

Developing Model of Entrepreneurship Culture Development in Farhangian University

Masihollah Bakhshi Jahromi¹, Esmaeil Kavousy^{2*}, Mojtaba Moazzami³, Jafar Hosseinpour Saadatabadi⁴

1. Ph.D. Student in Educational Management, Islamic Azad University, North Tehran, Tehran, Iran.

2. Associate Professor, Department of Cultural Management and Policy, Faculty of Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3. Assistant Professor, Department of Educational Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, North Tehran, Tehran, Iran

4. Associate Professor, Department of Humanities, Faculty of Humanities, University of Law Enforcement Sciences, Tehran, Iran

(Received: October 16, 2020; Accepted: February 28, 2021)

Abstract

Purpose of the present study is Developing Model of Entrepreneurship Culture Development in Farhangian University. The research method was qualitative the type of grounded theory method. Participants included experts in the field of entrepreneurship, educational management, educational planning and higher education management in the country and officials of Farhangian University which through purposeful sampling out of whom 16 experts selected as key informants. The data were collected through semi-structured interviews. Reliability and validity of the data were obtained from the two methods of reviewing participants and re-coding by experts. Data were analyzed by open, axial and selective coding, 136 open codes, 26 concepts and 17 categories were counted. Major and core categories in the form of 6 dimensions of causal conditions including (commercialization of research activities, investment development, development of financial mechanisms, development of job skills), central phenomenon (development of educational entrepreneurship, development of social networks, participatory learning) context conditions (teamwork, development of educational identity, development of norms), interfering conditions (focus on change, external support), strategies (development of protectionist rules, external support) and consequences (individual development and university development) were classified and Finally, paradigm model of the research was presented.

Keyword: Entrepreneurship, Entrepreneurial culture, Farhangian University.

* **Corresponding Author, Email:** ekavousy@gmail.com

تدوین الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان

مسیح‌اله بخشی جهرمی^۱، اسمعیل کاووسی^{۲*}، مجتبی معظمی^۳، جعفر حسین‌پور سعادت‌آبادی^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، واحد تهران‌شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد تهران‌شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، واحد تهران‌شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴. دانشیار، گروه علوم انسانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علوم انتظامی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۲۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۰)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تدوین الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان انجام شد. این پژوهش از نوع مطالعات کیفی است که از نظریه داده‌بنیاد استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان شامل متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی، مدیریت آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی و مدیریت آموزش عالی در کشور و مسئولان دانشگاه فرهنگیان بودند، که از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۲ نفر به عنوان مطلعان کلیدی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. اعتبار و روایی داده‌ها از دو روش بازبینی مشارکت‌کنندگان و کدگذاری مجدد توسط خبرگان به دست آمد. داده‌ها به وسیله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند، تعداد ۱۳۶ کد باز، ۲۶ مفهوم و ۱۷ مقوله احصاء شد. مقوله‌های عمده و هسته‌ای در قالب ابعاد شش‌گانه شرایط علی از جمله (تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی، توسعه سرمایه‌گذاری، توسعه مکانیزم‌های مالی، توسعه مهارت‌های شغلی)، پدیده محوری (توسعه کارآفرینی آموزشی، توسعه شبکه‌های اجتماعی، یادگیری مشارکتی)، شرایط زمینه‌ای (کارگروهی، توسعه هویت آموزش، توسعه هنجارها)، شرایط مداخله‌گر (تمرکز بر تغییرات، حمایت بیرونی)، راهبردها (توسعه قوانین حمایت‌گرایانه، حمایت بیرونی) و پیامدها (توسعه فردی و توسعه دانشگاه) طبقه‌بندی شد و در نهایت، مدل پارادایمی پژوهش ارائه شد.

واژگان کلیدی: دانشگاه‌های فرهنگیان، فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی.

مقدمه

موج تغییرات و شتاب نوآوری نظام‌های آموزش عالی را در همه عرصه‌ها تحت تأثیر قرار داده است، امروزه دانشگاه‌ها برای همسوس شدن با این تغییرات زمانی می‌تواند موفق باشند که از نیروی انسانی خلاق، خودباور، متخصص و کارآفرین^۱ بهره‌مند باشند. هیت^۲ و همکاران (۲۰۰۲) اعتقاد دارند روند رشد و توسعه جهانی به‌خوبی نشان می‌دهد که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینی و افراد کارآفرین در نظام‌های آموزشی حیاتی جلوه می‌کند. کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر همه جوامع بشری است، از یک‌سو ارزان و از سوی دیگر، بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر است (قربانی، ۱۳۹۶). از طریق کارآفرینی می‌توان موجبات خودکفایی و استقلال کشور را در زمینه فنون و تخصص‌های مورد نیاز فراهم آورد (الوانی و رودگرنژاد، ۱۳۸۹). کارآفرینی راهی برای بازآفرینی قابلیت‌های اقتصادی و سازمانی به شمار می‌رود (اردلان، سلطان‌زاده و بهشتی‌راد، ۱۳۹۳). از طرفی، در اقتصاد مبتنی بر دانش، از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود به معرفی راه حل برای نیازهای صنعتی و اجتماعی با بهره‌برداری از دانش پردازند (یلدیریم و اسکون^۳، ۲۰۱۲). امروزه مفهوم کارآفرینی به طور گسترده در تلاش برای ایجاد روحیه و فرهنگ کارآفرینی در درون سازمان‌های بزرگ است (سیدرات و فریخا^۴، ۲۰۱۸). در نتیجه، دانشگاه‌ها با توجه به ظرفیت تولید و توزیع‌کننده دانش، به عنوان نهاد کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه فناوری ایفا می‌کنند (شهرکی‌پور، ندری و شیرمحمدی، ۱۳۸۹). این مهم در راستای فرهنگ کارآفرینی تجلی پیدا می‌کند و دانشگاه‌ها را به سوی دانشگاه‌های نسل سوم یعنی دانشگاه کارآفرین هدایت می‌کند (ادکویتز^۵، ۲۰۱۷).

-
1. Entrepreneurship
 2. Hit
 3. Yildirim & Askun
 4. Sidrat & Frikha
 5. Etzkowitz

