

## Presenting a Paradigmatic Model for the Development of Entrepreneurship Education in the Third Generation Universities: Application of the Grounded Theory

Aliasghar Saba<sup>1</sup> | Nader Naderi<sup>2</sup>  | Bijan Rezaee<sup>3</sup>  | Yosef Mohammadifar<sup>4</sup> 

1. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.  
E-mail: saba.berlin@gmx.de
2. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.  
(Corresponding Author). E-mail: n.naderi@razi.ac.ir
3. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.  
E-mail: b.rezaee@razi.ac.ir
4. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.  
E-mail: mohamadifar@razi.ac.ir

### Article Info

### ABSTRACT

**Article type:**  
Research Article

**Article history:**  
**Received:** 12 May 2023  
**Received in revised form:**  
06 June 2023  
**Accepted:** 20 June 2023  
**Available online:** 20 June  
2023

**Keywords:**  
Education Development;  
Entrepreneurship  
Development;  
Entrepreneurship  
Education;  
The Third Generation  
Universities;  
Entrepreneurial  
Universities.

The purpose of this research was to present a paradigmatic model for the development of entrepreneurship education in the third generation universities. This research is applied in terms of purpose and qualitative in terms of approach, which was conducted using the grounded theory method. The studied community included all experts in the field of the research. The samples were selected using the snowball and theoretical sampling methods. The stage of data collection continued until theoretical saturation was achieved, and theoretical saturation was achieved with the number of 19 people in this research. Data collection tools included open questionnaire, in-depth individual interview, and note taking. Validity was verified using the triangulation and member check techniques. The results obtained from the research data were extracted and classified in the form of concepts in the process of open, axial, and selective coding. The results showed that for the development of entrepreneurship education in third generation universities, the existence of a set of factors is necessary, the most important of which include causal conditions (such as entrepreneurial leadership, innovative strategy, improving the quality of entrepreneurship education, and human capital development), contextual conditions (such as factors related to entrepreneurial culture, flexible organizational structure, and development of a network relationships), intervening conditions (such as correct policy making and infrastructure development), actions (such as the development of economic and entrepreneurial activities, the development of education and research in the field of entrepreneurship, the development of communications and interactions, the development of cultural-social infrastructures and resources), and consequences (such as psychological consequences, educational-scientific consequences, economic consequences, and cultural-social consequences). Based on the results of the research, updating entrepreneurial training through the development of relationships among stakeholders is suggested.

**Education and Management of Entrepreneurship, 2023, Vol. 2, No. 1, pp 59-74**

**Cite this article:** Saba, A., Naderi, N., Rezaee, B., Mohammadifar, Y. (2023). Presenting a Paradigmatic Model for the Development of Entrepreneurship Education in the Third Generation Universities: Application of the Grounded Theory. *Education and Management of Entrepreneurship*, 2 (1), 59-74. doi: 10.22126/eme.2023.9222.1031 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9222.1031>

Publisher: Razi University



## ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کار آفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم؛ کار بست نظریه بنیانی

علی اصغر صبا<sup>۱</sup> | نادر نادری<sup>۲</sup> | بیژن رضایی<sup>۳</sup> | یوسف محمدی فر<sup>۴</sup>

۱. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.  
رایانامه: saba.berlin@gmx.de
۲. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.  
(نویسنده مسئول). رایانامه: n.naderi@razi.ac.ir
۳. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.  
رایانامه: b.rezaee@razi.ac.ir
۴. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.  
رایانامه: mohamadifar@razi.ac.ir

### اطلاعات مقاله | چکیده

هدف از انجام این پژوهش، ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم بود. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ رویکرد، کیفی است که با استفاده از روش نظریه بنیانی انجام پذیرفت. جامعه مورد مطالعه شامل خبرگان در زمینه موضوع مورد مطالعه بود. نمونه‌ها با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله‌برفی و نظری انتخاب شدند. مرحله جمع‌آوری داده‌ها تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت که در این پژوهش با تعداد ۱۹ نفر اشباع نظری حاصل شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل پرسشنامه باز، مصاحبه عمیق انفرادی و یادداشت‌برداری بود. اعتبار پژوهش با استفاده از تکنیک‌های مثلث‌سازی و کنترل اعضا تأیید شد. نتایج به‌دست‌آمده از داده‌های پژوهش در فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب مفاهیم استخراج و طبقه‌بندی گردید. نتایج نشان داد برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم وجود مجموعه‌ای از عوامل ضروری است که مهم‌ترین آن‌ها شامل شرایط علی (از قبیل رهبری کارآفرینانه، استراتژی نوآورانه، بهبود کیفیت آموزش‌های کارآفرینی و توسعه سرمایه‌های انسانی)، شرایط زمینه‌ای (از قبیل عوامل فرهنگ کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف و توسعه شبکه روابط)، شرایط مداخله‌گر (از قبیل سیاست‌گذاری صحیح و توسعه زیرساخت‌ها)، اقدامات (از قبیل توسعه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه، توسعه آموزش و پژوهش در حوزه کارآفرینی، توسعه ارتباطات و تعاملات، توسعه زیرساخت‌ها و منابع و فرهنگی-اجتماعی) و پیامدها (از قبیل پیامدهای روان‌شناختی، پیامدهای آموزشی-علمی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای فرهنگی-اجتماعی) بود. بر اساس نتایج پژوهش، به‌روزرسانی آموزش‌های کارآفرینانه از طریق توسعه روابط بین ذی‌نفعان پیشنهاد می‌گردد.

نوع مقاله: مقاله علمی-پژوهشی  
تاریخچه مقاله:  
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۲  
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۱۶  
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۳۰  
دسترسی آنلاین: ۱۴۰۲/۰۳/۳۰  
کلیدواژه‌ها:  
توسعه آموزش، توسعه کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، دانشگاه‌های نسل سوم، دانشگاه‌های کارآفرین.



## مقدمه

امروزه، کارآفرینی به یک محرک اصلی برای رشد اقتصادی (خلیلی خضرآبادی و حسنی، ۱۴۰۱) و چالشی قابل توجه برای اکثر کشورهای در حال توسعه تبدیل شده است و علاوه بر اینکه محرکی برای اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی است (عزمی و پرنده‌آور، ۱۴۰۱)، به ارضای نیاز به موفقیت در میان افراد دارای گرایش خلاق و ریسک‌پذیر کمک زیادی کرده است (بدری و هاچیچا، ۲۰۱۹). کارآفرینی به افراد انگیزه می‌دهد که از طریق شناسایی فرصت‌های موجود، ریسک راه‌اندازی کسب‌وکار خود را بپذیرند و اثرات مثبتی بر اقتصاد داشته باشند (سدلاسیک و استریک، ۲۰۱۷). با این حال، در بسیاری از کشورها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه که اشتغال ناقص در آنان شایع است، بسیاری از کارآفرینان به این دلیل که گزینه‌های شغلی بهتری را نمی‌یابند، کسب‌وکار خود را راه‌اندازی می‌کنند، بنابراین در سراسر جهان سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به تحریک و تسهیل کارآفرینی علاقه‌مند بوده‌اند.

اشتغال جوانان اغلب مورد توجه سیاست‌های خاص است؛ چراکه در بسیاری از کشورها بیکاری جوانان بیشتر از بزرگسالان است؛ بنابراین برای رسیدگی به این موضوع، سیاست‌گذاران بر تقویت مهارت‌های کارآفرینی قبل از خروج جوانان از سیستم آموزشی تأکید دارند (آلاریف و همکاران، ۲۰۱۹)؛ چراکه معتقدند آموزش کارآفرینی نقش مهمی در پرورش شایستگی‌های کلیدی در همه دارد و به افراد اجازه می‌دهد راه‌حل‌های جدیدی برای آینده‌ای فراگیر و پایدار بیابند (مورسلی و جورنس، ۲۰۲۲).

