفرینی دانشگاهی کمک شایانی می‌نماید.
سازماندهی ساختار آموزش بر اساس کارآفرینی ساختار در دانشگاه آموزش و دانش تخصصی کارآفرینی	در بعد فعالیت‌های آموزشی آنچه زمینه کارآفرینی دانشگاهی را فراهم می‌سازد، سازماندهی ساختار آموزش بر اساس کارآفرینی می‌باشد.
ایجاد شخصیت مستقل	ساختارهای فعلی در دانشگاه‌های کشور با هدف آموزش تخصصی شکل گرفته است و به کارآفرینی اصلاً توجهی نمی‌شود به طوری که اعضای هیأت علمی و فارغ‌التحصیلان فعلی دانشگاه‌ها نه با این مفهوم آشنا هستند و نه به دنبال آن هستند و فکر می‌کنند که باید یک میز و صندلی آماده برای آن‌ها بعد از فارغ‌التحصیلی از طرف یک نهاد دولتی آماده باشد و برای دولت کار کنند و اصلاً برای خود یک شخصیت مستقل از دولت تصور نمی‌کنند.
ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی ساختارهای آموزشی برابر	ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی در زمینه کارآفرینی منجر به استفاده همه دانشجویان از فرصت‌های مختلف در زمینه کارآفرینی می‌گردد. تدوین برنامه درسی کارآفرین برای همه دانشجویان در هر رشته‌ای این امکان را برای آن‌ها به وجود می‌آورد که در صورت تمایل وارد حوزه کارآفرینی خواهند شد. ساختارهای آموزشی با ایجاد فرصت‌های برابر زمینه آموزش بر ای همه دانشجویان علاقمند به کارآفرینی را فراهم می‌نماید.
تحقق کارآفرینی دانشگاهی مهارت‌های نظری مهارت‌های عملی ارتباط برقرار کردن	با ترکیب تئوری با عمل زمینه شکوفایی استعدادها و ویژگی‌های کارآفرینانه فراهم می‌گردد. اتخاذ دو جهت‌گیری نظری و عملی و ارتباط برقرار کردن بین این دو رویکرد یادگیری را تسهیل نموده و تحقق کارآفرینی دانشگاهی را میسر می‌نماید. به طور کلی رویکردهای نظری، مهارت‌های نظری و رویکردهای عملی مهارت‌های عملی را در افراد توسعه می‌دهد، اما تلفیقی از هر دو پایه‌های کارآفرینی را مستحکم می‌نماید.

تحلیلی بر کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در... / فائزه رضایی و همکاران

متن مصاحبه (نکات کلیدی)	کدهای استخراجی
اهداف و محتوای برنامه درسی دانشگاهی باید به گونه‌ای تدوین گردند که هر کدام به تنهایی و همین‌طور در ارتباط با یکدیگر با مقوله کارآفرینی هماهنگ باشند و بتوانند با ایجاد تفکر کارآفرینی به اشاعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی بپردازد. یکی از ابزارهای مهم برای تغییر فرهنگ در دانشگاه‌ها، کتاب‌های درسی و اهداف و محتوای برنامه درسی است. هدف اصلی هر کتاب تخصصی باید اول ایجاد تفکر کارآفرینی باشد. این طرز فکر که اول باید به جای کاریاب، کارآفرین تربیت کنیم نشأت گرفته از تفکری است که در خانواده، محیط آموزشی و همقطاران حاکم شده است. تفکری که برای فعالیت‌های اقتصادی نوآور و نوظهور ارزش قائل است در مقایسه با تفکری که این ارزش را نادیده می‌انگارد دارای کارآفرینان بیشتری خواهد بود.	ایجاد تفکر کارآفرینی ترویج فرهنگ کارآفرینی تغییر فرهنگ در دانشگاه محیط آموزشی تربیت کارآفرین
چنانچه هدف اصلی در سطح سازمانی کارآفرینی دانشگاهی می‌باشد، بنابراین در سطح فرد پرورش کارآفرینان دانشگاهی مطرح است.	پرورش فردی کارآفرینان دانشگاهی
آموزش کارآفرینانه آموزشی است که نه تنها دانشجویان به صورت نظری با مباحث و ویژگی‌هایی همچون استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و غیره آشنا می‌شود، بلکه این ویژگی‌ها را در وجود آن‌ها درونی می‌سازد.	آموزش کارآفرینانه استقلال‌طلبی تحمل ابهام
ایجاد حس بازاری شدن و با بازار بودن برای توسعه کار و استفاده از آموخته‌ها در بازار فضا را بر ای کارآفرینی در دانشگاه باز کرده و به کارآفرین شدن دانشگاه کمک خواهد نمود. دانش - آموخته دانشگاهی اگر نتواند به مرحله ارزشیابی برسد پس نباید از آن انتظار داشت که بتواند حداقل یک طرح کسب‌وکار را که یک نفر دیگر نوشته مورد قضاوت قرار بدهد.	ایجاد حس بازاری شدن دیدن بسترهای کاری جدید در بازار آشنایی با بازار
توانند از آموخته‌های خودشان یک ایده بدهند، سراغ بازار بروند، تحلیل کنند، محصول و ایده خود را پرورش بدهند، هزینه‌ها، سودها و ضررها را بررسی کنند و بالاخره تولید ثروت کنند.	ایده‌سازی
ارزش افزوده برای دانشگاه. فرآیند تبدیل دانش به ارزش نیاز به آشنایی با فنون ایجاد ثروت دارد که در قالب تهیه طرح کسب‌وکار، طرح مالی، طرح سازمانی و مدیریتی و طرح بازاریابی محقق می‌گردد بنابراین فن ایجاد ثروت می‌تواند یکی از اهداف برنامه درسی باشد و این هدف در محتوای برنامه درسی انعکاس یابد.	تحلیل بازار ارزش افزوده برای دانشگاه تهیه طرح کسب‌وکار طرح مالی طرح سازمانی طرح مدیریتی طرح بازاریابی
اگر قرار است اقتصاد موفقی داشته باشیم به نظر می‌رسد باید کارآفرینی در کشور بیشتر مورد توجه قرار گیرد. ولی متأسفانه چه در سطح سیاست‌گذاری و چه در سطح پژوهشی - آموزشی، کار منظم و حساب شده‌ای در زمینه کارآفرینی انجام نداده‌ایم.	سیاست‌گذاری اصولی توجه به کارآفرینان آینده‌نگری کارآفرینانه
در نظام آموزشی اعم از دانشگاه آزاد به نوآوری، ابداع و خلاقیت و کارآفرینی بها بدهد نه به محفوظات. اگر تفکر نوآوری در آموزش حاکم شود بخش عظیمی از نیروهای جوان ما درگیر فعالیت‌های کارآفرینی می‌شوند.	تفکر نوآوری در آموزش درگیر کردن جوانان در فعالیت‌های کارآفرینی
آموزش کارآفرینی در دانشگاه آزاد و شناسایی افراد مستعد و ارزش آفرین (کارآفرین) در آن توسط گروه خبره‌ای که در صنعت کار کرده‌اند.	شناسایی افراد مستعد ارزش آفرینی
فرهنگ نوآوری و کارآفرینی از طریق دوره‌های آموزشی، برگزاری سمینارها و... در برنامه کاری دانشگاه باشد.	برگزاری سمینارهای تخصصی
وقتی که ما در دانشگاه مراکزی برای توسعه کارآفرینی و ترغیب کارآفرینان داشته باشیم و دانشجویان مستعد کارآفرینی را برای رسیدن به اهدافشان یاری کنیم در اینجا می‌توانیم یک دانشگاه کارآفرین داشته باشیم.	ترغیب کارآفرینان یاری کردن دانشجویان در رسیدن به اهداف
دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می‌شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت‌های آموزشی مالی و بازاریابی است.	خلق مشاغل جدید حمایت از کارآفرینان

