

# Identify the Dimensions and Components of Entrepreneurship in Universities by Emphasizing the Role of Attracting Financial Support

## ARTICLE INFO

*Article Type*  
*Analytical Review*

### Aurhors

Seyed Hamid Mousavi <sup>1</sup>  
Negin Jabbari <sup>2\*</sup>  
Kiomars Niyaz Azari <sup>3</sup>

### How to cite this article

Seyed Hamid Mousavi , Negin Jabbari, Kiomars Niyaz Azari, Identify the Dimensions and Components of Entrepreneurship in Universities by Emphasizing the Role of Attracting Financial Support, Journal of Islamic Life Style Centered on He-alth. 2019;3(4):74-81.

1. PhD student in Educational Management, Islamic Azad University, Gorgan Branch, Gorgan, Iran.
2. PhD in Educational Management, Associate Professor, Department of Educational Management, Islamic Azad University, Gorgan Branch, Gorgan, Iran (Corresponding Author)
3. PhD in Educational Management, Professor, Islamic Azad University, Gorgan Branch, Gorgan, Iran

### \* Correspondence:

Address:  
Phone:  
Email: [nejinjabbary@gmail.com](mailto:nejinjabbary@gmail.com)

### Article History

Received: 2019/02/20  
Accepted: 2019/05/24  
ePublished: 2019/06/20

## ABSTRACT

**Purpose:** The purpose of this study was to identify the dimensions and components of entrepreneurship in universities with emphasis on the role of attracting financial support.

**Materials and Methods:** The research method was objective, developmental-applied and qualitative data collection. The statistical population of the group of experts included experienced professors in the field of management, experienced university managers and experts, and experienced managers of public and private banks. The sample of experts selected in this study was selected as non-probabilistic sampling and a combination of purposeful and judgmental methods. Based on this, 20 professors, managers and experts of universities and banking managers were selected as members of the group of experts. The type of interview that the researcher used was semi-structured interviews. NVivo software (version 10) was used to analyze the collected interviews.

**Findings:** Core codes and open codes extracted from the interviews were classified into 8 selected codes. Based on this, 8 selected codes, 30 pivot codes and 99 open codes were finalized. These extracted factors were compiled in the form of a quantitative questionnaire and after evaluating its reliability were distributed among the members of the sample.

**Conclusion:** Based on the research findings, it can be stated that the dimensions of entrepreneurship capabilities development of universities with emphasis on the role of attracting and attracting financial support, including structural dimension, behavioral dimension, formal factors dimension, informal factors dimension, developmental factors dimension, external factors dimension , Is the dimension of internal factors and the dimension of financial support.

**Keywords:** Financial Support, Entrepreneurship, Organizations

## شناسایی ابعاد و مولفه های کارآفرینی دانشگاه ها با

## تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی

سید حمید موسوی<sup>۱</sup>

دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرگان، گرگان، ایران.

نگین جباری<sup>۲\*</sup>

دکترای مدیریت آموزشی، دانشیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرگان، گرگان، ایران (نویسنده مسئول).

کیومرث نیاز آذری<sup>۳</sup>

دکترای مدیریت آموزشی، استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرگان، گرگان، ایران.

## چکیده

**هدف:** هدف از پژوهش حاضر شناسایی ابعاد و مولفه های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی بود.

**مواد و روش ها:** روش پژوهش از نوع هدف، کاربردی و از نوع جمع آوری داده ها کیفی- تحلیل محتوا بود. جامعه آماری گروه خبرگان شامل اساتید متخصص و مجرب حوزه مدیریت، مدیران و کارشناسان با تجربه دانشگاه و مدیران باتجربه بانک های دولتی و خصوصی بود. نمونه انتخابی خبرگان در این پژوهش به صورت نمونه گیری غیراحتمالی و ترکیبی از روش های هدفدار و قضاوتی برگزیده شدند. بر این اساس ۳۰ نفر از اساتید، مدیران و کارشناسان دانشگاه ها و مدیران بانکی به عنوان اعضای گروه خبرگان، برگزیده شدند. نوع مصاحبه ای که محقق استفاده نمود، مصاحبه های نیمه ساختاریافته بود. جهت تحلیل مصاحبه های گردآوری شده از نرم افزار (NVivo نسخه ۱۰) استفاده شد.