در حال حاضر به‌طور میانگین در تمام کشورها اعم از در حال توسعه و توسعه‌یافته در همه پایه‌های تحصیلی، آموزش و ترویج کارآفرینی جایگاه ویژه‌ای دارد (گورریرو و همکاران، ۲۰۱۸). در ابتدا در آمریکا، تعداد دانشگاه‌هایی که دوره‌های کارآفرینی را آموزش می‌دادند بسیار کم بودند، در حالی که این دانشگاه‌ها در سال ۲۰۰۵ به بیش از ۲۰۰۰ مورد رسید و در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. همچنین در طول دهه گذشته، آموزش و ترویج کارآفرینی به‌طور فزاینده‌ای در حوزه‌های مختلف آموزشی و پژوهشی افزایش یافته است (حسینی نیا و موسوی، ۱۳۹۷)؛ به‌طوری که تعداد نشریات علمی در آموزش و پرورش کارآفرینی در سال ۲۰۱۰ در مقایسه با سال ۲۰۰۰ بیش از ۳۰۰ درصد افزایش داشته است (ریززا و واروم، ۲۰۱۱). با این وجود، مشکلات متعددی از جمله تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت، وجود موازی کاری و نبود انسجام در برنامه‌های آموزش کارآفرینی نظام فعلی آموزش عالی به‌طور عام و آموزش کارآفرینی به‌طور خاص را تهدید می‌کند. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند رفع مشکلات مذکور نیازمند خط‌مشی‌گذاری علمی و معتبر و نیل به این هدف مستلزم مطالعه هدفمند و علمی جهت طراحی مدل دانشگاه نسل سوم است (آلدریچ، ۲۰۱۵).

مأموریت دانشگاه‌های نسل اول آموزش بوده و در نسل دوم، انجام پژوهش به‌منظور رفع نیازهای جامعه به آن اضافه شده است. بالاخره ویژگی مهم دانشگاه‌های نسل سوم، علاوه بر مأموریت آموزش و پژوهش، کارآفرینانه بودن آن‌ها است (عزیزی و عزیزی، ۱۳۹۵). ویژگی اساسی دانشگاه‌های نسل سوم، نوآور، فناور و کارآفرین بودن آن‌ها (پورجاوید و همکاران، ۱۳۹۹) و توسعه مهارت‌های شغلی، حرفه‌ای و شایستگی‌ها، توانمندسازی

1. Badri & Hachicha
2. Sedláček & Sterk
3. Alaref et al.
4. Morselli & Gorenc
5. Guerrero et al.
6. Rizza & Varum
7. Aldrich

دانشجویان و اساتید همسو با فرایند توسعه ملی و حل مسائل جامعه به روش علمی است (توشمالی و همکاران، ۱۳۹۹).

باید گفت تبدیل دانشگاه‌های نسل اول و دوم به دانشگاه‌های نسل سوم نه تنها یک ضرورت اساسی برای تمام کشورها است بلکه بی‌توجهی به آن پیامدهای سوئی به دنبال خواهد داشت. این مسئله با توجه به مسئله بیکاری قشر تحصیل کرده اهمیت دوچندان می‌یابد. بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی یک معضل اساسی برای تمام کشورها از جمله ایران است؛ به طوری که بر اساس نتایج طرح آمارگیری نیروی کار توسط مرکز آمار ایران در بهار ۱۴۰۱، نرخ بیکاری گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله (که عمدتاً فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هستند) بالا رفته به طوری که ۱۶/۶٪ از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند، همچنین تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد که این نرخ نسبت به بهار ۱۴۰۰، به میزان ۱٪ افزایش یافته است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱).

با توجه به پیامدهای مختلف مشکل بیکاری مانند احساس بی‌ارزشی در فرد، فقر و تنگدستی و مشکلات خانوادگی، بزهکاری و آلوده شدن به اعتیاد و عقب‌ماندگی کشور از نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی؛ لزوم توجه به آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهکارهای ویژه برای کاهش نرخ بیکاری و رشد اقتصادی در کشور را بیش از پیش نمایان می‌کند؛ بنابراین آموزش و توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها و در پی آن، اشتغال‌زایی و درآمدزایی برای دانش‌آموختگان دانشگاهی می‌تواند راهگشای این معضل در ایران باشد (رحمانیان و عبداللهی، ۱۳۹۶). با توجه به اهمیت موضوع و با اینکه محققان مختلف همچون توشمالی و همکاران (۱۳۹۹)، عباسی و همکاران (۱۳۹۷) و عزیزی و عزیزی (۱۳۹۵) مطالعاتی در زمینه دانشگاه‌های نسل سوم و اهمیت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها انجام داده‌اند، اما هیچ مدل مدون و منسجمی برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم ایران ارائه نشده است؛ بر این اساس هدف اصلی پژوهش حاضر تدوین مدلی برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم در دانشگاه‌های دولتی مربوط به وزارت علوم در سراسر کشور است. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته در زمینه موضوع مورد مطالعه پژوهش‌های مرتبطی در دو سطح ملی و بین‌المللی صورت گرفته است که در ادامه به بررسی مهم‌ترین و مرتبط‌ترین آن‌ها پرداخته شده است؛ رستمی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان «ارائه مدل دانشگاه کارآفرین برای دانشگاه تبریز» نشان دادند که مدل دانشگاه کارآفرین شامل چهارده عامل اصلی است که در چهار دسته کلی طبقه‌بندی شده‌اند که عبارت‌اند از: الف: عوامل کاربردی کردن دانش، شامل عوامل اصلی: ۱- تشخیص نیاز جامعه و بازار، ۲- تجاری‌سازی علم و دانش، ۳- حفظ ارتباط دانشگاه با صنعت، ۴- توسعه مراکز دانش‌بنیان، ب: عوامل انسانی، شامل عوامل اصلی: ۵- آموزش کارآفرینی، ۶- وجود اعضای هیأت علمی تیم‌ساز و توانمند، ۷- ارتقاء فرهنگ سازمانی کارآفرینی، ج: عوامل مدیریتی، شامل عوامل اصلی: ۸- مدیریت دانشگاه کارآفرین، ۹- اصلاحات ساختاری، ۱۰- شناسایی و رفع موانع درون‌سازمانی کارآفرینی، ۱۱- عوامل مالی و اقتصادی، ۱۲- توسعه سخت‌افزاری، د: عوامل محیطی، شامل عوامل اصلی: ۱۳- عوامل قوه اجرائیه (دولت)، ۱۴- موانع بیرون سازمانی.

نتایج مطالعه توشمالی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان «مفهوم‌سازی دانشگاه کارآفرین و طراحی الگوی دانشگاه نسل سوم» که با استفاده از رویکرد آمیخته (کیفی- کمی) انجام گرفت، نشان داد جذب منابع مالی، ابداع نوآوری، مدیریت کارآفرینی فناورانه و رویکرد کارآفرینانه اساتید به‌عنوان مقوله‌های اصلی دانشگاه نسل سوم شناسایی شدند. بر اساس الگو ارائه‌شده، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کانون آن قرار گرفت. این عنصر در تعامل پویا با جذب منابع مالی، ابداع نوآوری، مدیریت کارآفرینی فناورانه و رویکرد کارآفرینانه اساتید دانشگاهی بود.

حسینی‌نیا و موسوی (۱۳۹۷) در مطالعه مروری خود با بررسی کتابخانه‌ای به بررسی تعاریف مفاهیم کارآفرینی، انواع مدل‌ها و روش‌های تدریس کارآفرینی در دانشگاه‌ها و چالش‌های پیش روی آموزش عالی ایران در این حوزه نوین پرداخته‌اند. آنان به این نتیجه رسیدند که در آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید اصلاح محتوای آموزشی، ایجاد تمایل و تعهد به ایجاد کسب‌وکار، افزایش شایستگی‌های کارآفرینانه و استفاده از کارآفرینان به‌عنوان مدرس، مورد توجه قرار گیرند.

مطالعه عزیزی و عزیزی (۱۳۹۵) با هدف شناسایی تجربیات دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی انجام شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در دانشگاه‌های برتر برای آموزش کارآفرینی از لحاظ ویژگی‌های نهادی دانشگاه، حوزه و قلمرو آموزش، شیوه اجرای دوره‌ها، فعالیت‌های ترویجی و گسترش و ارزشیابی با اتکا به منابع صنعت توجه ویژه‌ای داشته‌اند.

پژوهش عابدی (۱۳۹۵) نشان داد که دگرگونی در دیدگاه مدیران آموزشی برای انجام وظایف و کارکردهای مدیران آموزشی در مراکز آموزش عالی کشاورزی، از مهم‌ترین ضرورت‌های راه‌اندازی دانشگاه‌های کارآفرین (دانشگاه‌های نسل سوم) کشاورزی و منابع طبیعی است. پاسخگویان همچنین، یکی از مهم‌ترین بازدارنده‌های ایجاد این‌گونه دانشگاه‌ها را عدم آگاهی و در نتیجه، عدم حمایت مدیران ارشد وزارت عتف از ماهیت و کارکرد دانشگاه‌های کارآفرین عنوان کرده‌اند.

صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود بیان کردند که ویژگی‌ها و شاخص‌های دانشگاه کارآفرین شامل: مؤلفه‌های چشم‌انداز، مأموریت و راهبرد دانشگاه، حاکمیت و اداره دانشگاه، ساختار و طرح سازمانی چند رشته‌ای و فرا رشته‌ای، توانایی نفوذ و استفاده از منابع گوناگون، مدیریت نیازهای ذی‌نفعان و توجه به ارزش‌های جامعه، دانش‌آموختگان، انتقال دانش، مرکز رشد، تأمین و حمایت مالی شرکت‌های وابسته به دانشگاه در زمینه خطرهای پیش روی احتمالی، بین‌المللی‌سازی و در نهایت آموزش کارآفرینانه و آموزش سرمایه‌گذاری در سطح نامناسبی قرار دارند.

یافته‌های پژوهش بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان داد که الگوی یک دانشگاه نسل سوم شامل مؤلفه‌های؛ کیفیت دانش‌آموختگان، جذب منابع مالی، قراردادهای پژوهشی، ثبت اختراع، ایجاد کسب‌وکارهای زایشی، ایجاد پارک علم و فناوری، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف، رویکرد کارآفرینانه اعضای هیأت علمی، مدیریت کلان و محتوای درس‌ها و ویژگی‌های دانشجویان است.

کامپاگنوکسی و اسپیگاریلی<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) به ایجاد ارتباط بین صنعت و دانشگاه به‌عنوان یکی از ابعاد مهم دانشگاه‌های نسل سوم اشاره داشتند آنان بیان نمودند که دانشگاه‌ها باید مسائل روز صنایع را پیگیری کنند و همچنین باید مهارت‌های مورد نیاز صنایع را به دانشجویان آموزش دهند که لازمه این مهم ارتباط پویا و دوسویه بین صنعت و دانشگاه است.

جیمسون و آدونل<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در پژوهشی که در زمینه شناخت مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین انجام دادند چهار بخش مأموریت و ارزش‌ها، توسعه مجموعه مهارتی و ذهنی، مرکز فرماندهی قوی و سازمان‌دهی منابع را به‌عنوان بخش‌های مختلف فرایند تحقق یک دانشگاه کارآفرین شناسایی کردند. نتایج پژوهش گراهام<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) که در دانشگاه‌های کارآفرین پیشرو در ۱۹ کشور جهان انجام گرفته است، نشان داد که مؤلفه‌های مهم در ایجاد دانشگاه کارآفرین عبارت‌اند از؛ تعامل کارآفرینان و نوآوران در سراسر جامعه‌های دانشگاهی و منطقه‌ای،

1. Compagnucci & Spigarelli

2. Jameson & O'Donnell

3. Graham

توانمندی در تحقیقاتی که به وسیله صنعت تأمین مالی می‌شوند و صدور پروانه از دانشگاه‌های صاحب فناوری، دستور کار نوآوری و کارآفرینی دانشگاهی منعکس شده در سیاست‌ها، مأموریت‌ها، تخصیص بودجه، مشوق‌ها و برنامه‌های درسی.

گارسیا اراسل و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که شاخص‌های محیطی، تدریس، انتقال دانش، کارکنان، منابع مالی، دولت و مدیریت، تشکیل دهنده مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین هستند. گیب<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) در تحقیق خود که در دانشگاه‌های انگلستان انجام شده است، به این نتیجه رسید که مأموریت، چشم‌انداز و راهبرد، حمایت از انتقال و تبادل دانش، بین‌المللی‌سازی، آموزش کارآفرینی و اشتغال‌ذی‌نفعان، پنج جنبه مختلف یک دانشگاه کارآفرین هستند که در صورت وجود در هر دانشگاهی سبب ایجاد قابلیت و ظرفیت برای کارآفرین شدن آن دانشگاه می‌شوند.

مرور مطالعات مختلف نشان می‌دهد بیشتر پژوهش‌ها به بررسی ویژگی‌ها و عناصر اصلی دانشگاه‌های نسل سوم پرداخته‌اند و بر اساس بررسی‌ها تا کنون هیچ مطالعه‌ای در سطح ملی و بین‌المللی به ارائه مدلی منسجم برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم نپرداخته است. اگرچه پژوهشگران مختلف همچون عزیز و عزیز (۱۳۹۵) و عباسی و همکاران (۱۳۹۷) مطالعاتی در زمینه دانشگاه‌های نسل سوم و اهمیت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها انجام داده‌اند، اما هیچ‌کدام به ارائه مدلی برای آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم نپرداخته‌اند و بیشتر بر مبانی نظری و کتابخانه‌ای موضوع توجه کرده‌اند، همچنین با وجود اینکه مطالعه توشمالی و همکاران (۱۳۹۹) تا حدودی به دنبال ارائه چارچوبی برای دانشگاه‌های نسل سوم بوده است؛ اما الگویی که ارائه کرده‌اند بر اساس مدل پارادایمیک و در راستای توسعه آموزش کارآفرینی نبوده است؛ در حالی که پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدل پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم بر اساس روش کیفی نظریه بنیانی با سبک استراوس است.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت، جزء پژوهش‌های کیفی؛ از لحاظ هدف، کاربردی و با روش نظریه بنیانی به سبک استراوس<sup>۳</sup> انجام گرفت. نظریه بنیانی یک روش برای استخراج مفاهیم<sup>۴</sup> از دل داده‌ها و سپس ترکیب آن‌ها است (گلیزر و استراوس<sup>۵</sup>، ۱۹۶۷). مطابق با نظریه بنیانی، فرضیه از پیش تعیین شده‌ای وجود ندارد، اما در فرایند تجزیه و تحلیل می‌توان به آن دست یافت (کوربین و استراوس<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸). زمانی که هیچ فرضیه روشنی وجود ندارد و یا اینکه در منطقه‌ای، تا کنون پژوهشی در زمینه‌ای صورت نگرفته باشد و یا پژوهش‌های اندکی صورت گرفته باشد، روش نظریه بنیانی پاسخ مناسبی را ارائه خواهد داد (جووانویس و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۷).

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه خبرگان و مطلعان کلیدی در زمینه موضوع مورد پژوهش از قبیل اعضای هیأت علمی با سابقه و دارای رزومه و مدرک مرتبط و همچنین کارشناسان و مشاوران با سابقه کسب و کارها در حوزه کارآفرینی در سطح ادارات و سازمان‌های مربوطه و همچنین کارآفرینان برتر و موفق

1. Garcia-Aracil et al.
2. Gibb
3. Straussian Grounded Theory (SGT)
4. Concepts
5. Glaser & Strauss
6. Corbin & Strauss
7. Jovanovic et al.



باسابقه در سطح کشور می‌باشند. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند<sup>۱</sup> از نوع گلوله برفی و نمونه‌گیری نظری استفاده گردید.

مرحله جمع‌آوری داده‌ها<sup>۲</sup> (نمونه‌گیری) تا رسیدن به اشباع نظری<sup>۳</sup> ادامه یافت؛ یعنی زمانی که دیگر هیچ اطلاعات جدیدی به دست نیاید و مفاهیم جدیدی شناسایی نشوند؛ در این تحقیق با تعداد ۱۹ نفر اشباع نظری حاصل شد، به‌عبارت دیگر تعداد نمونه مورد مطالعه در این تحقیق برابر با ۱۹ نفر هستند. در این مطالعه از پرسشنامه باز<sup>۴</sup> (بدون ساختار<sup>۵</sup>)، مصاحبه عمیق انفرادی<sup>۶</sup> و یادداشت‌برداری<sup>۷</sup> (یادداشت کردن سخنان کلیدی افراد و یادداشت کردن حالات رفتاری آنان مانند خشم، عصبانیت، خوشحالی و غیره و سپس استفاده از آن در مرحله تجزیه و تحلیل) و یا اغلب ترکیبی از این موارد به‌منظور جمع‌آوری داده‌های اولیه استفاده شد و برای تمرکز بیشتر، با رضایت برخی مشارکت‌کنندگان، مکالمه‌ها ضبط شدند. مصاحبه‌ها به‌طور میانگین در حدود ۵۲ دقیقه به طول انجامید.