با وجود این، در راستای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها موانعی وجود داشته است. برخی موانع مانند نیاز به سودهای کوتاه‌مدت سازمان، شیوه‌های نادرست پاداش، ماهیت سازمان‌ها، به قدری مخرب هستند که افراد ترجیح می‌دهند، از رفتار کارآفرینانه در سازمان اجتناب کنند (اوبسچونکا^۱، ۲۰۱۷). زیلبرمن^۲ معتقد است که تأکید بیش از حد به قوانین و مقررات، سلسله‌مراتبی انعطاف‌ناپذیر، نبود آزادی عمل و کنترل بیش از اندازه، از عوامل بازدارنده اصلی توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها محسوب می‌شود (قهرمانی، پرداختچی و حسین‌زاده، ۱۳۸۹). در ارتباط با دانشگاه‌ها موانع درون‌سازمانی را از عوامل اصلی ناکارآمدی در گرایش به توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌توان معرفی کرد، در چنین شرایطی عناصر ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) و فرهنگ حاکم بر دانشگاه‌های نقش کلیدی ایفا می‌کنند چرا که در ساختار سلسله‌مراتبی و فرهنگ دستوری در نظام دانشگاهی، کارآفرینی برای توسعه با مانع مواجهه است (گونز^۳، ۲۰۱۲). در این زمینه، دلانا و هوسر^۴ بیان می‌کنند که ساختار سلسله‌مراتبی و دستورالعملی سنتی در دانشگاه‌ها جایگاهی ندارد، زیرا همه اعضای هیئت علمی و مدیریت از جایگاه شغلی برابری برخوردارند (یزدخواستی، رجایی و مولوی، ۱۳۸۸). صمدآقایی (۱۳۹۵) ساختار، غیر متمرکز بودن، غیر رسمی بودن، عمودی و افقی بودن ارتباطات، در انحصار نبودن اطلاعات، گروهی بودن کارها، کنترل آسان، حمایت مدیریت، داشتن کارکنان توانمند، داشتن تنوع در حمایت‌های مالی، به‌کارگیری ایده‌های جدید کارکنان، تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح‌های نو و قدرت تصمیم‌گیری مدیریت را از ویژگی‌های سازمان کارآفرین معرفی می‌کند. در نتیجه، می‌توان بیان کرد مانع اصلی در توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها ساختار و فرهنگ غیر منعطف آن‌ها می‌تواند باشد، که نیازمند تجدید نظر به عنوان یک فعالیت حیاتی باید مد نظر مدیران ارشد دانشگاه‌ها قرار گیرد (دالمارکو، هالسینک و بلویس^۵، ۲۰۱۸).

-
1. Obschonka
 2. Zilberman
 3. Gunes
 4. Dellana & Hauser
 5. Dalmarco, Hulsink & Blois

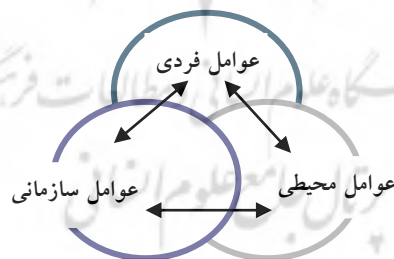
عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی

امروزه آموزش رسانه آشکارکننده ایده‌های بنیادین در جامعه است، اهداف سیاست‌های آموزش کارآفرینی در امتداد برنامه‌های درسی در تمام سطوح قرار گرفته است و به طور شایان توجهی تعداد دوره‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها به منظور توسعه فرهنگ کارآفرینی افزایش یافته است. علی‌رغم افزایش در نهادینه‌سازی کارآفرینی در جامعه به صورت گسترده، آموزش کارآفرین در دانشگاه‌ها هنوز نهادینه نشده است، بنابراین، موضوع آموزش کارآفرینی از طریق تأمل انتقادی و به چالش کشیدن بنیادها و مفروضات فعلی پیشرفت خواهد کرد (عزیزی و عزیزی، ۱۳۹۵).

از آنجا که بخش عمده‌ای از نیروهای متخصص مورد نیاز جامعه از بروندهای آموزش عالی است، نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی در جامعه بسیار حیاتی و تعیین‌کننده خواهد بود (کالار و آتونیک،^۱ ۲۰۱۵). گونز^۲ (۲۰۱۲) بیان می‌کند که از مشکلات برونداد نظام آموزشی شکاف بین آموخته‌ها و مهارت‌های کارآفرینی آن‌ها است. دانشگاه‌ها می‌توانند با افزایش انگیزه و مهارت فارغ‌التحصیلان (ادکویتز و ژو،^۳ ۲۰۰۷)، ترکیب دانش و تجربه (گونز، ۲۰۱۲)، و توسعه زیرساخت‌های حمایتی برای پرورش فرهنگ کارآفرینی در این رسالت گام‌های اساسی بردارند (جاکوب، لاکویت و هلسمارک،^۴ ۲۰۱۰). تا افزون بر نقش اولیه خود (ترویج دانش و گسترش پژوهش) دامنه‌ای گسترده‌تر از فعالیت‌ها را سرلوحه هدف خود قرار دهند و بدین وسیله ارتباطی نزدیک‌تر با جامعه پیرامون خود برقرار کنند (علیمردانی، قهرمانی و ابوالقاسمی، ۱۳۸۸)، برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در نظام‌های آموزشی دو رویکرد را می‌توان شناسایی کرد، در رویکرد اول وجود و تلاش فرد خلاق به تکامل و اجرای تفکر کارآفرین در درون سازمان می‌انجامد و در رویکرد دوم، خود دانشگاه با تغییر در ساختار، فرهنگ و رفتار سازمان به خلق تفکر، محصول یا فرایند جدید می‌پردازد (پارکر،^۵ ۲۰۱۴). آوبری، کنتوگئورگس و فریگ^۶ (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که عواملی چند در

-
1. Kalar & Antoncic
 2. Gunes
 3. Zhou
 4. Jacob, Lundqvist & Hellsmark
 5. Parker
 6. Awbrey, Kontoghiorghes & Feurig

توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها مؤثرند که می‌توان بعضی را شرایط لازم و برخی دیگر را شرایط کافی نامید. از جمله عوامل مهم و شرایط لازم، داشتن روحیه کارآفرینی و فرهنگ باز برای پذیرش نوآوری و ابتکار و از شرایط کافی می‌توان به برنامه‌های آموزشی، نظام مشاوره و هدایت، و حمایت‌های مؤسسه آموزشی اشاره کرد. به عنوان اولین قدم در توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید روش‌های رفتار حرفه‌ای در دانشگاه‌ها، به افراد آموزش داده شود و قدم مهمتر در این زمینه، ارائه اطلاعات دقیق از منابع موجود برای تأمین سرمایه اولیه است (میرسپاسی، ۱۳۹۱). لوین^۱ (۲۰۰۹) بیان می‌کند توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها نیازمند، رهبری کارآفرینانه با تعهد وسیع به نوآوری، نهادینه کردن استقلال داخلی، حمایت گسترده از کارکنان به منظور توسعه ارتباطات داخلی و خارجی، انعطاف‌پذیری در برنامه‌ها و اهداف خرد و کلان، فراهم آوردن فرصت‌های وسیع برای ایجاد ساختار ماتریسی و افزایش توجه به دارایی‌های نامشهود سازمان است. تعهد خاص به مفهوم کارآفرینی و تلاش در جهت توسعه آن نیازمند ایجاد یک سازمان ارگانیک است. این مسئله مستلزم دوباره‌اندیشی درباره ساختار، فرهنگ و کل ابعاد سازمان است. در مجموع سه عامل فردی، درون‌سازمانی و برون‌سازمانی در توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی دخیل هستند که به نحوی که در شکل ۱ آمده است در تعامل با هم بوده و به هم وابسته هستند (قربانی، ۱۳۹۶).