**یافته ها:** کدهای محوری و کدهای باز استخراج شده از مصاحبه ها در قالب ۸ کد انتخابی دسته بندی شدند. بر این اساس در نهایت ۸ کد انتخابی، ۳۰ کد محوری و ۹۹ کد باز نهایی شدند. این عوامل استخراج شده در قالب پرسشنامه کمی تدوین و پس از بررسی پایایی آن در بین اعضای نمونه مورد بررسی توزیع گردید.

**نتیجه گیری:** می توان بر اساس یافته های پژوهش بیان داشت ابعاد توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی شامل بعد ساختاری، بعد رفتاری، بعد عوامل رسمی، بعد عوامل غیررسمی، بعد عوامل توسعه ای، بعد عوامل بیرونی، بعد عوامل درونی و بعد حمایت های مالی است.

واژه های کلیدی: حمایت مالی، کارآفرینی، دانشگاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۳

\*نویسنده مسئول: neginjabbary@gmail.com

## مقدمه

در اقتصاد کارآفرینی عامل اصلی تولید سرمایه، سرمایه دانشی است که منبع مزیت رقابتی بوده که توسط سرمایه کارآفرینی افزوده می شود و نشان دهنده توانایی سازمان در فعالیت های کارآفرینی است. بنابراین اقتصاد کارآفرینی سناریوهایی را ایجاد می کند که اعضای آن می توانند فرصت ها و دانش های تجسم نشده اقتصادی را کشف و به منظور پیشبرد پدیده های جدید کارآفرینی بهره برداری کنند. در این راستا، دانشگاه کارآفرین از طریق تدریس، تحقیق و فعالیتهای کارآفرینی به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می کند(۱).

در دنیای امروز، کارآفرینی و گرایش به آن نقش مهمی را در بقا و توسعه سازمان ها در محیط های متلاطم و پویا ایفا می کند. امروزه توسعه گرایش به کارآفرینی به منظور تقویت نوآوری، ابتکار عمل و مخاطره پذیری در سازمان ها از جمله مباحث مورد توجه در ادبیات مدیریت است(۲). کارآفرینی سازمانی فرایندی است که طی آن سازمان ها فرصت های رشد و توسعه را تشخیص می دهند و از طریق نوآوری و تخصیص مجدد منابع، ارزش های جدیدی را برای ذینفعان خود ایجاد می نمایند(۳). کارآفرینی نوعی رفتار است که شامل ابتکار عمل، سازماندهی مکانیزم های اقتصادی برای تبدیل منابع به موقعیت ها و پذیرش خطرات ناشی از شکست است(۴).