کدهای استخراجی	متن مصاحبه (نکات کلیدی)
حمایت مالی حمایت بازاریابی حمایت آموزشی	کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه‌ها آزمایشگاه‌ها و... را پیدا کنند.
دسترسی آزاد به کتابخانه‌ها آزمایشگاه‌ها برای کارآفرینان	در چنین دانشگاهی برای سرمایه‌گذاران امکاناتی فراهم شود تا مراکز جدید کسب‌وکار را فراهم آورند. با آن‌ها همکاری می‌شود تا مشکلات آن‌ها پیش‌بینی شده و از فرصت‌های به دست آمده استفاده کنند که خود تجربه‌ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی است.
حمایت از کارآفرینان اختصاص سرمایه بیشتر به کارآفرین کردن دانشگاه	دولت می‌تواند با اختصاص سرمایه بیشتر در این قسمت به کارآفرین کردن دانشگاه در نتیجه به حمایت از کارآفرینان بیشتری منجر شود.
حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی حمایت دولت معافیت‌های مالیاتی کسب‌وکارهای کارآفرینانه	دولت می‌تواند با ارائه امکانات، معافیت‌های مالیاتی، جهت جذب و حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در زمینه توسعه صنعتی بیش از پیش اثر بخش باشد.

و محوری شناسایی شده‌اند، در قالب یک نظریه نوظهور تسهیل شود.

عوامل علی: منظور از شرایط علی، رویدادهایی است که موقعیت‌ها، مباحث و مسائل مرتبط با پدیده را خلق کرده و تا حدی تشریح می‌کنند که چرا و چگونه، افراد و گروه‌ها به روش‌های خاصی پاسخ می‌دهند. به بیان دیگر، عوامل علی، رویدادها یا اتفاقاتی هستند که بر این پدیده مورد نظر تأثیر می‌گذارند. براساس تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، عوامل علی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور مطابق با جدول ۴ ارائه شده است. به طوری که مفاهیم ساختار کارآفرینی در دانشگاه، آموزش محوری کارآفرینی در دانشگاه، تدوین سیستم تحقیق و توسعه کارآفرینی در دانشگاه، تدوین برنامه درسی کارآفرینی در دانشگاه به مقوله «قابلیت‌های ساختاری» نام‌گذاری شدند. مفاهیم استراتژی‌های نوآور کارآفرینی، برقراری دفاتر انتقال دانش و فناوری، مللکیت فکری، مهارت‌ورزی کارآفرینی به مقوله «قابلیت‌های نوآورانه» نام‌گذاری شدند. مفاهیم حمایت دولت، حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه، سرمایه‌گذاری بر روی تحقیقات کارآفرینانه

گام دوم: کدگذاری محوری: با توجه به این که در کدگذاری باز داده‌ها به مقوله‌های مختلف تفکیک می‌شوند؛ کدگذاری محوری، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های آن‌ها را با توجه به مشخصه‌ها و ابعادشان به یکدیگر مرتبط می‌سازد. برای کشف نحوه ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر در این تحقیق از ابزار پارادایم به شیوه استراوس و کوربین استفاده شد.

در طی فرآیند کدگذاری محوری، محقق از ابزارهای تحلیلی پرسیدن سؤال و مقایسه دائمی و نظری بین مقوله‌ها، مقوله‌های فرعی و مشخصه‌های آن‌ها که در کدگذاری باز ظاهر شده‌اند، استفاده می‌کند تا روابط بین مقوله‌ها و مقوله‌های فرعی را توسعه دهد و مقوله‌ها را متناسب با مدل پارادایمی شکل دهد. این مدل محقق را قادر می‌سازد تا درباره داده‌ها به‌طور منظم بیان‌دیشد و آن‌ها را به شیوه‌های دیگری به هم پیوند بزند. همزمان با انجام کدگذاری باز و محوری، الگویی ساخته شد که حاکی از ارتباط بین مقوله‌ها و مقوله‌های فرعی است. زمانی که این ارتباطها توسعه داده شدند، از رویه کدگذاری انتخابی، استفاده شد تا ادغام مقوله‌ها و مقوله‌های فرعی که در کدگذاری باز

تحلیلی بر کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در... / فائزه رضایی و همکاران

دانشگاه، حمایت مالی از کارآفرینان به مقوله «قابلیت‌های حمایتی» نام‌گذاری شدند. مفاهیم رسالت کارآفرینی دانشگاه، فرهنگ کارآفرینی درون دانشگاه، محیط نهادی به مقوله «قابلیت‌های محیطی» نام‌گذاری شدند.

جدول ۴- مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل علی

طبقه	مقوله	زیرمقوله	کد
عوامل علی	تدوین برنامه درسی کارآفرینی در دانشگاه	ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی	تدوین برنامه درسی مبتنی بر اصول علمی کسب‌وکار
			محتوای برنامه درسی دانشگاه
			ارزش افزوده برای دانشگاه
قابلیت‌های نوآورانه	برقراری دفاتر انتقال دانش و فناوری	دیدن بسترهای کاری جدید در بازار	برگزاری سمینارهای تخصصی
			آشنایی با بازار
			خلق و انتقال دانش به عنوان ارزش
قابلیت‌های ساختاری	آموزش‌محوری کارآفرینی در دانشگاه	آشناسازی با فرآیندهای کسب‌وکار	تفکر نوآوری در آموزش
			آموزش تخصصی کارآفرینی
			آموزش کارآفرینانه
قابلیت‌های حمایتی	حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه	حمایت دانشگاه از کارآفرینان	طرح دانشگاهی کارآفرینی
			طرح مدیریتی کارآفرینی
			حمایت و ترویج کار تیمی در دانشگاه
قابلیت‌های ساختاری	سیستم تحقیق و توسعه کارآفرینی در دانشگاه	ارتباط برقرار کردن	تهیه طرح کسب‌وکار
			تحلیل بازار
			تولید علم
قابلیت‌های ساختاری	ساختار کارآفرینی در دانشگاه	سازماندهی ساختار آموزش بر اساس کارآفرینی	ساختار منعطف در دانشگاه
			ساختارهای آموزشی برابر
			تغییر فرهنگ در دانشگاه
قابلیت‌های حمایتی	حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه	تقویت توانایی دانشجویان	آموزش‌های مبتنی بر اصول علمی کسب‌وکار
			مالکیت فکری
			حمایت دولت
قابلیت‌های حمایتی	حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه	حمایت دولت	پشتیبانی و حمایت‌های دولت
			حمایت‌های مالیاتی کسب و کارهای کارآفرینانه
			حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه

طبقه	مقاله	زیرمقاله	کد
			حمایت آموزشی کارآفرینی دانشگاه توجه به کارآفرینان درون دانشگاهی حمایت دانشگاه از سرمایه‌گذاران داخلی حمایت دانشگاه از سرمایه‌گذاران خارجی
		سرمایه‌گذاری بر روی تحقیقات کارآفرینانه دانشگاه	حمایت بازاریابی طرح بازاریابی
		حمایت مالی از کارآفرینان	حمایت مالی دانشگاه از کسب‌وکار کارآفرینی سرمایه‌گذاری برای مراکز جدید کسب‌وکار اختصاص سرمایه بیشتر جهت کارآفرین شدن دانشگاه
		رسالت کارآفرینی دانشگاه	سیاست‌گذاری درست در کارآفرینی شدن دانشگاه
		فرهنگ کارآفرینی درون دانشگاه	تحقق کارآفرینی دانشگاهی فرهنگ در دانشکده‌ها محیط کارآفرینی آموزشی ترویج فرهنگ کارآفرینی
قابلیت‌های محیطی			
		محیط نهادی	توجه مسئولین به کارآفرینی دانشگاه حمایت مسئولین از کارآفرینی شدن دانشگاه

کارآفرینی دانشگاهی؛ مفاهیم زیرساخت‌های کارآفرینی در دانشگاه به مقوله «قابلیت‌های زیرساختی درون دانشگاهی»؛ مفاهیم زمینه‌سازی فرصت‌های کارآفرینانه، توزیع بهینه منابع مالی برای انجام کسب‌وکار به مقوله «قابلیت بازارمحوری کارآفرینی دانشگاهی»؛ مفاهیم زمینه‌سازی فرآیند تحقیقات و تجاری‌سازی در دانشگاه به مقوله «قابلیت تجاری‌سازی کارآفرینی دانشگاهی» نام‌گذاری شدند.

عوامل زمینه‌ای: هدف این بخش ارائه مجموعه‌ای از مفاهیم و مقوله‌ها است که به کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور تعلق دارند. عوامل زمینه‌ای، شرایطی است که زمینه را برای بروز پدیده فراهم می‌کنند. در جدول ۵ کدهای استخراجی در مفاهیم مرتبط با عوامل زمینه‌ای دسته‌بندی شدند. مفاهیم چشم‌انداز کارآفرینی در دانشگاه به مقوله «توسعه چشم‌انداز سیستمی

جدول ۵- مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل زمینه‌ای

طبقه	مقاله	زیرمقاله	کد
			چشم‌انداز مشترک کارآفرینی چشم‌انداز استراتژیک کارآفرینی برنامه‌های پنج‌ساله کارآفرینی چشم‌انداز توسعه مبتنی بر توسعه فرهنگ و کارآفرینی
		توسعه چشم‌انداز سیستمی کارآفرینی دانشگاهی	
		چشم‌انداز کارآفرینی در دانشگاه	
عوامل زمینه‌ای			
		قابلیت‌های زیرساختی درون دانشگاهی	زیرساخت‌های کارآفرینی در دانشگاه زیرساخت‌های پشتیبانی زیرساخت‌های فنی
		قابلیت بازارمحوری کارآفرینی دانشگاهی	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه فرصت در فرآیند کارآفرینی نقش دانش بازار قدرت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی

تحلیلی بر کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در... / فائزه رضایی و همکاران

طبقه	مقوله	زیرمقوله	کد
			شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های ایجاد کسب‌وکار
			شناسایی افراد مستعد کارآفرینی
			سطوح بهینه تخصیص منابع مالی
		توزیع بهینه منابع مالی برای	پیش‌بینی بودجه و منابع مالی
		انجام کسب و کار	عدالت و انصاف در توزیع منابع مالی
			وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی
			توجه به پژوهش‌های شاخص کارآفرینی
			اهمیت تجاری سازی کارآفرینی
			جذب پژوهشگران کارآفرین
			انگیزه کافی برای تجاری سازی تحقیقات
			مشوق برای تجاری سازی پژوهش‌های کارآفرینی
		زمینه‌سازی فرآیند تحقیقات و	
		تجاری‌سازی در دانشگاه	
	قابلیت تجاری‌سازی کارآفرینی		
	دانشگاهی		

شرح جدول ۶ شناسایی شدند. مفاهیم وابستگی دانشگاه به منابع مالی به مقوله «وابستگی مالی دانشگاه»؛ مفاهیم ریسک تحریم، قوانین و مقررات به مقوله «تحریم بازار بین‌المللی» و همچنین مفاهیم سیاست‌های کارآفرینی به مقوله «سیاست‌گذاری کارآفرینی دانشگاهی»، نام‌گذاری شدند.

عوامل مداخله‌ای: عوامل مداخله‌گر، اثر شرایط علی بر پدیده مورد مطالعه یعنی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور را تحت تأثیر قرار داده و اجرای راهبردها را تسهیل و تسریع می‌کنند و یا به‌عنوان یک مانع دچار تأخیر می‌کنند. در این تحقیق پس از بررسی و تحلیل کدهای نهایی، مفاهیم و مقوله‌های عوامل مداخله‌گر به

جدول ۶- مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل مداخله‌ای

طبقه	مقوله	زیرمقوله	کد
			قطع یا کاهش وابستگی دانشگاه به منابع مالی حاصل از شهریه
			دانشجویان
			بدهی سازمان‌ها و نهادهای دولتی و شبهه دولتی مانند بهزیستی، بنیاد شهید و کمیته امداد حضرت امام خمینی(ره)
			تحریم همه جانبه
			ساختار رقابتی بازار بین‌الملل
			ریسک سیاسی بازار بین‌الملل
			قوانین و مقررات اداری
			قوانین و مقررات سیاسی
			قانون تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی
			تدوین درست سیاست‌های کارآفرینی
			اجرای درست سیاست‌های کارآفرینی
			ارزیابی ناصحیح سیاست‌گذاری برای توسعه کارآفرینی
			وابستگی مالی دانشگاه
			وابستگی دانشگاه به
			منابع مالی
			ریسک تحریم
			قوانین و مقررات
			سیاست‌گذاری کارآفرینی
			سیاست‌های کارآفرینی
			دانشگاهی
			عوامل مداخله‌ای
			تحریم بازار بین‌المللی