شکل ۱. رابطه متقابل بین عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی سازمانی (قربانی، ۱۳۹۶)

کارآفرینی موتور رشد و نماد اصلی نوآوری در یک نظام دانشگاهی است. بر این اساس در سال‌های اخیر مبانی تئوریک کارآفرینی در دانشگاه‌ها تقویت و مظاهر عملی آن در عرصه صنعت و خدمات نمود بیشتری به خود گرفته است. برای تقویت همه‌جانبه این محور اقتصادی، رویکردها، استراتژی‌ها و راه‌کارهای مختلفی در متون نظری کارآفرینانه ارائه شده است. نقش دولت بر اساس محورهای تنظیمی، شناختی و هنجاری از جمله راه‌کارهای ارتقای کارآفرینی در کشورهاست. علی‌رغم اینکه در سال‌های اخیر مقوله کارآفرینی و توسعه آن در نظام آموزش عالی مورد توجه قرار گرفته است، مسئله کارآفرینی برای دانشگاه‌های فرهنگیان ناآشنا است. ناآشنایی در این زمینه می‌تواند از مسائلی باشد که مانع توسعه و نهادینه‌شدن کارآفرینی در نظام آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌های فرهنگیان باشد، به نظر می‌رسد که یکی از راه‌های مؤثر برای مواجهه‌شدن با چالش یادشده توجه به فرهنگ کارآفرینی است. ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ، از دو سو قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است که هم متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است و هم می‌تواند در آن تحولات اساسی ایجاد کند. امروزه که نیاز به کارآفرینی در همه عرصه‌ها همچون کارآفرینی اجتماعی، فرهنگی، مذهبی، زیست‌محیطی، الکترونیکی و... احساس می‌شود، دانشگاه‌های فرهنگیان باید در صدد یافتن راه‌هایی برای توسعه فرهنگ آن باشند، با توجه به مباحث مطرح شده دانشگاه‌های فرهنگیان برای توسعه کارآفرینی نیاز به فرهنگی دارد که زمینه ایجاد آزادی تفکر و عمل در سطوح مختلف دانشگاه را فراهم کند تا افراد بتوانند فعالیت‌های خلاقانه و ابتکارات را برنامه‌ریزی و اجرا کنند؛ سطح اطلاعات علمی اعضای دانشگاه را افزایش داده و دانشگاه را به سازمانی پیشتاز و پیشگام در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها تبدیل کند؛ همچنین، تحمل و تعامل با مخاطبان و نواندیشان را در دانشگاه افزایش دهد؛ دانشگاه را به سازمان یادگیرنده که قدرت انطباق با مسائل جدید را در اختیار دارد تبدیل کند؛ زمینه مطالعه مستمر و بررسی مشکلات و حل مسائل فعلی پیش روی دانشگاه را برای مدیران مختلف فراهم آورد و در نهایت، روحیه نقد و بررسی را در دانشگاه افزایش دهد. این مسئله برای دانشگاه‌های فرهنگیان حیاتی به نظر می‌رسد و نیازمند برنامه مدونی برای توجه و توسعه موارد

یادشده هستند تا بتوانند به درستی حرکت از سطح دانشگاه‌های نسل اول را به سمت دانشگاه‌های نسل سوم و چهارم طی کنند. که روح کارآفرینی در تمامی ارکان آن‌ها تجلی پیدا کرده است، بر این اساس یکی از مسائل اساسی که دانشگاه‌های فرهنگیان با آن مواجه هستند وارد شدن به نسل سوم دانشگاهی و توسعه فرهنگ کارآفرینی است، با توجه به آنچه که مطرح شد این پژوهش تلاش دارد به شناسایی تدوین الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های فرهنگیان کشور بپردازد. در راستای دستیابی به هدف پژوهش، سؤال این است که برداشت مشارکت‌کنندگان از فرهنگ کارآفرینی چیست؟ مشارکت‌کنندگان الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان را چگونه تبیین می‌کنند؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با روش نظریه داده‌بنیاد انجام شد. برای مطلع شدن از دیدگاه‌ها و نظرات مشارکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری هدفمند^۱ استفاده شد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش شامل متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی، مدیریت آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی و مدیریت آموزش عالی در کشور و مسئولان دانشگاه فرهنگیان است. تحقیق بعد از ۱۰ مصاحبه به اشباع نظری رسید و برای اطمینان بیشتر دو مصاحبه دیگر انجام شد.

به منظور گردآوری داده‌های پژوهش در بخش کیفی از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. در مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، اجازه پرداختن به ایده‌های جدید داده می‌شود تا در طول مصاحبه به عنوان یک نتیجه از آنچه مصاحبه‌شونده می‌گوید، مورد استفاده قرار گیرد. باید تأکید کرد که برای درک مسئله توسعه کارآفرینی باید دیدگاه مشارکت‌کننده‌ها را تجزیه و تحلیل کرد و از دل داده‌های به‌دست‌آمده از نظرات آن‌ها، الگوی مورد نظر را استخراج کرد در این میان و برای رعایت اصول اخلاق پژوهش، در جریان مصاحبه‌ها از مشارکت‌کننده‌ها اجازه خواسته شد تا صحبت‌های آن‌ها ضبط و ثبت شود و پس از پایان مصاحبه به صورت دقیق مصاحبه‌ها بررسی و به روی کاغذ برگردانده شد.

1. Purposeful sampling

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان در مصاحبه

جنسیت		رشته تحصیلی	سمت اجرایی	محل خدمت
زن	مرد			
*		توسعه کارآفرینی	دانشیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه تهران
	*	توسعه کارآفرینی	دانشیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه تهران
	*	مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی	استادیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه تهران
	*	مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی	استادیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه تهران
	*	مدیریت آموزشی	استادیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه خوارزمی
	*	مدیریت آموزش عالی	دانشیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه شهید بهشتی
	*	مدیریت آموزشی	استادیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه شهید بهشتی
	*	زمین شناسی	معاونت پژوهشی و هیئت علمی	پردیس شهید باهنر اصفهان
	*	علوم تربیتی	دانشیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه شهید رجایی
*		علوم تربیتی	استادیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه شهید رجایی
	*	مدیریت آموزشی	استاد و عضو هیئت علمی	دانشگاه اصفهان
	*	مدیریت آموزشی	دانشیار و عضو هیئت علمی	دانشگاه اصفهان

به منظور تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل تم^۱ که مبتنی بر کدگذاری باز^۲ و کدگذاری محوری^۳ و کدگذاری انتخابی^۴ (گزینشی) است، استفاده شد، در مرحله کدگذاری باز مفاهیم شناسایی شد و از زوایایی مختلف از دورن به بیرون و یا وارونه‌ای بررسی و تحلیل شد تا دیدگاه کاملی نسبت به اهمیت و جایگاه مفاهیم کسب شود، در کدگذاری محوری یکی از مقوله‌ها محور فرایند پدیده اصلی قرار گرفته شد و سپس، مقوله‌های دیگر به آن ارتباط داده شد، این کار با استفاده از یک پارادایم مشخص انجام شد تا روابط بین شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها نشان داده شود، در نهایت، در کدگذاری انتخابی با تکیه بر روابط درونی مقوله‌ها مستخرج شده از مرحله کدگذاری محوری نظریه پژوهشی خود را از طریق نگارش

1. Thematic analysis
2. Open coding
3. Axial Coding
4. Selected Coding

داستان‌گونه رابطه بین مقوله‌ها و با توجه به یادداشت‌های شخصی پژوهشگر به رشته تحریر در آورده شد.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش بر اساس دستورالعمل استروس و کوربین (۱۳۹۳) انجام گرفت، این شیوه شامل سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است، در نهایت، نظریه (مدل کیفی) پژوهش بیان شده است.

کدگذاری باز: کدگذاری باز اولین مرحله در تجزیه و تحلیل داده‌ها و کدگذاری است، در این مرحله داده‌های حاصل از مصاحبه‌های صورت گرفته به دقت بررسی شد، واحد اصلی تحلیل برای کدگذاری باز مفاهیم بودند، رونوشت مصاحبه‌ها برای یافتن مقوله‌های اصلی، مقوله‌ها، خرده‌مقوله‌ها به طور منظم بررسی شدند. طی این فرایند تعداد ۱۳۶ کد باز، ۲۶ مفهوم و ۱۷ مقوله استخراج و ویژگی‌های آن‌ها شناسایی شد.