داده‌ها به‌طور هم‌زمان جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شدند. اعتبار‌پذیری و اطمینان‌پذیری یافته‌های پژوهش از طریق تکنیک مثلث‌سازی<sup>۸</sup> و کنترل اعضا<sup>۹</sup> حاصل شد. داده‌ها بر اساس اصول روش‌شناسی نظریه‌بنیانی که شامل سه مرحله کدگذاری باز<sup>۱۰</sup>، کدگذاری محوری<sup>۱۱</sup> و کدگذاری انتخابی<sup>۱۲</sup> است (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰؛ پریست<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۲)، تجزیه و تحلیل شدند؛ به این صورت که در پایان هر روز، تمام داده‌ها (به‌صورت صدا، دست‌نوشته و ...) که از زمینه<sup>۱۴</sup> مورد مطالعه جمع‌آوری شده بودند به متن<sup>۱۵</sup> تبدیل شدند. در این فرایند سه مرحله‌ای و غیرخطی، ابتدا داده‌های جمع‌آوری شده، دسته‌بندی می‌شود و به هر دسته عنوان مناسب تخصیص و سپس از دل آن‌ها، مفاهیم<sup>۱۶</sup> و مقولات<sup>۱۷</sup> استخراج می‌شوند و از این رهگذر خوشه‌های مفهومی تشکیل می‌شوند که هر یک به مقولاتی تعلق دارند و سرانجام از ارتباط این مقولات است که شالوده‌ای سامان می‌یابد و مدل مورد نظر پارادایمیک برای توضیح یک پدیده خلق می‌شود. در طول مرحله تجزیه و تحلیل، روش مقایسه دائمی<sup>۱۸</sup> مورد استفاده قرار گرفت. در روش نظریه‌بنیانی، محقق از همان ابتدا بر مفهوم‌سازی<sup>۱۹</sup> تمرکز دارد و با استفاده از روش تحلیل مقایسه‌ای این کار را انجام می‌دهد؛ یعنی دائماً باید یک گام به عقب برگردد و در مفاهیم تجدید نظر نماید (گلنزر و هاتلن<sup>۲۰</sup>، ۲۰۰۴). در نهایت بر اساس روش نظام‌مند نظریه‌بنیانی یک مدل پارادایمیک بر

1. Purposeful sampling
2. Data collection
3. Theoretical saturation
4. Open questionnaire
5. Unstructured
6. Individual depth interviews
7. Note-taking
8. Triangulation
9. Member checks
10. Open coding
11. Axial coding
12. Selective coding
13. Priest
14. Context
15. Text
16. Concepts
17. Category
18. Constant comparative
19. Conceptualization
20. Glaser & Holton

اساس داده‌های جمع‌آوری شده در زمینه مورد بررسی ارائه گردید که ارتباطات و تعاملات بین مقوله‌های اصلی پژوهش در این مدل مشهود است (شکل ۱). اعتبار مدل ارائه شده علاوه بر روش مثلث‌سازی، با استفاده از معیار توصیف شده توسط شوانت و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) یعنی از نظر ۴ شاخص اعتبار<sup>۲</sup>، انطباق<sup>۳</sup>، قابلیت انتقال<sup>۴</sup> و وابستگی<sup>۵</sup> مورد ارزیابی قرار گرفت و در نهایت تأیید شد.

## نتایج

به منظور دستیابی به اهداف پژوهش با استفاده از روش نظریه بنیانی به ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم پرداخته شد. در این مرحله در مجموع ۸۶ کد مفهومی باز شناسایی شدند که در قالب ۱۹ مقوله اصلی که در واقع کدهای محوری بودند، جای گرفتند و در نهایت ابعاد پژوهش را شکل دادند (جدول ۱).

جدول ۱. طبقات ایجاد شده حاصل از مفاهیم (کدگذاری باز و محوری)

ابعاد پژوهش	کدهای محوری	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
	رهبری کارآفرینانه (A1)	مدیریت متمایز و همه‌جانبه با رویکرد کارآفرینانه گزینش مدیران میانی خلاق و نوآور رهبری قوی و منسجم کل دانشگاه با تأکید بر توسعه کارآفرینی
	استراتژی نوآورانه (A2)	تدوین چشم‌انداز مشترک و روشن در زمینه کارآفرینی و نوآوری حاکمیت مفاهیم کارآفرینانه و نوآورانه در مأموریت و رسالت دانشگاه تدوین استراتژی‌ها با رویکرد کارآفرینانه و نوآورانه تأکید بر تجاری‌سازی علم و تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان سازگاری با محیط نوآوری
شرایط علی (A)	بهبود کیفیت آموزش‌های کارآفرینی (A3)	بازنگری برنامه‌های درسی در رشته‌های مختلف با رویکرد توسعه کارآفرینی توسعه کارآفرینی در فرایند آموزش و یادگیری ارائه سرفصل‌های دروس به‌روز و مبتنی بر نیاز روز جامعه ارائه سرفصل‌های دروس به‌روز و مبتنی بر مهارت‌های مورد نیاز روز جامعه ارائه آموزش‌های کارآفرینی با رویکرد مربی‌گری بین‌المللی‌سازی آموزش‌ها و پژوهش‌ها در حوزه کارآفرینی ماهیت مشارکتی تدریس دروس با رویکرد کارآفرینی گسترش دوره‌های کارآموزی و کارورزی توسعه همکاری، مشارکت و حضور صنایع در امر آموزش توسعه رویکرد کارآفرینی، تجاری‌سازی و تأسیس و توسعه کسب‌وکار در فرایند آموزش به‌کارگیری روش‌های آموزشی کارآفرینی جذاب و متناسب
	توسعه سرمایه‌های انسانی (A4)	توسعه دانش کارآفرینانه اساتید و کارکنان تلاش در جهت تغییر نگرش و رویکرد اساتید و کارکنان به سمت کارآفرینی توسعه مهارت‌ها و توانمندی‌های کارآفرینانه اساتید و کارکنان توسعه تجربه کارآفرینانه اساتید و کارکنان از طریق توسعه ارتباطات با صنایع
شرایط زمینه‌ای (B)	فرهنگ کارآفرینانه (B1)	توسعه روحیه و نگرش کارآفرینانه کلیه ذی‌نفعان از قبیل اساتید، کارکنان و دانشجویان توسعه و ترویج حاکمیت فرهنگ نوآوری در دانشگاه توسعه فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه از طرق مختلف از قبیل توسعه سیستم پاداش

1. Schwandt et al.
2. Creditability
3. Conformability
4. Transferability
5. Dependency



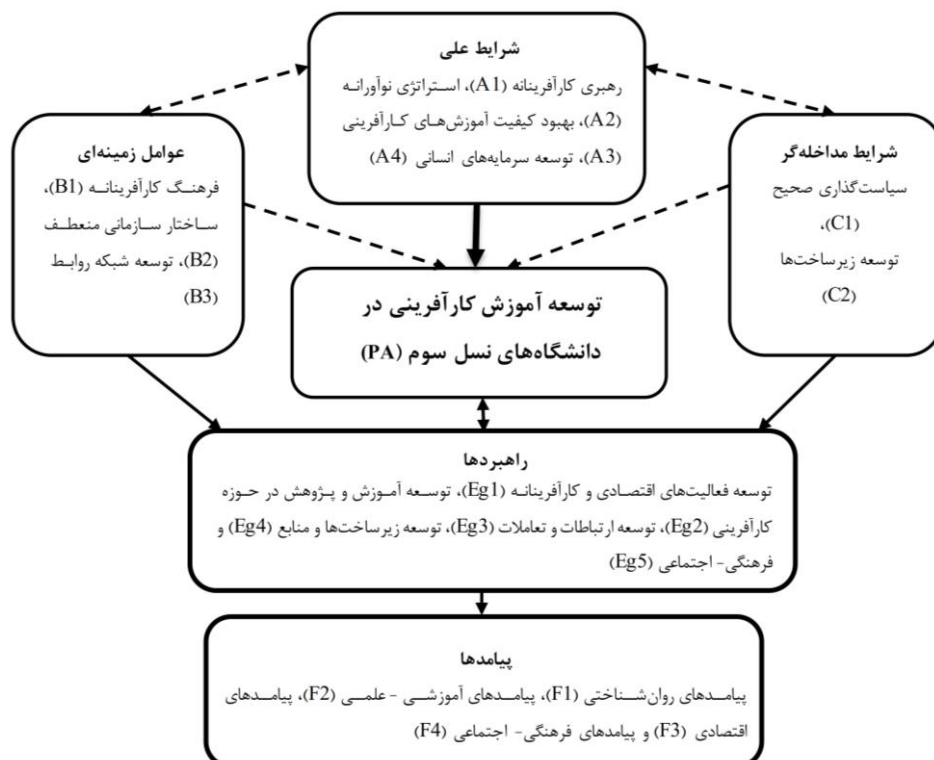
## ادامه جدول ۱. طبقات ایجاد شده حاصل از مفاهیم (کدگذاری باز و محوری)