برای اجرای موفق کارآفرینی قابلیت‌محور به کار بندند. در جدول ۷ کدهای استخراجی در مفاهیم مرتبط با راهبردها دسته‌بندی شده و مفاهیم تدوین چشم‌انداز استراتژی کارآفرینی دانشگاهی، تدوین برنامه

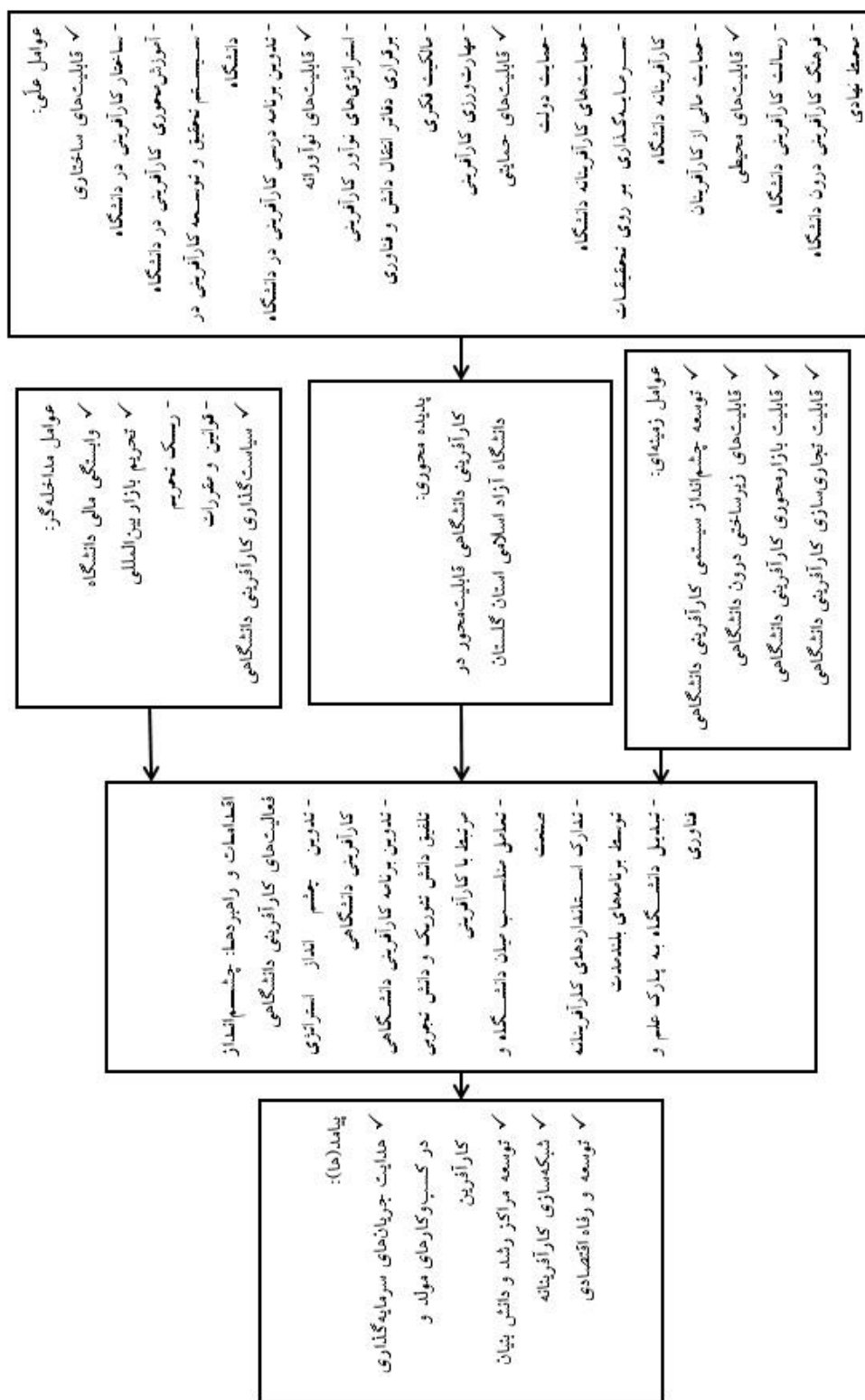
راهبردها: هدف این بخش بیان مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با راهبردها و اقدامات مربوط به کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور است. این راهبردها و اقدامات در واقع طرح‌ها و کنش‌هایی است که دانشگاه باید

کارآفرینی دانشگاهی، تلفیق دانش تئوریک و دانش تجربی مرتبط با کارآفرینی، تعامل مناسب میان دانشگاه و صنعت، تدارک استانداردهای کارآفرینانه توسط برنامه‌های بلندمدت، تبدیل دانشگاه به پارک علم و فناوری در زیرمجموعه «چشم‌انداز فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی» قرار گرفتند.

جدول ۷- مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها

طبقه	مقوله	زیرمقوله	کد
		تدوین چشم‌انداز استراتژی	تدوین چشم‌انداز استراتژی کارآفرینی
		کارآفرینی دانشگاهی	چشم‌انداز مرکز کارآفرینی و فارغ‌التحصیلان دانشگاه
		تدوین برنامه کارآفرینی	تدوین برنامه کوتاه‌مدت و بلندمدت
		دانشگاهی	ترسیم چشم‌انداز مناسب
		تلفیق دانش تئوریک و دانش تجربی مرتبط با کارآفرینی	یادگیری تجربی آشنایی با ساختار مهارت تحصیلات مرتبط
		تعامل مناسب میان دانشگاه و صنعت	تعامل سیستماتیک علم، فناوری و سیستم اقتصادی مشارکت مجموعه نهادهای دانشگاه، صنعت، مراکز تحقیقاتی، آزمایشگاه‌های ملی، دانش بنیان
راهبردها	چشم‌انداز فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی	تدارک استانداردهای طراحی فضاهای فیزیکی دانشگاه توسط کارآفرینان دانشگاهی در یک برنامه میان‌مدت (۵ سال) و درازمدت (۱۲ سال)	تدارک استانداردهای ابزار و امکانات آموزشی توسط کارآفرینان دانشگاهی در یک برنامه میان‌مدت (۵ سال) و درازمدت (۱۲ سال)
		تدارک استانداردهای کارآفرینانه توسط برنامه‌های بلندمدت	تدارک استانداردهای مربوط به بهداشت توسط کارآفرینان دانشگاهی در یک برنامه میان‌مدت (۵ سال) و درازمدت (۱۲ سال)
		تدارک استانداردهای مربوط به رنگ توسط کارآفرینان دانشگاهی در یک برنامه میان‌مدت (۵ سال) و درازمدت (۱۲ سال)	تدارک استانداردهای مربوط به رنگ توسط کارآفرینان دانشگاهی در یک برنامه میان‌مدت (۵ سال) و درازمدت (۱۲ سال)
		تبدیل دانشگاه به پارک علم و فناوری	مجوز پارک علم و فناوری اخذ پروانه فعالیت در حوزه تجاری‌سازی پروانه تولید نرم‌افزار دفتر توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات

پیامدها: هدف این بخش، شناسایی مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با پیامدهای ناشی از راهبردهای کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور است. در جدول ۸ کدهای استخراجی در مفاهیم مرتبط با پیامدها ارائه شده است. به طوری که، مفاهیم تجاری شدن پژوهش‌های دانشگاهی، سرمایه‌گذاری در پژوهش‌ها به مقوله «هدایت جریان‌های سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مولد و کارآفرین»؛ روحیه کارآفرینی، ترویج کسب‌وکارهای دانش‌بنیان توسعه مراکز رشد و دانش‌بنیان به «توسعه مراکز رشد و دانش‌بنیان»؛ ارتباط با کارآفرینان و تمایل به کارآفرینی به «شبکه‌سازی کارآفرینانه» و همچنین ارزش‌آفرینی دانشگاه به «توسعه و رفاه اقتصادی» دسته‌بندی شدند.



شکل ۲- الگوی پارادایمی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان

جدول ۸- مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پیامدها

طبقه	مقوله	زیرمقوله	کد
	هدایت جریان‌های سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مولد و کارآفرین	تجاری شدن پژوهش‌های دانشگاهی	کاربردی شدن نتایج طرح‌های پژوهشی شروع تجاری‌سازی ایده برحسب تکنولوژی
		سرمایه‌گذاری در پژوهش‌ها	منابع مالی تجاری‌سازی تجاری شدن پژوهش‌های علمی تحقیقاتی
پیامدها	توسعه مراکز رشد و دانش بنیان	روحیه کارآفرینی	قطب کارآفرینی ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای مورد نیاز واحدها اشتغال‌زایی دانشگاه گسترش روحیه کارآفرینی در افراد
		ترویج کسب‌وکارهای دانش-بنیان	ایجاد کار و یا اشتغال‌زایی شروع کسب‌وکار دانشی توسعه کسب‌وکار دانش‌محور
	شبکه‌سازی کارآفرینانه	ارتباط با کارآفرینان	توجه به کارآفرینی در تمام ابعاد دانشگاه برقراری ارتباط میان کارآفرینان و دانشجویان از واحدهای مختلف
		تمایل به کارآفرینی	رویکرد آشنایی با کارآفرینی در بدنه دانشگاه ترغیب و قصد کارآفرینی
	توسعه و رفاه اقتصادی	ارزش‌آفرینی دانشگاه	قابلیت ایجاد ارزش افزوده برای دانشگاه رشد و توسعه اقتصادی ارزش‌آفرینی دانشگاه

نتیجه‌گیری

کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی مستلزم نگاه سیستمی مسئولان به کارآفرینی می‌باشد به طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی را به‌طور هم‌زمان مورد توجه قرار دهد. در رابطه با کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور شواهد نشان می‌دهد با وجود پیشرفت‌هایی که در سال‌های اخیر ایجاد شده است، برخی از این عناصر هنوز توسعه نیافته‌اند، پیوندهای حیاتی خاصی فراموش شده‌اند و بعضی عوامل کلیدی هنوز پنهان مانده‌اند. پس می‌توان بیان نمود کارآفرینی دانشگاهی در جهت خوداتکایی، نیازمند قابلیت است و این قابلیت نیازمند مجاورت است؛ به طوری که ابعاد مختلف بتوانند با همدیگر رشد کنند و متقابلاً تقویت شوند، لذا می‌توان با تدوین الگو برای کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در واحدهای دانشگاه آزاد

گام سوم: کدگذاری انتخابی و ارائه الگوی پارادایمی: در گام پایانی تحلیل کیفی به روش نظریه داده‌بنیاد مقولات و مفاهیم فرمول‌بندی شده و روابط میان آن‌ها ترسیم و ارتباط میان کدهای متمرکز در قالب یک شبکه بیان می‌شود. کدگذاری انتخابی (براساس نتایج دومرحله قبلی کدگذاری) مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. به این ترتیب که طبقه محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر طبقه‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند اصلاح می‌کند. در این مرحله پژوهشگر برحسب جمع‌بندی نظرات حاصل از مشارکت‌کنندگان تحقیق چارچوب مدل پارادایم را به صورت روایتی عرضه کرده و یا مدل پارادایم را به هم می‌ریزد و به صورت ترسیمی نظریه نهایی را نشان می‌دهد (شکل ۲).

اسلامی موجب کارآمدی استراتژی‌های دانشگاه آزاد اسلامی در استان شد. بهره‌گیری از مدلی فراگیر برای کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه آزاد اسلامی این امکان را فراهم می‌کند تا با آگاهی از کلیه ابزارهای مربوط به عوامل مرتبط با کارآفرینی دانشگاهی به تعیین و اجرای کامل اولویت‌ها و راهبردها بپردازد. مزیت پژوهش حاضر در مقایسه با سایر پژوهش‌های این حوزه در این است که الگوی ارائه شده، الگویی جامع و مبتنی بر عمل است که همزمان کوشیده است به اکثر مؤلفه‌های مؤثر در کارآفرینی دانشگاهی توجه کند و از این رو توانسته در پیوند نظریه و عمل کارآفرینی دانشگاهی گام بردارد.

نتایج این پژوهش مشتمل بر شناسایی عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی گلستان بود. نتایج تحلیل بیانگر این است که عوامل قابلیت‌های ساختاری (ساختار کارآفرینی در دانشگاه، آموزش محوری کارآفرینی در دانشگاه، سیستم تحقیق و توسعه کارآفرینی در دانشگاه، تدوین برنامه درسی کارآفرینی در دانشگاه)؛ قابلیت‌های نوآورانه (استراتژی‌های نوآور کارآفرینی، برقراری دفاتر انتقال دانش و فناوری، مالکیت فکری، مهارت‌ورزی کارآفرینی)؛ قابلیت‌های حمایتی (حمایت دولت، حمایت‌های کارآفرینانه دانشگاه، سرمایه‌گذاری بر روی تحقیقات کارآفرینانه دانشگاه، حمایت مالی از کارآفرینان) قابلیت‌های محیطی (رسالت کارآفرینی دانشگاه، فرهنگ کارآفرینی درون دانشگاه، محیط نهادی) به‌عنوان عوامل علی ایجادکننده کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور شناسایی شدند. در نتیجه دانشگاه آزاد اسلامی باید آن‌ها را مهم بداند و توجه ویژه‌ای داشته باشد. این یک یافته بسیار مهم است، زیرا آموزش و تحقیق از اهداف اصلی دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد. برای