کدگذاری محوری: در این مرحله ابعاد پارادایم کدگذاری شکل گرفت و شامل شش دسته مقوله محوری، شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها بود، کدگذاری محوری بر تمرکز و تعیین مقوله به عنوان مقوله هسته‌ای یا مرکزی قرار داشته و سپس سایر مقولات به عنوان مقولات فرعی به آن‌ها ارتباط داده می‌شوند. در پژوهش حاضر پس از تعریف مقوله محوری، با کدگذاری مجدد داده‌ها انواع شرایط تأثیرگذار بر مقوله محوری شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تعریف شدند، از بین مقوله‌های استخراج شده، مقوله «نهادینه‌سازی کارآفرینی» به منزله مقوله مرکزی در نظر گرفته شد و در مرکز مدل قرار گرفت. دلیل انتخاب این مقوله به عنوان مقوله مرکزی این بود که در اغلب داده‌ها رد پای آن را می‌توان به وضوح مشاهده کرد. به عبارت دیگر، اغلب پاسخ‌دهندگان اشاره داشته‌اند که دانشگاه فرهنگیان نیازمند نهادینه‌سازی کارآفرینی است. بنابراین، می‌توان این مقوله را در مرکز قرار داد و دیگر مقوله‌ها را به آن مرتبط کرد. برچسب انتخاب شده برای مقوله مرکز نیز انتزاعی و در عین حال از جامعیت برخوردار است.

پدیده محوری: نهادینه‌سازی کارآفرینی

این مقوله مرکزی از مفهوم «توسعه آموزش کارآفرینی»، «توسعه شبکه‌های اجتماعی»، و «یادگیری مشارکتی» تشکیل شده است. در واقع بنیاد استقرار توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های فرهنگیان حول مؤلفه‌های فوق می‌چرخد.

توسعه آموزش کارآفرینی: توسعه آموزش کارآفرینی در گام نخست نیازمند افزایش تجارب و مهارت‌های فراگیران در آموزش مرتبط با کارآفرینی است، در واقع، توسعه فرهنگ کارآفرینی در سطح دانش نخستین گام قلمداد می‌شود، در این راستا، برگزاری دوره‌های تخصصی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در کنار ارائه بسته‌های آموزشی به منظور آشنایی با فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند گامی مؤثر قلمداد شود، همکاری و تعامل سازمان‌های مسئول با رسانه‌های جمعی برای ارائه برنامه‌های آموزشی می‌تواند به تربیت بهتر نیروی انسانی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان کمک کند.

توسعه شبکه‌های اجتماعی: باید عنوان کرد با توجه به رشد تکنولوژی‌های نوین به ویژه در ارتباط دانشگاه‌ها را برای توسعه فرهنگ کارآفرینی کمک شایانی کرده است، بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال رشد برای توسعه دانش افراد در خصوص کارآفرینی و به موازات آن توسعه اعتماد اجتماعی در میان اعضای دانشگاهی می‌تواند به توسعه بسترهای ارتباطی بین افراد درگیری در فعالیت‌های کارآفرینی از سرمایه‌گذار تا صاحبان ایده شود، این مهم با کارگروه‌های تخصصی و ارتباط با مشاوران متخصص تسهیل می‌باید. طاعات فرهنگی

یادگیری مشارکتی: این مهم تأکید بر نهادینه‌کردن روح کارآفرینی در مباحث نظری و عملی دارد، یادگیری کارآفرینی در بستر اجتماعات یادگیری از طریق فراهم‌سازی فرصت برای الگو برداری از افراد موفق در حوزه فعالیت‌های کارآفرینی محقق می‌شود، باید فرصتی فراهم شود تا میان افراد انتقال دانش و تجربه در زمینه کارآفرینی صورت بگیرد، می‌توان با طراحی و اجرای پانل‌های تخصصی در راستای کارآفرینی به منظور همفکری و تبادل نظرات در این راستا گام‌های مؤثری برداشت.

جدول ۲. مقوله‌ها، مؤلفه و مفاهیم استخراج شده پدیده محوری

مفاهیم	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی
افزایش تجارب و مهارت‌های افراد درگیر در آموزش در خصوص فعالیت کارآفرینانه؛ برگزاری دوره‌های تخصصی کوتاه‌مدت و میان‌مدت و بلندمدت؛ ارائه بسته‌های آموزشی در خصوص انتقال دانش در زمینه‌های فعالیت‌های کارآفرینانه؛ همکاری و تعامل سازمان‌های مسئول با رسانه‌های جمعی برای ارائه؛ برنامه‌های آموزشی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینانه آموزشی؛ آموزش و تربیت نیروی انسانی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی	توسعه آموزش کارآفرینی	پدیده محوری
بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال رشد برای توسعه دانش افراد در خصوص کارآفرینی؛ توسعه اعتماد اجتماعی در میان اعضای دانشگاهی؛ توسعه بستری‌های ارتباطی بین سرمایه‌گذاران و صاحبان ایده از طریق ایجاد تعاونی‌ها و کارگروه‌های تخصصی؛ ارتباط با مشاوران تخصصی	توسعه شبکه‌های اجتماعی	
فراهم‌سازی فرصت برای الگوبرداری از افراد موفق در حوزه فعالیت‌های کارآفرینی؛ فراهم‌سازی فرصت برای برقراری ارتباط میان افراد به منظور انتقال تجارب و دانش خود در زمینه کارآفرینی؛ طراحی و اجرای پانل‌های تخصصی در راستای کارآفرینی به منظور همفکری و تبادل نظرات	یادگیری مشارکتی	

شرایط علی

بر مبنای یافته‌های پژوهش، مقوله‌های «تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی»، «توسعه سرمایه‌گذاری»، «توسعه مکانیزم‌های مالی»، «توسعه مهارت‌های شغلی» به منزله شرایط علی اثرگذار بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان عمل می‌کنند.

تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی: باید عنوان کرد که برای تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی دانشگاهیان نیازمند برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی به منظور معرفی محصولات و دستاوردهای کارآفرینانه اعضای دانشگاهی هست، خرید تولیدات کارآفرینانه به ویژه در سطح دانش توسط سازمان‌های مرتبط و بهره‌گیری از ایده‌های جدید در حوزه دانش می‌تواند عامل مؤثری بر توسعه فرهنگ کارآفرینی باشد، همچنین، شناسایی بازارهای جدید برای معرفی و ارائه ایده‌ها و فعالیت‌های پژوهشی دانشگاهیان نقش مؤثری در این خصوص دارد.

توسعه سرمایه‌گذاری: کارآفرینی و توسعه فرهنگ آن نیازمند توسعه سرمایه‌های خرد و کلان در

حوزه کارآفرینی است، در این راستا، سرمایه‌گذاری واحدهای تولیدی و خدماتی و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در دانشگاه‌ها از جمله اقدامات اثرگذار است، دانشگاه نیازمند حمایت از صنایع خلاق از دانش کارآفرینی خود می‌باشند و در این راستا، تعامل بین دانشگاه و صنعت یک الزام محسوب می‌شود، همچنین، باید تأکید هدفمندکردن سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه آموزش کارآفرینی و استفاده حداکثری از سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند عامل اثرگذار بر توسعه فرهنگ کارآفرینی باشد.