ابعاد پژوهش	کدهای محوری	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
شرایط زمینه‌ای (B)	ساختار سازمانی منعطف (B2)	ساختار سازمانی غیرمتمرکز
		ساختار سازمانی متمایز
		ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر
شرایط زمینه‌ای (B)	توسعه شبکه روابط (B3)	توسعه روابط دانشگاه با جامعه
		توسعه روابط دانشگاه با صنعت
		توسعه روابط دانشگاه با دولت
شرایط مداخله‌گر (C)	سیاست‌گذاری صحیح (C1)	توسعه روابط دانشگاه در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی
		توسعه روابط کارآفرینانه دانشگاهیان با نخبگان و دانش‌آموختگان
		سیاست‌گذاری مناسب در حوزه توسعه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی
شرایط مداخله‌گر (C)	توسعه زیرساخت‌ها (C2)	انعطاف در قوانین و مقررات دانشگاهی در راستای توسعه آموزش کارآفرینی
		حمایت معنوی و مادی سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران از روند توسعه آموزش کارآفرینی
		نظارت بر حسن انجام سیاست‌های توسعه آموزش کارآفرینی
پدیده (PA)	توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم (PA)	ایجاد مشوق‌ها و عوامل انگیزشی در توسعه آموزش کارآفرینی
		تأسیس و توسعه پارک علم و فناوری
		تأسیس و توسعه مرکز رشد و کارآفرینی
پدیده (PA)	توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم (PA)	تأسیس و توسعه مرکز ارتباط با صنعت
		تأسیس و توسعه شرکت‌های خصوصی مشاور در حوزه تجاری‌سازی
		تأسیس و توسعه دفاتر انتقال تکنولوژی
راهبردها (Eg)	توسعه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه (Eg1)	توسعه کمی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم
		توسعه کیفی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم
		تلاش در جهت خودکفایی و استقلال کشور با تأکید بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی
راهبردها (Eg)	توسعه آموزش و پژوهش در حوزه کارآفرینی (Eg2)	تجاری‌سازی دانش و ایده‌های دانشگاهی
		انجام تحقیقات بنیادین و توسعه مرز دانش با تأکید بر توسعه پروژه‌های صنعتی
		متنوع سازی درآمدهای دانشگاهی با رویکرد کارآفرینی
راهبردها (Eg)	توسعه ارتباطات و تعاملات (Eg3)	تلاش در جهت استقلال مالی دانشگاه‌ها
		بهره‌برداری مناسب از ظرفیت کارآفرینان
		تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان
راهبردها (Eg)	توسعه زیرساخت‌ها و منابع (Eg4)	اصلاح نظام آموزشی با تأکید بر اقدامات کارآفرینانه مبتنی بر نیاز روز جامعه و صنایع
		تعیین نیازهای آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه دانشجویان
		طراحی و توسعه برنامه‌های آموزشی و پژوهشی با رویکرد کارآفرینی
راهبردها (Eg)	توسعه فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه (Eg5)	اجرای برنامه‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینانه
		ارزیابی و اصلاح برنامه‌های آموزشی کارآفرینانه اجراشده
		پذیرش دانشجویان بر اساس علاقه و معیارهای کارآفرینانه
راهبردها (Eg)	توسعه ارتباطات و تعاملات (Eg3)	بین‌المللی سازی نگرش، توانایی و مهارت‌های کارآفرینانه اساتید و به‌مراتب دانشجویان
		ایفای نقش اساتید به‌عنوان پل ارتباطی دانشجویان و صنایع ذی‌ربط
		توسعه تعاملات و مشارکت دانشگاه با صنایع، جامعه و دولت
راهبردها (Eg)	توسعه زیرساخت‌ها و منابع (Eg4)	تأسیس و توسعه پارک علم و فناوری در دانشگاه
		تأسیس و توسعه مرکز رشد
		تأمین زیرساخت‌ها و منابع مورد نیاز توسعه کارآفرینی
راهبردها (Eg)	توسعه فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه (Eg5)	توسعه فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه
		تلاش در جهت اصلاح نگرش به کارآفرینی در بین کلیه جوامع ذی‌ربط
		تلاش در جهت اصلاح فرهنگ کارآفرینی در بین دانشگاهیان

ادامه جدول ۱. طبقات ایجاد شده حاصل از مفاهیم (کدگذاری باز و محوری)

ابعاد پژوهش	کدهای محوری	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
پیامدها (F)	(F1) پیامدهای روان‌شناختی	افزایش انگیزه و امید به زندگی در بین دانشجویان و فارغ‌التحصیلان تغییر در نگرش و رفتار سازمان تغییر در نگرش و رفتار اساتید تغییر در نگرش و رفتار دانشجویان
	(F2) پیامدهای آموزشی - علمی	افزایش اعتماد صنایع و جامعه به دانشگاه‌ها و مراکز علمی هدفمندی آموزش‌های کارآفرینانه مبتنی بر نیاز روز جامعه حرکت دانشگاه به سمت جهانی شدن ارتقاء کیفیت، رنکینگ و برند دانشگاه‌ها
	(F3) پیامدهای اقتصادی	ارتقاء رقابت بیش از پیش بین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی توسعه صنایع و رفع مشکلات اقتصادی آنان با رویکردی خلاقانه و کارآفرینانه ارزش‌آفرینی و ثروت‌آفرینی و کاهش وابستگی افزایش ارزآوری و جلوگیری از خروج ارز کاهش مسائل اقتصادی جامعه توسعه اقتصادی
	(F4) پیامدهای فرهنگی - اجتماعی	پاسخگویی به مسائل روز جامعه توسعه ارتباطات صنایع، جامعه و دانشگاه‌ها اشتغال دانش‌آموختگان و کاهش بیکاری جامعه توسعه فرهنگی - اجتماعی

در ادامه به کدگذاری انتخابی پرداخته شد. در این مرحله، جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده‌اند، دوباره با هم ترکیب می‌شوند تا رابطه میان آن‌ها بر اساس ایجاد خط سیر داستانی قابل درک شود و سپس نمودار مربوط به آن‌ها ترسیم می‌گردد. شکل (۱)، مدل پارادایمیک پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم (منبع: یافته‌های پژوهش).

## بحث

نتایج نشان داد که عواملی که به طور مستقیم سبب توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم می‌گردند شامل رهبری کارآفرینانه، استراتژی نوآورانه، بهبود کیفیت آموزش‌های کارآفرینی و توسعه سرمایه‌های انسانی هستند. در زمینه رهبری کارآفرینانه باید چنین بیان نمود که نظام آموزش عالی باید رهبری کل‌نگر و منسجم و با رویکردی کارآفرینانه را در دستور کار دانشگاه‌های نسل سوم خود قرار دهد تا سبب توسعه آموزش کارآفرینی در آنان گردد این بخش از یافته‌ها با نتایج عابدی (۱۳۹۵)، صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۳)، جیمسون و آدونل (۲۰۱۵) و اراسل و همکاران (۲۰۱۳) هم‌سو است.

دیگر عاملی که از دیدگاه مشارکت‌کنندگان سبب توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم می‌گردد استراتژی نوآورانه بود به عبارتی دیگر از دیدگاه مشارکت‌کنندگان برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم ابتدا باید چشم‌اندازها و مأموریت‌های دانشگاه‌ها بر اساس تحلیل محیط و در راستای حداکثر سازگاری با آن و با رویکردی کارآفرینانه و نوآورانه بازبینی و بازطراحی شود این بخش از یافته‌ها با نتایج توشمالی و همکاران (۱۳۹۹)، صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۳)، جیمسون و آدونل (۲۰۱۵)، گراهام (۲۰۱۴) و گیب (۲۰۱۲) هم‌راستا است.