نمونه آموزش کارآفرینی می‌تواند تشکیل سرمایه را حمایت کند و تشکیل سرمایه می‌تواند اصلاحات قوانین دولتی را حمایت نماید. اگر هر کدام از این حلقه‌های زنجیر ضعیف یا وجود نداشته باشند، تمام سیستم رنج می‌برد و کارآفرینی دانشگاهی نمی‌تواند در توانمندسازی افراد کارآفرین مؤثر باشد. ممکن است به طور مجزا، هر کدام از حلقه‌های زنجیر موجب کارآفرینی شوند اما جهت پایدار نگهداشتن قابلیت‌ها ناکافی است. بنابراین چیزی که واقعاً انقلاب کارآفرینی در دانشگاه را به وجود می‌آورد، رهیافت جامع‌نگر به کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور است، به طوری که در حمایت از کارآفرینان در مراحل و بخش‌های مختلف درگیر شوند. ایجاد محیطی که کارآفرینی را تشویق کند شانس یا تصادف نیست، فضاهای کارآفرینانه معمولاً نتیجه‌ای از تشخیص و نواحی و افرادی هستند که بر تغییر کارآفرینانه اثر بگذارند و سیستم‌های درست را قرار دهند و ساختارها را در جایی پشتیبانی کنند که زمینه موفقیت برای آن‌ها را ایجاد کند.

یافته‌های نهایی الگوی پارادایمی نشان داد که کارآفرینی دانشگاهی متأثر از عوامل ساختاری، نوآورانه، حمایتی و محیطی است. این یافته با یافته‌های حسنی و همکاران (۱۳۹۷)، ساغری و همکاران (۱۳۹۷)، گودرزی و همکاران (۱۳۹۷)، جانزاده پریجایی و رضایی (۱۳۹۲)، مرجائی و پوراتشی (۱۳۹۵)، Jessop (۲۰۱۷)، Marzocchi و همکاران (۲۰۱۹)، Hayter و همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد. یافته‌های پژوهش مبین این واقعیت است که کارآفرینی دانشگاهی با مجموعه‌ای پیچیده از مؤلفه‌های مختلف روبه‌رو است که هر کدام قابلیت خاص خود را ایجاد می‌نمایند. به طوری که هر یک از ابعاد به مؤلفه‌های درون‌سازمانی دانشگاه و نظام آموزش عالی و همچنین مؤلفه‌های برون‌سازمانی و خرده نظام‌های جامعه تنیده

به اشتغال‌زایی و رشد فعالیت‌های کسب‌وکار دانش‌محور شود.

در این پژوهش مقوله‌های وابستگی مالی دانشگاه، تحریم بازار بین‌المللی و سیاست‌گذاری کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان عوامل مداخله‌گر شناسایی شده است، چرا که اثربخشی هر گونه راهبرد و فعالیت را درخصوص تضعیف و یا تشدید این پدیده تحت تأثیر قرار خواهد داد. بودجه دولتی و خصوصی برای توسعه دانشگاه کارآفرین مهم است و یکی از مداخله‌های مهم به شمار می‌رود، با این حال، مشاهده شد که منابع برای توسعه کارآفرینی بسیار ضروری است. منابع را نه تنها از نظر تأمین مالی، بلکه به‌عنوان منابع انسانی، از جمله مشارکت متخصصان دنیای تجارت و سازمان‌ها در طراحی و ارائه برنامه درسی و افزایش تعداد اعضای هیأت علمی برای آموزش کارآفرینی باید درک کرد. به نظر می‌رسد که کمبود بودجه خارجی برای کارآفرینی را با استفاده از منابع داخلی باید جبران کرد. پروژه‌های مرتبط با کارآفرینی که در مأموریت، استراتژی، سیاست‌ها و رویه‌های دانشگاه‌ها تبلور یافته‌اند، به طور قلیل توجهی یا همه عوامل کارآفرینی تحلیل شده مرتبط هستند. ضیاء و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند در سایه کاهش وابستگی به منابع مالی، سیاست‌گذاری درست و دسترسی به بازار بین‌الملل و با بستر چشم‌انداز سیستمی، زمینه‌سازی فرصت‌های کارآفرینانه، فرآیند تحقیقات و تجاری‌سازی در دانشگاه و توزیع بهینه منابع مالی برای انجام کسب‌وکار می‌توان کارآفرینی دانشگاهی را احیا نمود. بر طبق نتایج به دست آمده از تحقیق، مشارکت کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی حول دو مدل مجزا همگرا می‌شود. دانشگاه آزاد اسلامی خود را به سمت پیامدهای انتقال دانش متمرکز و یا به سمت مشارکت عمومی‌تر در فعالیت‌های توسعه

شده است. بر این اساس برای احیای سیستم کارآفرینی دانشگاهی باید به ابعاد مختلف سیاستی، بسترهای مالی اقتصادی، بسترهای فرهنگی و اجتماعی، زیرساخت‌های پشتیبان، سرمایه انسانی و نهادها، شبکه‌ها و تعاملات آن توجه نمود.

اغلب محققین در حوزه آموزش عالی، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به شمار می‌آورند؛ زیرا در عصر توسعه فناوری‌های پیشرفته و صنایع دانش‌محور در اقتصاد جهانی، منطقه‌ای و حتی محلی تنها از طریق تقویت تعامل و پیوند دانشگاه و بنگاه است که می‌توان با بحران‌های گسترده و فراگیر کنونی مقابله کرد (جباری و همکاران، ۱۳۹۹). توجه به فرصت‌های مناسب ارتقای هر یک از مجموعه عوامل می‌تواند فرصتی در ایجاد کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور ایجاد کند. در همین راستا گودرزی و همکاران (۱۳۹۷) بیان داشتند نظریه‌های سازمانی، عموماً با تأثیر عوامل محیطی بر کارآفرینی دانشگاهی مرتبط هستند. اما آن‌ها به جای تمرکز بر عوامل گسترده اجتماعی یا اقتصادی، توجه‌شان را بر جنبه‌های سازمانی و منابع انسانی دانشگاه متمرکز شده‌اند، به ویژه آن که پژوهشگران به دنبال ایجاد ارتباط بین کارآفرین دانشگاهی با سطح و ماهیت منابع مالی تحقیق، کیفیت محققان و مراکز رشد و دفاتر انتقال فناوری هستند. این قابلیت‌ها در سطح دانشگاه با داشتن ایده دانشگاهی یا تشخیص فرصت‌های جامعه به ایجاد کسب‌وکار یا فرآیند کارآفرینی را ایجاد می‌نماید. بر همین اساس Sam و همکاران (۲۰۱۴) نیز مهم‌ترین بخش شروع فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی را ایجاد ایده و تشخیص آن دانسته‌اند. ایجاد مراکز رشد و فناور در دانشگاه و با تجاری‌سازی هر یک از یافته‌های دانشگاهی می‌توان به دستاوردی دست یافت که منجر