توسعه مکانیزم‌های مالی: یکی از اهرم‌های کلیدی مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی توسعه مکانیزم‌های پولی و مالی است، در این خصوص نظارت بر استفاده از وام‌های اشتغال‌زا در آموزش، منعطف کردن سیستم مالیاتی و بیمه‌ای برای حمایت از ایده‌های کارآفرینانه زمینه به‌کارگیری هدفمند سرمایه‌های موجود را فراهم می‌آورد. در کنار این مهم برقراری ارتباط با بانک‌ها و نهادهای مالی در راستای حمایت فعالیت‌های کارآفرینانه یک عامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی است، باید ساز و کاری طراحی شود که فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی از معافیت‌های مالی برخوردار باشند و ریسک به‌کارگیری سرمایه در حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاه به حداقل ممکن برسد.

توسعه مهارت‌های شغلی: توسعه فرهنگ کارآفرینی تحت تأثیر توسعه مهارت‌های شغلی نیز است، شناسایی و تقویت مهارت‌های شغلی در حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی، حذف کسب و کارهای کاذب و سوداگرانه، بازتعریف فعالیت‌ها و مشاغل اقتصادی در حوزه کارآفرینی دانشگاهی، توسعه فعالیت‌های رقابتی و حمایت وزرات علوم از فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه فرهنگیان از جمله اقدامات مهم قلمداد می‌شود.

جدول ۳. مقوله‌ها، مؤلفه و مفاهیم استخراج شده شرایط علی

مقوله اصلی	مؤلفه‌ها	مفاهیم
شرایط علی	تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی	برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی در سطوح مختلف؛ معرفی محصولات و دستاوردهای کارآفرینانه اعضای دانشگاهی؛ خرید تولیدات کارآفرینانه اعضای دانشگاه توسط سازمان‌ها مرتبط؛ بهره‌برداری از ایده‌های جدید در حوزه آموزش؛ شناسایی بازارهای جدید برای ایده‌آل‌ها و محصولات اعضای دانشگاه

مفاهیم	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی
توسعه سرمایه‌هاگذاری‌های خرد و کلان در حوزه کارآفرینی دانشگاهی؛ سرمایه‌گذاری واحدهای تولیدی و خدماتی در حوزه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس‌های دانشگاهی؛ توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در نظام آموزش عالی؛ حمایت از صنایع خلاق در حوزه آموزشی؛ هدفمندکردن سرمایه‌گذاری‌ها در آموزشی؛ استفاده از سرمایه‌گذاران خارجی در آموزشی	توسعه سرمایه‌گذاری	
نظارت بر استفاده از وام اشتغال‌زا در آموزش؛ منعطف کردن سیستم مالیاتی و بیمه‌ای برای حمایت از ایده‌های کارآفرینانه اعضای دانشگاه؛ به‌کارگیری هدفمند پس‌اندازهای راکد اعضای دانشگاهی؛ ارتباط مؤثر با بانک‌ها و نهادهای مالی در راستای حمایت فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای دانشگاه؛ معافیت‌های مالیاتی برای فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی؛ کاهش ریسک به‌کارگیری سرمایه در حوزه‌های کارآفرینی دانشگاهی	توسعه مکانیزم‌های مالی	
شناسایی و تقویت مهارت‌های شغلی در حوزه فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی؛ حذف کسب و کارهای کاذب و سوداگرانه؛ بازتعریف فعالیت‌ها و مشاغل اقتصادی در حوزه کارآفرینی دانشگاهی؛ توسعه فعالیت‌های دارای مزیت نسبی در حوزه کارآفرینی دانشگاهی؛ حمایت وزرات علوم از فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه آموزشی	توسعه مهارت‌های شغلی	

شرایط زمینه‌ای

بر مبنای یافته‌های پژوهش «کارگروهی»، «توسعه هویت آموزش»، «توسعه هنجارها» به منزله شرایط زمینه‌ای بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان عمل می‌کنند.

کارگروهی: باید عنوان کرد توسعه کارگروهی در میان اعضای دانشگاهی برای شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه زمینه توسعه فرهنگ کارآفرینی را رقم می‌زند، در این بین، با وجود فرهنگ کارگروهی در میان اعضای دانشگاهی ارتقای فرهنگ کارآفرینی را به ارمغان می‌آورد، فرهنگ حاکم بر دانشگاه نیازمند انعطاف‌پذیری در تمامی سطوح خود برای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه است.

توسعه هویت آموزش: هویت آموزشی اشاره به علاقه و تمایل به فعالیت‌های آموزشی در خصوص کارآفرینی دارد، این علاقه سرچشمه از نیاز به پیشرفت همه‌جانبه می‌گیرد که زمینه احترام به عناصر محیطی پیرامون محیط دانشگاهی و فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌آورد.

توسعه هنجارها: فرهنگ کارآفرینی تشکیل شده از ارزش‌ها و هنجارهای گروهی مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینی است، ارائه و تزریق ارزش جدید مرتبط با فرهنگ کارآفرینی به محیط‌های

آموزشی و وجود هنجارهای رفتار متری در راستای حفظ و بهره‌برداری درست از منابع آموزشی زمینه هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌آورد، همچنین، این مهم نیازمند ترسیم یک جهان‌بینی مشترک درباره مسئولیت‌داشتن در برابر آموزش و در نهایت، جامعه است.

جدول ۴. مقوله‌ها، مؤلفه و مفاهیم استخراج شده شرایط زمینه‌ای

مقوله اصلی	مؤلفه‌ها	مفاهیم
شرایط زمینه‌ای	کارگروهی	تمایل گروهی اعضای دانشگاه برای شرکت در فعالیت‌های آموزشی؛ وجود فرهنگ کار تیمی در میان اعضای دانشگاه؛ وجود فرهنگ انعطاف‌پذیری در سطوح مختلف دانشگاهی
	توسعه هویت آموزش	وجود علاقه بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در میان اعضای دانشگاه؛ علاقه به پیشرفت همه‌جانبه نظام آموزشی؛ احترام گذاشتن به عناصر محیطی پیرامون محیط دانشگاه
	توسعه هنجارها	ارائه و تریق ارزش‌های جدید در راستای اهمیت کارآفرینی دانشگاهی؛ وجود هنجارهای رفتاری متری در خصوص حفظ و بهره‌برداری درست از منابع آموزشی؛ ترسیم یک جهان‌بینی مشترک در خصوص مسئولیت‌داشتن در برابر آموزش و جامعه

بر مبنای یافته‌های پژوهش «تمرکز بر تغییرات»، «وجود منابع» به منزله شرایط مداخله گر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان عمل می‌کنند.

تمرکز بر تغییرات: مدیریت هوشمند توسعه کارآفرینی نیازمند بررسی دقیق روند تغییرات محیطی در راستای رشد کمی و کیفی نظام آموزش عالی است، این مهم همچنین، با بررسی نوآوری‌های سریع صنعتی در حوزه مسائل آموزشی، رشد تکنولوژی و دانش بشری در راستای بهره‌گیری صحیح در مسائل آموزشی مرتبط با کارآفرینی توسعه می‌یابد.