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان بهبود کیفیت آموزش‌های کارآفرینی عاملی دیگر است که سبب توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم می‌گردد. در این راستا باید بیان نمود برای توسعه آموزش‌های کارآفرینی ابتدا باید بر اساس اصول برنامه‌ریزی آموزشی اقدام به بازبینی شود به عبارتی در هر گروه آموزشی لازم است آموزش کارآفرینی بر اساس شرایط موجود و مطلوب بررسی شود، در ادامه باید نیازهای جوامع ذی‌ربط از قبیل صنعت، جامعه و دولت دیده شود و بر اساس آنان وضعیت مطلوب آموزشی تدوین شود و پس از تعیین نیازهای آموزشی اقدام به تعیین اهداف آموزشی و به‌مراتب تدوین برنامه برای آموزش کارآفرینی پرداخت و سپس به بررسی و گزینش مناسب‌ترین و متناسب‌ترین شیوه‌های آموزشی پرداخت و پس از برگزاری دوره‌ها باید به ارزیابی و بازبینی دوره‌ها پرداخته شود. این بخش از یافته‌ها با نتایج توشمالی و همکاران (۱۳۹۹)، حسینی‌نیا و موسوی (۱۳۹۷)، عزیزی و عزیزی (۱۳۹۵)، صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۳)، بهزادی و همکاران (۱۳۹۳)، جیمسون و آدونل (۲۰۱۵)، گراهام (۲۰۱۴)، اراسل و همکاران (۲۰۱۳) و گیب (۲۰۱۲) مطابقت دارد.

آخرین عاملی که از دیدگاه مشارکت‌کنندگان سبب توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم می‌گردد شامل توسعه سرمایه‌های انسانی است. آنچه مشخص است شایستگی مجریان نقش اساسی در توسعه آموزش کارآفرینی دارد. اگر قرار باشد که برنامه‌های توسعه آموزش کارآفرینی به‌صورت اثربخش اجرا شود باید دانش، نگرش و تجارب مجریان از قبیل مدرسین و کارکنان دانشگاه‌ها ارتقاء یابد تا زمینه بهبود دانش، نگرش و تغییر رفتار در بین دانشجویان فراهم گردد. این بخش از یافته‌ها با نتایج توشمالی و همکاران (۱۳۹۹)، حسینی‌نیا و موسوی (۱۳۹۷)، بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) و گراهام (۲۰۱۴) هم‌سو است.

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان شرایطی که زمینه را برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم فراهم می‌کنند شامل عوامل فرهنگ کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف و توسعه شبکه روابط هستند. اولین عامل از بین شرایط زمینه‌ای شامل فرهنگ کارآفرینانه بود. مشارکت‌کنندگان معتقد بودند تا زمانی که روحیه و نگرش کارآفرینانه در سطح دانشگاه‌ها و در بین کلیه جوامع ذی‌ربط توسعه و ترویج نیابد زمینه توسعه آموزش کارآفرینی به‌صورت اثربخش در دانشگاه‌های نسل سوم فراهم نخواهد شد. توسعه فرهنگ کارآفرینانه

است که زمینه استقبال و مشارکت همه افراد از فعالیت‌های کارآفرینانه و به‌مراتب از آموزش‌های کارآفرینانه را فراهم می‌سازد. این بخش از یافته‌ها با نتایج بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) مطابقت دارد. عامل بعدی که زمینه را برای بروز پدیده فراهم نمود شامل ساختار سازمانی منعطف بود. مشارکت‌کنندگان بیان نمودند که برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم ابتدا باید ساختار متناسب با آن فراهم باشد چراکه ساختار سازمانی زمینه توسعه آموزش کارآفرینی را فراهم خواهد کرد. این بخش از یافته‌ها با نتایج صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۳) و بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) مطابقت دارد. آخرین عامل از بین شرایط زمینه‌ای شامل توسعه شبکه روابط بود. برای توسعه آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم ابتدا باید از نیازها و مسائل به‌روز صنایع و جوامع مختلف آگاهی داشت و این مهم از طریق توسعه ارتباطات و شبکه‌ها بروز پیدا می‌کند. توسعه شبکه‌ها و روابط بین سه ضلع جامعه، صنعت و دانشگاه‌ها است که می‌تواند سبب شناخت کافی همه ذی‌نفعان از شرایط و توانایی‌هایی یکدیگر در رفع مسائل گردد. هر چقدر روابط و شبکه‌ها توسعه یابند، به همان میزان آموزش‌های کارآفرینانه هدفمندتر و مبتنی بر نیاز روز صنعت و جامعه بازطراحی و ارائه می‌گردد. این بخش از یافته‌ها با نتایج رستمی و همکاران (۱۴۰۱)، بهزادی و همکاران (۱۳۹۳)، کامپانوکسی و اسپیگاریلی (۲۰۲۰)، گراهام (۲۰۱۴) و گیب (۲۰۱۲) مطابقت دارد.

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان دیگر عواملی که در بروز پدیده مورد بررسی دخالت دارند شامل سیاست‌گذاری صحیح و توسعه زیرساخت‌ها بودند. در این راستا اولین عامل شامل سیاست‌گذاری صحیح بود. اصلاح نظام آموزشی بدون اصلاح سیاست‌های کلان و انعطاف در قوانین و مقررات رخ نخواهد داد، توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم مستلزم بازنگری و بازطراحی سیاست‌های مربوطه است که در این راستا باید حمایت معنوی و مادی سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران از روند توسعه آموزش کارآفرینی در این بازطراحی سیاست‌ها دیده شود. این بخش از یافته‌ها با نتایج گراهام (۲۰۱۴) و اراسل و همکاران (۲۰۱۳) هم‌سو است.

دیگر عامل شامل توسعه زیرساخت‌ها بود. در این راستا باید گفت که توسعه آموزش کارآفرینی نیازمند توسعه زیرساخت‌ها و منابع مربوطه از قبیل تأسیس و توسعه پارک علم و فناوری، مرکز رشد و کارآفرینی، مرکز ارتباط با صنعت، شرکت‌های خصوصی مشاور در حوزه تجاری‌سازی و دفاتر انتقال تکنولوژی است. به عبارت دیگر توسعه آموزش‌های کارآفرینانه در خلأ رخ نخواهد داد و برای توسعه آموزش‌های کارآفرینانه باید زیرساخت‌های لازم فراهم گردد. توسعه این موارد از پیش‌نیازهای توسعه آموزش کارآفرینی است؛ زیرا هرگونه آموزشی از جمله کارآفرینی بدون توجه به زیرساخت‌های مربوطه اثربخش نخواهد بود. این بخش از یافته‌ها با نتایج رستمی و همکاران (۱۴۰۱)، بهزادی و همکاران (۱۳۹۳)، جیمسون و آدونل (۲۰۱۵)، گراهام (۲۰۱۴) و اراسل و همکاران (۲۰۱۳) مطابقت دارد.

از دیدگاه جوامع ذی‌ربط راهبردهایی که در تعامل با پدیده مورد مطالعه تا کنون اتخاذ شده است شامل توسعه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه، توسعه آموزش و پژوهش در حوزه کارآفرینی، توسعه ارتباطات و تعاملات، توسعه زیرساخت‌ها و منابع و فرهنگی-اجتماعی هستند. به عبارتی دیگر از جمله اقدامات جوامع ذی‌ربط می‌توان به توسعه فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینانه به‌واسطه توسعه آموزش و پژوهش‌های حوزه کارآفرینی اشاره کرد که خود این آموزش و پژوهش‌ها مبتنی بر نیازسنجی و محصول توسعه ارتباطات و تعاملات با کلیه جوامع ذی‌ربط بود انجام آموزش‌های مربوطه نیازمند توسعه زیرساخت‌ها و توسعه منابع

مربوطه می‌باشد که در نهایت اقدامی مؤثر در جهت توسعه فرهنگ کارآفرینانه و توسعه اجتماعی بوده است. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان پیامدها شامل پیامدهای روان‌شناختی، پیامدهای آموزشی - علمی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای فرهنگی - اجتماعی بودند. پیامدهای روان‌شناختی شامل افزایش انگیزه و امید به زندگی در بین دانشجویان و فارغ‌التحصیلان، تغییر در نگرش و رفتار سازمان، تغییر در نگرش و رفتار اساتید، تغییر در نگرش و رفتار دانشجویان، افزایش اعتماد صنایع و جامعه به دانشگاه‌ها و مراکز علمی بود. پیامدهای آموزشی - علمی به دستاوردهای علمی و آموزشی و پژوهشی حاصل از توسعه آموزش کارآفرینی شامل هدفمندی آموزش‌های کارآفرینانه مبتنی بر نیاز روز جامعه، حرکت دانشگاه به سمت جهانی‌شدن، ارتقاء کیفیت، رنکینگ و برند دانشگاه‌ها، ارتقاء رقابت بیش از پیش بین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی اشاره دارد. پیامدهای اقتصادی شامل دستاوردهای مالی و اقتصادی می‌گردد که خود محصول توسعه اقدامات کارآفرینانه، رفع مسائل جامعه و صنایع و افزایش اشتغال‌زایی است. پیامدهای فرهنگی اجتماعی نیز به دستاوردهای فرهنگی اجتماعی از قبیل پاسخگویی به مسائل روز جامعه، توسعه ارتباطات صنایع، جامعه و دانشگاه‌ها، اشتغال دانش‌آموختگان و کاهش بیکاری جامعه و به‌طور کلی توسعه فرهنگی - اجتماعی اشاره دارد.