- پیشنهاد می‌شود با توجه به بحث اشتغال در شرایط حاکم بر جامعه و ارتقاء مباحث آموزشی کاربردی در سال‌های جاری، موضوع کارآفرینی در دانشگاه به طور جدی در سطح کلان مطرح گردد و در برنامه‌های بلندمدت نیز بر حفظ و تقویت آن تأکید شود.
- ضمن ارائه راهکارهای لازم و پیش‌بینی وضعیت پیش‌رو، لازم است از سوی نهادهای مسئول به ویژه سازمان دانشگاه آزاد اسلامی کشور در راستای دسترسی سریع‌تر و آسان‌تر به اهداف مربوطه، برای مجریان این بخش بستر مناسبی مهیا شود تا در آینده‌ای نزدیک شاهد توسعه و ارتقاء در این حوزه باشیم.
- موضوع کارآفرینی دانشگاهی در برنامه راهبردی دانشگاه آزاد گنجانده شده و در راستای عملیاتی کردن برنامه‌های آن با شناسایی اکوسیستم موجود، به ارزیابی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها پرداخته شود و بر اساس ظرفیت‌های حاکمیتی و مدیریتی، قوانین و مقررات، امکانات محیطی، منابع انسانی، محتوای آموزشی، منابع مالی، نهادها و شبکه‌های مرتبط و مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی به برنامه‌ریزی دانشگاهی برای ارتقای زیرساخت‌ها و عملکردها در خصوص کارآفرینی دانشگاهی پردازند.
- طراحی ساختمان و کلاس‌ها متناسب با محیط واقعی کارآفرینی، تناسب اندازه کلاس‌ها و وسعت محیط دانشکده کارآفرینی، بالابردن کیفیت آموزش و استفاده از تبلیغات، مواد و منابع آموزشی و دانش دانشگاهی.
- استفاده از سیستم‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، مدیریت منابع اطلاعاتی و استفاده از فناوری‌های آموزشی و همچنین بکارگیری نوآوری‌های اقتصادی منطقه‌ای سوق می‌دهد. این نشان می‌دهد که در ادغام و ترکیب فعالیت‌های «سخت» (تلفیق دانش تئوریک و دلنش تجربی مرتبط با کارآفرینی) و فعالیت‌های «نرم» (بهبود اقتصاد منطقه‌ای گسترده‌تر و تبدیل دانشگاه به پارک علم و فناوری) در یک مأموریت سوم منسجم، مشکلاتی وجود دارد.
- با توجه به نتایج حاصل تحقیق و مدل پارادایمی به‌دست آمده، پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:
- پیشنهاد می‌شود دانشگاه آزاد با ایجاد فضاهای فیزیکی شامل کتابخانه، کارگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، امکانات آموزشی مختلف و همچنین کیفیت و انعطاف‌پذیری چیدمان فضای فیزیکی متناسب با اهداف آموزش کارآفرینی با دایر کردن سامانه‌های پژوهش، آموزشی و تحقیقاتی مناسب و توسعه ظرفیت‌های موجود به ارتقاء مهارت و نیاز پذیرندگان کمک می‌شود و موجب صرفه‌جویی در زمان نیز می‌شود.
- دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند با افزایش سرمایه‌گذاری در بخش کارآفرینی و پیاده‌سازی سیستم و پاداش‌های مالی در جهت کاهش هزینه گام بردارد. همچنین با استفاده از استراتژی‌های نوآور و تشکیل استراتژی‌های پایدار توسط سیاست‌گذاران و سیاست‌سازان حوزه کارآفرینی در دانشگاه آزاد به تعیین رسالت و راهبردهای سازمانی در جهت احیاء کارآفرینی دانشگاهی کمک کند.
- برای داشتن کارآفرینی مطلوب در دانشگاه آزاد دولت، نیروهای دولتی و نخبگان جامعه، سیاست‌های کلان ملی و برنامه‌های توسعه باید در راستای این مهم و حمایت کافی و مبسوط را داشته باشند. همچنین قوانین و مقررات حمایت‌شونده به‌عنوان زیرساخت پشتیبانی، تجاری و قانونی برقرار گردد.

علمی و ایجاد انگیزه و تشویق آنها با اضافه کردن معیار کارآفرینی، ایجاد مراکز بازاریابی برای اخذ تقاضای انجام پژوهش و عرضه دانش، ارتقای آموزش‌های دانشگاهی، تقویت دفا تر ارتباط با صنعت و انتقال فناوری، پیگیری برای بکار بستن نتایج تحقیقات در محیط و ارائه گزارش از نتیجه آنها، ایجاد برند و شرکت‌های انشعابی در دانشگاه، تغییر سیاست‌های دانشگاه‌ها بر مبنای کارآفرینی و ایجاد راهکارهایی برای شبکه‌سازی داخلی و بیرونی ارائه می‌گردد.

آموزشی مدون و استفاده از یادگیری مبتنی بر چالش.
- استفاده بهینه از سیستم‌های ارزیابی و نظارتی در پناه کاربست تجربه و دانش مدیریتی با ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در جهت ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی.
- ارتقاء انگیزه، احساس تعلق و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه آزاد مبتنی بر اعتماد.
- براساس نتایج این پژوهش، تدوین سند کارآفرینی برای دانشگاه، بسترسازی و فرهنگ‌سازی برای کارآفرینی دانشگاهی، تغییر نظام ارتقاء هیئت

منابع

- احمدی، آ.، محمدکاظمی، ر.، و محمدی الیاسی، ق. ۱۳۹۶. شناسایی شیوه‌های آموزش کارآفرینی در حیطه یادگیری عاطفی با رویکرد آموزش از طریق تفریحات سالم. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۲): ۲۱۰-۲۲۰.
- جامع‌اصل، س.، ذوالفقاری، ع.، حجازی، س.ر.، و مجاور، ب. ۱۳۹۵. نقش آموزش در موفقیت کارآفرینی دانشگاهی در دانشکده کارآفرینی تهران. مجله آموزش در علوم انسانی، ۱: ۱۷۶-۱۵۵.
- جانزاده پریجایی، ه.، و رضایی، ف. ۱۳۹۲. کارآفرینی و نقش آن در ارتباط بین دانشگاه، صنعت و توسعه کسب‌وکار. همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت: کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان: رامسر.
- جباری، ف.، عزیزی، م.، صالحی، م.ج.، و نوازی، ب. ۱۳۹۹. کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی: سنجش شاخص‌ها. مجله آموزش عالی ایران، ۴۶: ۱۷۰-۱۴۵.
- حاجی میررحیمی، د.، مخبر، ع.، و نوتاش، م. ۱۳۹۶. متغیرهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مرکز آموزش عالی امام خمینی، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۹ (۴۲): ۸۸-۱۰۴.
- حسینی، ز.، ابوالقاسمی، م.، و مشبکی اصفهانی، ا. ۱۳۹۷. طراحی الگوی مفهومی تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی
- دانشگاهی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۲ (۳): ۲۰۲-۱۷۱.
- ساغری، ف.، علی اسماعیلی، ع.، و حسین‌زاده، ب. ۱۳۹۷. ارائه مدل عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۲ (۲): ۱۰۶-۹۱.
- شریف‌زاده، ف.، رضوی، س.م.، زاهدی، ش.، و نجاری، ر. ۱۳۸۸. طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام‌نور). مجله توسعه کارآفرینی، ۶ (۲): ۳۸-۱۱.
- شریف‌زاده، م.ش.، و عبدالله‌زاده، غ.ج. ۱۳۹۵. سازوکارها و معیارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه خبرگان کارآفرینی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۸: ۱۷-۳.
- ضیاء، ب.، رضوانی، م.، مبارکی، م.ح.، و تاج‌پور، م. ۱۳۹۸. الگوی بین‌المللی‌سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های برتر ایران). مجله توسعه کارآفرینی، ۱۲ (۲): ۳۲۰-۳۰۱.
- گودرزی، ر.، حسینی، س.ر.، و طبائیان، س.ک. ۱۳۹۷. چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته‌های علوم انسانی در ایران. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۱ (۴): ۶۷۹-۶۶۱.