وجود منابع: توسعه فرهنگ کارآفرینی در تحت تأثیر وجود و وفور منابع منابع است، وجود منابع متعدد و پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های آموزشی می‌تواند در نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان کمک شایانی کند، در کنار این مهم مدیریت اطلاعات به منظور دسترسی به اطلاعات کافی در راستای مسائل خرد و کلان آموزشی همچون چراغ راهنما عمل می‌کند.

جدول ۵. مقوله‌ها، مؤلفه و مفاهیم استخراج شده شرایط مداخله گر

مقوله اصلی	مؤلفه‌ها	مفاهیم
شرایط مداخله گر	تمرکز بر تغییرات	روند تغییرات محیطی در راستای رشد کمی و کیفی نظام‌های آموزشی؛ نوآوری‌های سریع صنعتی در حوزه مسائل آموزشی؛ رشد تکنولوژی و دانش بشری در راستای بهره‌گیری صحیح در مسائل آموزشی
	وجود منابع	وجود منابع متنوع؛ وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های آموزشی؛ دسترسی به اطلاعات کافی در راستای مسائل خرد و کلان آموزشی

راهبردها

بر مبنای یافته‌های پژوهش «توسعه قوانین حمایت‌گرایانه»، «حمایت بیرونی» به منزله راهبردهای مؤثر در توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان عمل می‌کنند.

توسعه قوانین حمایت‌گرایانه: همواره وجود قوانین محکم و مبتنی بر اصول علمی راهگشای مسائل مرتبط با نظام آموزش عالی بوده است، در راستای توسعه فرهنگ کارآفرینی وضع قوانین برای اعطای بیمه‌های حمایتی به اعضای کارآفرین دانشگاه در حوزه مسائل آموزشی و وضع قوانین به منظور برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد مشاغل جدید در حوزه کارآفرینی آموزشی راهبردهای مؤثری قلمداد می‌شود، همچنین، این مهم نیازمند سیاست‌گذاری خرد و کلان در جهت توسعه کارآفرینی دانشگاهی است.

حمایت بیرونی: با یک نگرش سیستمی به‌راحتی می‌توان دریافت دانشگاه و در ادامه توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه بدون ارتباط و برخورداری از حمایت‌های سازمان‌های مرتبط امکان‌پذیر نمی‌باشد، حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه و توانمندسازی ظرفیت‌های کارآفرینی دانشگاه از جمله راهبرد مؤثر است، ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی برای آگاهی فعالان کارآفرین دانشگاهی از نمایشگاه و تکنولوژی‌های جدید می‌تواند ارتباط بین فعالان حوزه کارآفرینی دانشگاهی را افزایش دهد و با تخصیص بودجه کافی، برگزاری اتاق فکر توسط دولت می‌توان به شناسایی و رفع مشکلات کارآفرینی دانشگاهی پرداخت، در کنار این مهم حمایت از تعاونی و شرکت‌های دانش‌بینان دانشجویی و برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی به صورت رایگان راهبردهای کلیدی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی قلمداد می‌شود.

جدول ۶. مقوله‌ها، مؤلفه و مفاهیم استخراج‌شده راهبردها

مفاهیم	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی
وضع قوانینی برای اعطاء بیمه‌های حمایتی به افراد کارآفرین در دانشگاه؛ وضع قوانین در ارتباط با برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌های و مشاغل جدید در حوزه کارآفرینی دانشگاهی؛ سیاست‌گذاری در جهت توسعه کارآفرینی دانشگاهی	توسعه قوانین حمایت‌گرایانه	راهبردها
حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه و پرورش و توانمندکردن آن، تخصیص بودجه مناسب به دانشگاه‌ها؛ ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی برای آگاهی فعالان کارآفرینی دانشگاهی از نمایشگاه و تکنولوژی‌های جدید؛ برگزاری اتاق فکر توسط دولت برای بررسی مشکلات؛ حمایت از تعاونی‌ها و شرکت‌های دانش‌بینان دانشجویی توسط نهاد توسط دولت؛ برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان	حمایت بیرونی	

پیامدها

بر مبنای یافته‌های پژوهش «توسعه فردی»، «توسعه دانشگاه»، به منزله پیامدهای الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان عمل می‌کنند.

توسعه فردی: هنگامی که فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه نهادینه شد و روحیه کارآفرینی در اعضای دانشگاهیان به ویژه دانشجویان رشد پیدا کرد، می‌توان شاهد اراده و عزم جدی برای تلاش حداکثری، انگیزه توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی در بین آنها بود، کاهش نرخ بیکاری به واسطه تمایل برای ایجاد کار جدید توسط افراد، توسعه خلاقیت و نوآوری از دیگر اثرات فرهنگ کارآفرینی در سطح فردی است که در نهایت، به شادی و نشاط فردی و توسعه مشارکت اجتماعی ختم خواهد شد.

توسعه دانشگاه: توسعه فرهنگ کارآفرینی به طور مشخص افزایش درآمد دانشگاه‌ها را به همراه خواهد داشت و دانشگاه را وارد نسل سوم دانشگاهی یعنی دانشگاه کارآفرینی می‌کند، توسعه دانش علمی، بهبود کیفیت آموزش، بهره‌وری، استفاده بهینه از منابع موجود همه از اثرات توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان است.

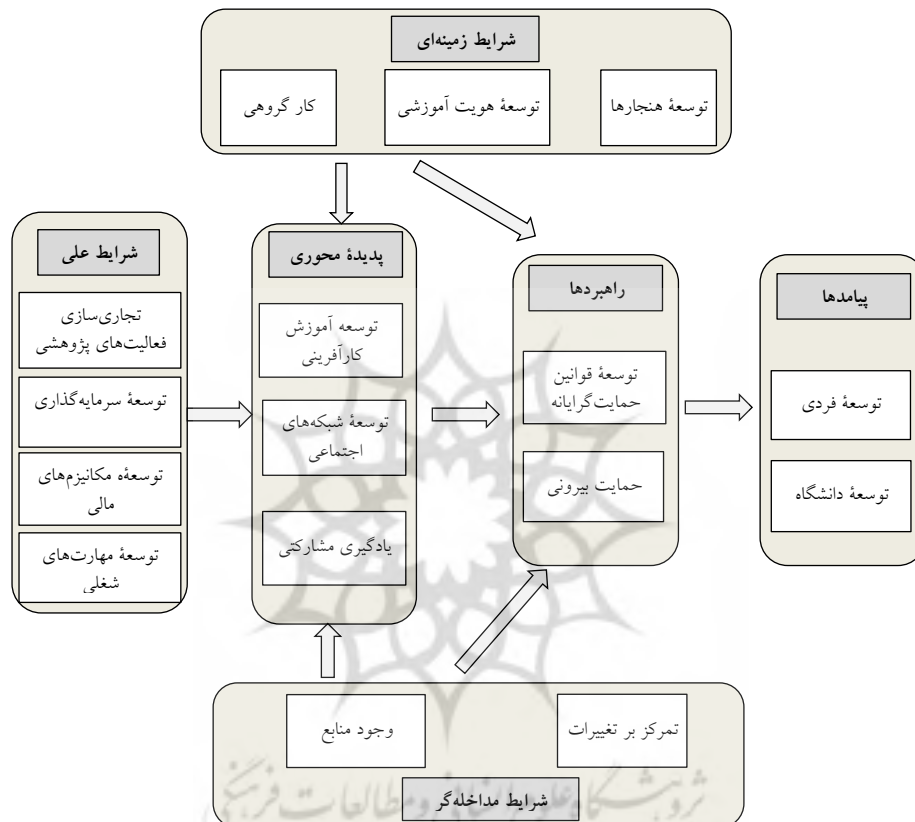
جدول ۷. مقوله‌ها، مؤلفه و مفاهیم استخراج‌شده پیامدها