### نتیجه‌گیری

هدف کلی از انجام این پژوهش، ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم بود. نتایج نشان دادند که برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم وجود مجموعه‌ای از عوامل و شرایط ضروری است. از مهم‌ترین این عوامل می‌توان به رهبری کارآفرینانه، استراتژی نوآورانه، بهبود کیفیت آموزش‌های کارآفرینی و توسعه سرمایه‌های انسانی اشاره کرد. به عبارتی دیگر وجود چشم‌اندازها در کنار رهبری کارآفرینانه جهت تحقق پدیده و همچنین وجود آموزش با کیفیت مبتنی بر نیاز و وجود افراد توانمند جهت اجرای این آموزش‌ها از مهم‌ترین عوامل هستند. همچنین از دیدگاه مشارکت‌کنندگان برای بروز پدیده شرایطی از قبیل عوامل فرهنگ کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف و توسعه شبکه روابط جهت بروز پدیده مورد مطالعه ضروری است.

لازم به ذکر است که اجرای موفقیت‌آمیز هر برنامه‌ای مستلزم و نیازمند توسعه فرهنگ مربوطه و ساختاری متناسب و البته وجود شبکه‌های ارتباطی است. سیاست‌گذاری صحیح و توسعه زیرساخت‌ها دیگر عواملی بودند که بر بروز پدیده و واکنش‌های جوامع در مقابله با پدیده تأثیرگذار بودند؛ بنابراین برای دستیابی و تحقق پدیده مورد مطالعه اصلاح و انعطاف در سیاست‌ها و قوانین و توسعه زیرساخت‌های لازم ضروری است. جوامع ذی‌ربط راهبردهایی از قبیل توسعه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه، توسعه آموزش و پژوهش در حوزه کارآفرینی، توسعه ارتباطات و تعاملات، توسعه زیرساخت‌ها و منابع و فرهنگی - اجتماعی را اتخاذ کرده بودند که دارای پیامدهایی از قبیل پیامدهای روان‌شناختی، پیامدهای آموزشی - علمی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای فرهنگی - اجتماعی بودند.

بر اساس یافته‌ها پیشنهادها کاربردی ذیل ارائه می‌گردد:

- در انتخاب و گزینش مدیران به شاخص‌های خلاقیت و نوآوری توجه بیشتری شود؛
- چشم‌اندازها و مأموریت دانشگاه‌ها بر اساس رویکردهای کارآفرینانه بازبینی و اصلاح شود؛
- آموزش‌های کارآفرینانه بر اساس نیاز روز جوامع ذی‌نفع مجدداً به‌روزرسانی شود و از طرفی دیگر کیفیت و

سطح آموزش‌ها از طرق مختلف به سطح استانداردهای بین‌المللی ارتقاء یابد؛

- در توسعه آموزش‌ها به واحدها و دوره‌های کارآموزی و کارورزی و حضور در صنایع بیش از پیش توجه شود؛
- مهارت‌ها و توانمندی‌های کارآفرینانه اساتید از طریق برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های ضمن خدمت به‌روزرسانی و تقویت گردد؛
- روحیه، نگرش و به‌طور کلی فرهنگ کارآفرینانه از طریق روش‌های مختلف از قبیل توسعه سیستم پاداش در بین کلیه ذی‌نفعان به‌خصوص دانشگاه ارتقاء و توسعه یابد؛
- از طرق مختلف از قبیل برگزاری جلسات، همایش‌ها، نشست‌ها و سایر موارد شبکه روابط دولت، دانشگاه و صنعت ارتقاء و توسعه یابد.

از مهم‌ترین پیشنهادها پژوهشی می‌توان به واکاوی راهکارهای توسعه فرهنگ کارآفرینانه در بین جوامع ذی‌ربط و یا واکاوی تجربه زیسته دانشگاه‌های کارآفرین برتر در زمینه توسعه آموزش‌های کارآفرین و همچنین به واکاوی راهکارهای توسعه ارتباطات و تعاملات دانشگاه‌های نسل سوم با صنایع، جامعه و دولت اشاره کرد. از مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهشی می‌توان به پراکندگی جامعه مورد مطالعه و عدم تدام همکاری برخی از مشارکت‌کنندگان در طول فرآیند پژوهش اشاره کرد.

## منابع

- بهبادی، نازنین؛ رضوی، سید مصطفی؛ حسینی، سید رسول (۱۳۹۳). طراحی الگوی مفهومی دانشگاه کارآفرین با رویکرد کارآفرینی سازمانی. *توسعه کارآفرینی*، ۷ (۴)، ۶۹۷-۷۱۳. doi: 10.22059/jed.2014.53625
- پورجاوید، سهیلا؛ خسروی پور، بهمن؛ علی‌بیگی، امیرحسین (۱۳۹۹). مؤلفه‌های نهادینه‌سازی نسل چهارم دانشگاه‌ها در آموزش عالی کشاورزی ایران. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۱۲ (۵۵)، ۱۸۶-۱۷۰. doi: 10.22092/jae.2021.124304
- توشمالي، غلامرضا؛ علی محمدزاده، خلیل؛ ماهر، علی؛ حسینی، سید مجتبی؛ بهادری، محمد کریم (۱۳۹۹). مفهوم‌سازی دانشگاه کارآفرین و طراحی الگوی دانشگاه نسل سوم. *سلامت کار/ایران*، ۱۷ (۳۴)، ۲۲-۱. URL: <http://ioh.iuums.ac.ir/article-1-2962-fa.html>
- حسینی نیا، غلامحسین؛ موسوی، سید شمس‌الدین (۱۳۹۷). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، روش‌ها و چالش‌ها. *نامه آموزش عالی*، ۱۱ (۴۱)، ۸۸-۵۹.
- خلیلی خضرابادی، مهدیه؛ حسنی، محمد (۱۴۰۱). تأثیر آموزش کارآفرینی و هویت اجتماعی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان؛ نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۱ (۱)، ۱۸-۱. doi: 10.22126/eme.2023.2434
- رحمانیان، داریوش؛ عبداللهی، محمدجواد (۱۳۹۶). از بیکاری پنهان به بیکاری آشکار: تأثیر اصلاحات ارضی در به رسمیت شناختن بیکاری. *تحقیقات تاریخ اجتماعی*، ۷ (۱)، ۱۳۵-۱۰۹. doi: 10.30465/shc.2017.2437
- رستمی، پیروش؛ حبیبی، حمدالله؛ دانشورهریس، زرین؛ ملکی آوارسین، صادق؛ حاج عطالو، جهانگیر (۱۴۰۱). ارائه مدل دانشگاه کارآفرین برای دانشگاه تبریز. *آموزش عالی ایران*، ۱۴ (۳)، ۶۵-۸۴. URL: <http://ihej.ir/article-1-1917-fa.html>
- صمدی میار کلاتی، حسین؛ آفاجانی، حسنی؛ صمدی میار کلاتی، حمزه (۱۳۹۳). ارزیابی شاخص‌های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه مازندران بر اساس روش فازی. *توسعه کارآفرینی*، ۷ (۲)، ۳۶۹-۳۸۸. doi: 10.22059/jed.2014.52066
- عابدی، بهاره (۱۳۹۵). *دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی کشاورزی، از نظریه تا عمل*. پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان.