- perspective on the effects of entrepreneurship training. *Journal of Business Venturing*, 32 (3): 334-353.
- Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D. S., & Wright, M. (2011). 30 years after Bayh-Dole: Reassessing academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8): 1045-1057.
- Guerrero, M., Cunningham, J. A., & Urbano, D. (2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. *Research Policy*, 44 (3): 748-764.
- Guerrero, M., & Urbano, D. (2010). The development of an entrepreneurial university. *J. Technol. Transf*, 37: 1-32.
- Hayter, C.S., Nelson, A.J., Zayed, S. C., & O'Connor, A. (2018). Conceptualizing academic entrepreneurship ecosystems: a review, analysis and extension of the literature. *J Technol Transf*, 43: 1039-1082.
- Ismail, M., Khalid, S. A., Othman, M., Jusoff, H. K., Rahman, N. A., Kassim, K. M., & Zain, R. S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of business and Management*, 4 (10): 54-60.
- Jessop, B. (2017). Varieties of academic capitalism and entrepreneurial universities. *High Educ* 73: 853-870.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and regional development*, 23 (3-4): 187-215.
- Marzocchi, C., Fumi Kitagawa, F., & Sánchez-Barrioluengo, M. (2019). Evolving missions and university entrepreneurship: academic spin-offs and graduate start-ups in the entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, Springer, 44 (1): 167-188.
- McClure, K. R. (2016). Building the innovative and entrepreneurial university: An institutional case study of administrative academic capitalism. *The Journal of Higher Education*, 87 (4): 516-543.
- McKelvey, M., & Zaring, O. (2017). Co-delivery of social innovations: exploring محمدپور، س.، سالارزهی، ح.، وظیفه، ز.، یعقوبی، ن.م.، و کمالیان، ا.ر. ۱۳۹۸. طراحی و تدوین الگوی جامع دانشگاه کارآفرین با رویکرد فراترکیب. دوفصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۸ (۱۸): ۳۸۶-۳۶۹.
- مرجائی، س.ه.، و پورآتشی، م. ۱۳۹۵. کاربست کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های ایران به مثابه یک مساله. مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۷ (۲): ۲۸۶-۲۵۱.
- نیک‌رفتار، ط.، و فرید، ح. ۱۳۹۴. عامل‌های درون‌سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران. مجله مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۲ (۲): ۸۰-۶۷.
- Baporikar, N. 2020. Understanding entrepreneurial university: A framework for emerging economies. In *Examining the Role of Entrepreneurial Universities in Regional Development*; Daniel, A.D., Teixeira, A.A.C., Torres Preto, M., Eds.; Igi-Global: Hershey, PA, USA.
- Bezanilla, M. J., García-Olalla, A., Paños-Castro, J., & Arruti, A. (2020). Developing the entrepreneurial university: Factors of influence. *Sustainability*, 12 (3): 842.
- Brito, M., Dias, A., & Patuleia, M. (2019). Managing, marketing, and maintaining maritime and coastal tourism. IGI Global.
- Budyldina, N. 2018. Entrepreneurial universities and regional contribution. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14 (2): 265-277.
- Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E. (2019). Exploration and exploitation in the development of more entrepreneurial universities: A twisting learning path model of ambidexterity. *Technological Forecasting and Social Change*, 141: 172-194.
- Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, 135: 99-111.
- Gielnik, M. M., Uy, M. A., Funken, R., & Bischoff, K. M. (2017). Boosting and sustaining passion: A long-term

- Technology in Agricultural Sector. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 24 (3): 521-535.
- Sam, C., & Van der Sijde, P. (2014). Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. *Higher Education*, 68 (6): 891-908.
- Sánchez-Barrioluengo, M., Uyarra, E., & Kitagawa, F. (2019). Understanding the evolution of the entrepreneurial university. The case of English Higher Education institutions. *Higher Education Quarterly*, 73 (4): 469-495.
- Schimperna, F., Nappo, F., & Marsigalia, B. (2021). Student entrepreneurship in universities: The state-of-the-art. *Administrative Sciences*, 12 (1): 5.
- Shattock, M. J. (2010). The entrepreneurial university: An idea for its time. *London Review of Education*, 8 (3): 263-271.
- Siegel, D.S., Wright, M., & Lockett, A. (2007). The rise of entrepreneurial activity at universities: organizational and societal implications. *Ind. Corp. Chang.* 16 (4): 489-504.
- Wright, M., Siegel, D. S., & Mustar, P. (2017). An emerging ecosystem for student start-ups. *The Journal of Technology Transfer*, 42 (4): 909-922.
- Ziyae, B., & Tajpour, M. (2016). Designing a comprehensive model of entrepreneurial university in the science and technology parks. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12 (3): 267-280.
- the university's role in academic engagement with society. *Industry and Innovation*, 25: 1-18.
- Mortezaei, H., Salehi, M., & Niazazari, K. (2018). Identify factors affecting the internationalization dimension in entrepreneurial university and its role in creating a knowledge-based economy. *Iranian Journal of Educational Sociology*, 1 (7): 129-140.
- Rahim, H. L., Zainal Abidin, Z., Mohtar, S., & Ramli, A. (2015). The effect of entrepreneurial leadership towards organizational performance. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1 (2): 193-200.
- Riviezzo, A., Napolitano, M. R., & Garofano, A. (2013). Entrepreneurial orientation and market orientation in SMEs: An explorative study. In *Conceptual Richness and Methodological Diversity in Entrepreneurship Research*. Edward Elgar Publishing.
- Rubens, A., Spigarelli, F., Cavicchi, A., & Rinaldi, C. (2017). Universities' third mission and the entrepreneurial university and the challenges they bring to higher education institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11 (3): 354-372.
- Saffari, H., Farhadian, H., Sadighi, H., Choobchian, S., & Abbasi, E. (2022). Strategic Analysis of Entrepreneur University of Applied Sciences and