مفاهیم	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی
توسعه فردی	توسعه فردی	پیامدها
توسعه دانشگاه	توسعه دانشگاه	

کدگذاری انتخابی و ارائه مدل پارادایمی

کدگذاری انتخابی مرحله سوم و اصلی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است که بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به ارائه مدل پارادایمی می‌پردازد. در کدگذاری انتخابی مقوله‌های احصاشده در مراحل قبلی به یکدیگر ربط داده شده و روابط بین آنها بررسی می‌شود، این امر همان فرایند کشف نظریه

و ظهور نظریه است؛ یعنی یافتن سازه‌ها، مرتبط ساختن آن‌ها و بررسی ماهیت این رابطه، شکل زیر این روابط را در قالب مدل پارادایمی نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل پارادایمی توسعه فرهنگ کارآفرینی

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی بوده و سازمان‌ها در اکثر کشورهای توسعه‌یافته، در حال انتقال از حالت بروکراتیک به وضعیت کارآفرین می‌باشند (ادکویتز، ۲۰۱۷). در این زمینه هارک^۱ (۲۰۱۶) اعتقاد دارد کلید طلایی کسب مزیت رقابتی برای سازمان‌های

1. Hark

عصر جدید، ایجاد ساختار سازمانی هماهنگ با دانش کارآفرینی است. با درک پژوهش حاضر با هدف تدوین الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان صورت پذیرفت، نتایج نشان داد الگوی توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان شامل مولفه‌های توسعه آموزش کارآفرینی، توسعه شبکه‌های اجتماعی و یادگیری مشارکتی است، این مهم تحت تأثیر عوامل تجاری فعالیت‌های پژوهشی دانشگاهیان، توسعه سرمایه‌گذاری، توسعه مکانیزم‌های مالی و توسعه مهارت‌های شغلی می‌باشد، همچنین، عوامل مداخله‌گر، تمرکز بر تغییرات و وجود منابع و عوامل زمینه‌ای، کار گروهی، توسعه هویت آموزش و توسعه هنجارها بر پدیده محوری نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی اثرگذار است، هنگامی که فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه فرهنگیان نهادینه شد بر راهبردهای فرهنگ کارآفرینی از جمله توسعه قوانین حمایت‌گرایانه و حمایت بیرونی تأثیرگذار خواهد بود که در نهایت، توسعه فردی و توسعه دانشگاه را به عنوان پیامدهای توسعه فرهنگ کارآفرینی به ارمغان خواهد آورد.

در جهان امروز تفکر، نوآوری و کارآفرینی و استفاده از آن در دانشگاه‌ها اجتناب‌ناپذیر است. همان‌طور که تولد و مرگ سازمان‌ها به بینش، بصیرت و توانایی‌های مؤسسين بستگی دارد، رشد و بقای آن‌ها به عواملی نظیر توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی آن‌ها وابسته است. اگر برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و کارکنان دانشگاه‌ها کارآفرین باشند، فرصت‌های را بهتر درک کرده و قادرند از منابع موجود به منظور نوآوری استفاده بیشتری کنند و در نتیجه، سریع رشد کرده و در صحنه رقابت باقی بمانند. از آنجا که کارآفرینی می‌تواند به تغییر فناوری و رشد بهره‌وری منجر شود و توان سازمان برای استفاده از منابع بالقوه خود را افزایش دهد، استفاده از سازوکارهایی که به افزایش آن بیانجامد، از اهمیت بالایی برخوردار است. با توجه به ماهیت رقابت‌های بین‌المللی و تغییرات شدید و مداوم محیطی، اگر دانشگاه‌ها نتوانند به توسعه فرهنگ کارآفرینی در عرصه‌های مختلف بپردازند، نمی‌توانند ایفاگر نقش خود باشند. توسعه فرهنگ کارآفرینی در نظام دانشگاهی نیازمند، رهبری کارآفرینانه با تعهد وسیع به نوآوری همراه با نهادینه‌کردن نوآوری در تمامی سطوح است.

وضعیت فعلی کشور، روند رو به رشد بیکاری در فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به همراه ترکیب

جمعیتی جوان کشور بیش از پیش کشور را نیازمند یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه اقتصادی می‌کند. کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده است. در این راستا، ضرورت داشتن الگوها و راهکارهای مناسب برای آموزش، تربیت و استفاده‌ی بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می‌شود. با توجه به اینکه باید پرورش کارآفرینان کشور، در نظام آموزش و پرورش، پایه‌گذاری شود و به دانشگاه‌ها و سایر مراکز آموزش عالی راه یابد، این مهم بدون ایفای نقش ارتباطی و فعالانه بین نظام آموزش و پرورش و دانشگاه فرهنگیان، محقق نخواهد شد. از جمله عواملی که در این راستا باید مورد توجه قرار گیرد، آموزش رشته‌های فنی و حرفه‌ای، برنامه‌ی درسی، روش‌های آموزشی، محتوای درسی، ابزارهای آموزشی، مدرسان و روش‌های تدریس، آموزش الکترونیکی، حمایت‌های مادی و معنوی فراگیران و توجه به نیازهای یادگیری است.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود جنبه‌ی عملی را دروس تئوری در دوره‌های مختلف تحصیلی در دانشگاه‌های فرهنگیان افزوده شود و زمینه‌ای فراهم شود که دانشجویان بتوانند آموخته‌های نظری خود را به صورت عملی در راستای خلق ارزش برای دانشگاه و در نهایت جامعه هدایت کنند. همچنین، زمینه‌ی تعامل مثبت و همسویی بین صنعت و دانشگاه ایجاد شود، که این مهم امکان بهره‌گیری مراکز صنعتی از دانش، تکنولوژی، دانشجویان و کارآفرینان خلاق و با استعداد را فراهم می‌کند و دانشگاه نیز از کمک‌های مالی این مراکز برخوردار می‌شود. در نهایت، با اصلاح ساختار مدیریتی، وضع قوانین حمایتی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی زمینه‌ای مناسب مهیا شود تا انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در میان دانشگاهیان تسهیل شود. در همین راستا، باید حمایت مالی و معنوی دانشگاه‌ها در راستای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرینی از سوی دولت و سایر سازمان‌های مرتبط در اولویت قرار گیرد، زیرا دستیابی به کارآفرینی آموزشی و دانشگاه نسل سوم مستلزم تغییر در زیرساخت‌ها، فرایندها و به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین فناوری است. در راستای نتایج، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- رشد آموزش‌های کاربردی همسو با آموزش‌های نظری مورد توجه قرار گیرد.
- به صورت مستمر نمایشگاه‌های کارآفرینی برای ارائه ایده‌های دانشجویان در داخل و خارج دانشگاه بر پا شود.