عباسی، حبیبیه؛ نصیری قرقانی، بابک؛ سورانی یانچشمه، رضا؛ مصلح، مریم (۱۳۹۷). حرکت به سوی نسل سوم دانشگاه‌های علوم پزشکی، راهبردی برای اقتصاد دانش‌بنیان. طب و تزکیه، ۲۷ (۳)، ۱۸۹-۱۷۹.

عزیمی، آئیژ؛ پرند آور، آرزو (۱۴۰۱). امکان سنجی احداث مجتمع گردشگری با تأکید بر توسعه کارآفرینی در حوضه سد شیان شهرستان اسلام‌آباد غرب. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۱ (۱)، ۳۵-۵۲. doi: 10.22126/eme.2023.2433

عزیزی، محمد؛ عزیزی، اکرم (۱۳۹۵). نسل سوم دانشگاهی: تجربه‌های موفق دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت. نشریه صنعت و دانشگاه، ۹ (۳۱-۳۲)، ۱۳-۱.

مرکز آمار ایران (۱۴۰۱). نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در بهار ۱۴۰۱. برگرفته از: www.amar.org.ir

## References

- Abbasi, H., Nasiri, B., Sourani Yancheshmeh, R., & Mosleh, M. (2018). Toward the third generation of medical universities, a strategy for knowledge-based economics. *Journal of Medicine and Spiritual Cultivation*, 27 (3): 179-189 (in Persian).
- Abedi, B., Baradaran, M., Khosravipour, B., Yaqoubi, J., & Yazdan Panah, M. (2015). *Entrepreneurial University of Agriculture and Natural Resources of Agriculture, from theory to practice*. Master's thesis of Agricultural Extension and Education Department, Ramin Khuzestan University of Agriculture and Natural Resources (in Persian).
- Alaref, J., Brodmann, S., & Premand, P. (2019). The Medium-Term Impact of Entrepreneurship Education on Labor Market Outcomes: Experimental Evidence from University Graduates in Tunisia. *Labour Economics*, 62 (1), 1-50. doi:10.1016/j.labeco.2019.101787.
- Aldrich, H. E. (2015). The emergence of entrepreneurship as an academic field: A personal essay on institutional entrepreneurship. *Research Policy*, 41 (7), 1240-1248. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.013>
- Azizi, M., & Azizi, A. (2015). The third academic generation: successful experiences of top universities in entrepreneurship education by relying on industry resources. *Journal of Industry and University*, 9 (31-32), 1-13 (in Persian).
- Azmi, A., & Parand Avar, A. (2023). Feasibility of Construction of Tourism Complex With an Emphasis on Entrepreneurship Development in Shian Dam of Eslam Abad Gharb. *Education and Management of Entrepreneurship*, 1 (1), 35-52. doi: 10.22126/eme.2023.2433 (in Persian).
- Badri, R., & Hachicha, N. (2019). Entrepreneurship education and its impact on students' intention to start up: A sample case study of students from two Tunisian universities. *The International Journal of Management Education*, 17 (2), 182-190. doi:10.1016/j.ijme.2019.02.004
- Behzadi, N., Razavi, S. M., & Hosseini, S. R. (2014). Designing A Conceptual Model for an Entrepreneurial University; Using Corporate Entrepreneurship Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7 (4), 697-713. doi: 10.22059/jed.2014.53625 (in Persian).
- Compagnucci, L., & Spigarelli, F. (2020). The Third Mission of the university: A systematic literature review on potentials and constraints. *Technological Forecasting and Social Change*, 161 (1), 1-30. doi:10.1016/j.techfore.2020.120284
- 10.1016/j.techfore.2020.120284
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). *Ground theory research procedures, canons and evaluative criteria*. *Qual. Sociol.* 13 (1), 3e21.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Garcia-Aracil, A., Castro-Martinez, E., Jimenez-Saez, F., & Arroyo-Vazquez, M. (2013). What might an entrepreneurial university constitute?. *Proceedings of the 2013 EU-SPRI Forum Conference*, Madrid 10-12 April 2013.



- Gibb, A. (2012). Exploring the synergistic potential in entrepreneurial university development: towards the building of a strategic framework. *Annals of Innovation & Entrepreneurship* 2012, 3: 16742 - DOI: 10.3402/aie.v3i0.16742
- Glaser, B., & Holton J. (2004). Remodeling grounded theory. *Qualitative Social Research*, 5 (2), 1–29. <https://doi.org/10.1016/j.clae.2007.06.001>
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publications Company, New York.
- Graham, R. (2014). *Creating university-based Entrepreneurial ecosystems evidence from Emerging world leaders*. Copyright 2014 Massachusetts Institute of Technology.
- Guerrero, M., Urbano, D., Cunningham, JA., & Gajon, E. (2018). Determinants of graduates' start-ups creation across a multi-campus entrepreneurial university: the case of monterrey institute of technology and higher education. *Journal of Small Business Management*, 56 (1), 150-178.
- Hosseini Nia, G. H., & Mosavi, S. S. (2018). Entrepreneurship Training in Universities: Methods and Challenges. *Higher Education Letter*, 11 (41), 59-88 (in Persian).
- Iran Statistics Center (2022). *In the spring of 2022, the unemployment rate of the population aged 15 and over*. Available at: [www.amar.org.ir](http://www.amar.org.ir) (in Persian).
- Jameson, J., & O'Donnell, P. (2015). The Entrepreneurial University: a Unifying Theme for TU4Dublin. Stream1: Enterprise and Engagement, Higher Education in Transformation Conference, Dublin, 2015, Paper 6. <http://arrow.dit.ie/st1/6>.
- Jovanovic, M., Mas, A., Mesquida, A., & Lalic, B. (2017). Transition of organizational roles in Agile Transformation Process: A Grounded Theory approach. *The Journal of Systems & Software*, 133 (1), 174-194.
- Khalili Khezrabadi, M., & Hassani, M. (2023). The Impact of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Social Identity on Entrepreneurial Intention of University Students; The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Education and Management of Entrepreneurship*, 1 (1), 1-18. doi: 10.22126/eme.2023.2434 (In Persian).
- Morselli, D., & Gorenc, J. (2022). Using the EntreComp framework to evaluate two entrepreneurship education courses based on the Korda Method. *The International Journal of Management Education*, 20, 100591. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100591>
- Pourjavid, S., Khosravipour, B., & Alibaygi, A. (2021). Components of Institutionalizing the Fourth Generation of Universities in Agricultural Higher Education in Iran. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 12 (55), 170-186. doi: 10.22092/jaeear.2021.124304 (in Persian).
- Priest, H. (2002). An approach to the phenomenological analysis of data. *News researchers*, 10 (2), 50-63.
- Rahmanian, D., & Abdollahi, M. (2017). From Covert Unemployment to Overt Unemployment: The Effect of Land Reform in Acknowledging Unemployment. *Tahqiqāt-e Tārikh-e Ejtemā'i (Social History Studies)*, 7 (1), 109-135. doi: 10.30465/shc.2017.2437 (in Persian).
- Rizza, C., & Varum, C. (2011). Directions in Entrepreneurship Education in Europe, XX *Journadas de la Asociacion de Economia de la Education*.
- Rostami, P., Habibi, H., Daneshvarheris, Z., Maleki Avarsin, S., & Yari Haj Atalou, J. (2023). Presenting an Entrepreneurial University Model for University of Tabriz. *ihej* 14 (3), 65-84. URL: <http://ihej.ir/article-1-1917-fa.html> (in Persian).
- Samadi Miarkolaei, H., Aghajani, H., & Samadi Miarkolaei, H. (2014). Evaluation of Indexes of Entrepreneurial University With an Emphasis on Fuzzy Inference in University of Mazandaran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(2), 369-388. doi: 10.22059/jed.2014.52066 (in Persian).
- Schwandt, T. A., Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2007). Judging interpretations: but is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New Dir Eval*, 114 (1), 11-25.

- Sterk, V., & Sedlacek, P. (2017). The Growth Potential of Startups over the Business Cycle. *American Economic Review*, 107 (10), 3182-3210.
- Toushmali, G., Alimohammadzadeh, K., Maher, A., Hoseini, S. M., & Bahadori, M. K. (2020). Entrepreneurship University Conceptualization and Third Generation University Pattern Design. *Iran Occupational Health*. 17 (1), 415-436. URL: <http://ioh.iums.ac.ir/article-1-2962-fa.html> (in Persian).