- یک واحد سازمانی در دانشگاه به منظور بررسی و حمایت از ایده‌های کارآفرینانه دانشجویان و اعضای دانشگاه تعریف و دایر شود، در صورت وجود چنین واحد در دانشگاه زمینه شناخت فعالیت‌ها آن واحدها برای اعضای دانشگاهی و به ویژه دانشجویان فراهم شود.
- گروه‌های آموزشی مختلف در تصویب موضوعات رساله‌های دانشجویی در مقاطع مختلف تحصیلی رویکرد مأموریت‌گرایی و تجاری‌سازی رساله‌های دانشجویی را مورد تأکید جدی قرار دهند.
- ارتباط مستمر و پویا با واحدهای صنعتی و بازار به منظور ارائه محصولات و دستاوردهای کارآفرینانه دانشگاهیان به ویژه دانشجویان برقرار شود.
- تلاش شود با ارتباط مستمر با صنعت، پژوهش‌های دانشگاهی به سوی رفع مشکلات صنعت هدایت شود.
- حمایت مالی از طرح‌های ابتکاری و خلاقانه اعضای دانشگاهی به ویژه دانشجویان مورد توجه مدیران دانشگاه قرار گیرد.
- فرهنگ کار تیمی و توسعه آن یکی از پیش‌نیازهای توسعه فرهنگ کارآفرینی است، بر این اساس توسعه فعالیت‌های گروهی و تیمی در برنامه‌های دانشگاهی مد نظر قرار گیرد.
- ارزش‌های جدید با رویکرد کارآفرینی به محیط‌های آموزشی از طریق کتابچه‌ها، تابلوهای تبلیغاتی، پوسترها، بنرها و... در معرض دید عموم قرار گیرد.
- تلاش شود با برگزاری کارگاه‌ها و سیمینارهای کارآفرینی، دانشجویان با الگوهای موفق کارآفرینی آشنا شوند.
- به صورت مستمر و دوره‌ای پانل‌های تخصصی در راستای کارآفرینی به منظور تبادل نظرات و ارائه ایده‌ها طراحی شود.
- توسعه مراکز تحقیقاتی زایشی که به صورت تخصصی در حوزه کارآفرینی فعالیت کنند در دستور کار مدیران دانشگاه قرار گیرد.
- در گروه‌های آموزشی فرصت تبادل نظر و تعامل اعضای هیئت علمی برای ارائه ایده‌های خلاقانه و ابتکاری در یک محیط دوستانه فراهم شود.

- دولت و سازمان‌های مرتبط با اشتغال و کارآفرینی حمایت‌های گسترده مالی و معنوی از ایده‌های کارآفرینانه دانشگاهیان داشته باشند.
- تخصیص بودجه پایدار برای ترویج کارآفرینی در برنامه بودجه دولت.
- تمرکز دانشگاه بر شناخت تغییرات محیطی و برنامه‌ریزی مدون برای مواجهه منطقی با تغییرات محیطی و اجتماعی پیش‌رو.
- توسعه زیرساخت‌ها و فرایندهای فناوری اطلاعات در تمامی سطوح دانشگاه به ویژه در محیط کلاس درس.
- توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی به منظور ارتباط و تبادل نظر بین اعضای دانشگاهیان.
- تلاش برای انعطاف‌پذیری ساختار دانشگاه و کاهش بوروکراسی اداری موجود.
- توسعه مراکز شتاب دهند و تسهیل‌کننده کسب و کارهای نوپا در دانشگاه‌ها.

منابع

- اردلان، محمدرضا، سلطانزاده، وحید، و بهشتی‌راد، رقیه (۱۳۹۳). ارزیابی نقش فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی. *نامه آموزش عالی*، ۷(۲۷)، ۱۱-۳۴.
- استروس، آنسلم، و کوربین، جولیت (۱۳۹۳). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌های مبانی، رویه‌ها و شیوه‌ها*. ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- الوانی، سید مهدی، و رودگرزاد، فروغ (۱۳۸۹). مدل توسعه کارآفرینی در سازمان‌های کوچک و متوسط. *چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*، ۴، ۷۳-۸۷.
- شهرکی‌پور، حسن، ندری، خدیجه، و شیرمحمدی، رحمان (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان. *تحقیقات مدیریت آموزشی*، ۴، ۱۰۹-۱۳۶.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۹۵). *سازمان‌های کارآفرین*. تهران: مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- عزیزی، محمد، و عزیزی، اکرم (۱۳۹۵). نسل سوم دانشگاهی: تجربه‌های موفق دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت. *صنعت و دانشگاه*، ۹(۳۱)، ۱-۱۴.
- علیمردانی، مهرزاد، قهرمانی، محمد، و ابوالقاسمی، محمود (۱۳۸۸). بررسی رابطه میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲(۳)، ۱۴۴-۱۳۱.
- قربانی، شهاب (۱۳۹۶). *تبیین ارتقای کارآفرینی سازمانی بر اساس ابعاد رهبری هوشمند و چابکی سازمانی با نقش میانجی فرهنگ سازمانی*. رساله دکتری مدیریت کارآفرینی، سازمان مدیریت صنعتی.
- قهرمانی، محمد، پرداختچی، محمدحسن، و حسین‌زاده، محمد (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۱، ۲۵-۳۹.
- میرسپاسی، نیلوفر (۱۳۹۱). شناسایی موانع کارآفرینی و راهبردهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها، *اولین همایش ملی الگوهای آموزش منابع انسانی دانشگاه آزاد اسلامی*، واحد تهران جنوب، ۱۴ اردیبهشت‌ماه.

یزدخواستی، علی، رجایی، سعید، و مولوی، حسین (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین نوع فرهنگ سازمانی و میزان پذیرش مدیریت کیفیت فراگیر در دانشگاه‌های دولتی کشور. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۰(۲)، ۱۷۵-۱۸۸.

- Awbrey, M., Kontoghiorghes, C., & Feurig, L. (2015). Examining the Relationship Between Learning Organization characteristics and change adaptation, innovation, and organizational performance. *Human resource development Quarterly*, 16(2), 185-211.
- Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, W. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, 135(2), 99-111.
- Etzkowitz, H. (2017). Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge firmament. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 122-129.
- Etzkowitz, H., & Zhou, H. C. (2007). Regional innovation initiator: The entrepreneurial university in various triple helix models Singapore triple helix VI, conference, National University of Singapore, 16-18.
- Gunes, S. (2012). Design entrepreneurship in product design education, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 51, 64– 68
- Hark, S. (2016). Contending directions. Gender studies in the entrepreneurial university. *Women's Studies International Forum*, 54, 84-90.
- Hit, M. A., Irland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2002). *Strategic entrepreneurship creating new mindset*. Oxford: Blackwell Publisher.
- Jacob, M., Lundqvist, M., & Hellsmark, H., (2010). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: The case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32, 1555- 1568.
- Kalar, B., & Antoncic, B.(2015). The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries. *Technovation*, 36, 1-11.
- Levine, M. V. (2009). The false promise of the entrepreneurial university: Selling academic commercialism as an engine of economic development in Milwaukee. *Working Paper* in University of Wisconsin-Milwaukee.
- Obschonka, M. (2017). The quest for the entrepreneurial culture: Psychological Big Data in entrepreneurship research. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 18:, 69-74.
- Parker. S. C. (2014). Entrepreneurship or entrepreneurship. *Business Venturing*, 19(3), 191-209.
- Sidrat, S., & Frikha, A.(2018). Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university. *High Technology Management Research*, 29(1), 27-34.
- Yildirim, N., & Askun, O. B. (2012). Entrepreneurship Intentions of Public Universities in Turkey: Going Beyond Education and Research?. *Social and Behavioral Sciences*, 58, 953–963.