این توزیع مجدد منابع و بکارگیری سازوکارهای اقتصادی در سازمان هایی همچون سازمان های آموزشی از اهمیت زیادی برخوردار است. توزیع آموزش، محدودیت (و کاهش) بودجه دولتی، رقابت جهانی و تقاضاهای متغیر اقتصاد دانش محور موجب شده است، مؤسسات آموزش عالی بیشتر به توسعه اقتصادی و انجام فعالیت های کارآفرینانه توجه داشته باشند. اما انجام فعالیت های کارآفرینانه به صورت خودجوش، دانشگاه را تبدیل به دانشگاه کارآفرین نمی کند. تنها زمانی می توان گفت دانشگاه کارآفرین است که فعالیت های کارآفرینی، ارزشی را به آموزش و تحقیقات و برعکس آن بیفزاید(۵). کارآفرینی دانشگاهی به اقدامات و تلاش هایی اشاره دارد که دانشگاه ها و بخش های ارتباط با صنعت دانشگاه ها در راستای تجاری سازی بروندها و نتایج پژوهش های دانشگاهی و علمی خود انجام می دهند(۶). به عبارت دیگر، دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که کارآفرینی علمی در آن بتواند نیرویی برای رشد اقتصادی ایجاد کند و باعث رقابت در بازارهای جهانی شود. چنین دانشگاهی باید دو وظیفه را انجام دهد: اول، کارآفرینی آینده را آموزش دهد تا کسب و کاری ایجاد کنند و همچنین، روحیه کارآفرینان آینده را در دانشجویان و در تمام حوزه ها توسعه دهد. دوم، مراکز رشد کسب و کار را سازماندهی نماید، پارک فناوری و مواردی نظیر آن را ایجاد کند، دانشجویان را در این سازمان ها درگیر کند و به کمک آن ها دانشجویان و دانش آموختگان را در ایجاد کسب و کار یاری کرده و همچنین، بتواند از نظر مالی استقلال پیدا کند. بر این اساس، دانشگاه کارآفرین نه تنها در پاسخگویی به نیازها و انتظارات متنوع محیط خود موفق است، بلکه برنامه ها و فرایندهای عملیاتی آن برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی و ارتقای صلاحیت های کارآفرینی دانشجویان مورد بازبینی قرار گرفته است(۳).

برای اینکه یک دانشگاه بتواند به دانشگاه کارآفرین تبدیل شود سه مرحله وجود دارد که کیفیت هر مرحله معمولاً و نه ضرورتاً بر اساس کیفیت مراحل قبلی است و ممکن است ترتیب مراحل بر حسب ویژگی های محیط معکوس گردد:

مرحله اول: موسسه دانشگاهی باید دیدگاه راهبردی برای خود اتخاذ کرده و توانایی تنظیم و تعیین اولویت های خود را کسب کند.

مرحله دوم: موسسه دانشگاهی نقش فعالی را در تجاری سازی دارایی های فکری حاصل از فعالیت اساتید و دانشجویان خود پیدا کند.

حمایت‌های مالی، ضرورت دارد. با توجه به مباحث مطرح شده این تحقیق در صدد پاسخگویی به این سوال است که الگوی توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشگاهی با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت‌های مالی چگونه است؟

#### مواد و روش‌ها

روش پژوهش از نوع هدف، کاربردی و از نوع جمع آوری داده‌ها کیفی-تحلیل محتوا بود. جهت آماده سازی اطلاعات از تحلیل محتوا با دو رویکرد قیاسی و استقرایی استفاده شد. بدین ترتیب که ابتدا با بر اساس ادبیات و مبانی نظری موجود، مقوله‌های اولیه استخراج شده است (رویکرد قیاسی) سپس جهت به روز نمودن و بومی کردن کدهای استخراج شده، از مصاحبه با اعضای با اعضای گروه خبرگان بهره گرفته شده است. (رویکرد استقرا). در نهایت بر این اساس محقق به تم‌ها و یا کدهای اولیه مدل تحقیق دست یافت و در مراحل به دسته بندی بر اساس کدهای محوری و کدهای انتخابی پرداخت. بر این اساس نوع مصاحبه ای که محقق استفاده نمود، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بود. پس از رسیدن به اجماع نظر و دریافت پاسخ‌های تکراری، فرایند انجام مصاحبه‌ها به اتمام رسید. در نهایت مدل مستخرج از تحلیل محتوا و طراحی گشت.

در این تحقیق جامعه آماری گروه خبرگان شامل اساتید متخصص و مجرب حوزه مدیریت، مدیران و کارشناسان با تجربه دانشگاه و مدیران باتجربه بانک‌های دولتی و خصوصی بود که دارای حداقل ۱۰ سال سابقه خدمت بودند و با مفاهیم مدیریتی آشنایی کامل داشتند. یکی از مراحل که در کیفیت پاسخ‌ها بسیار مؤثر است، انتخاب صحیح افراد مجرب و آگاه در زمینه موضوع مورد مطالعه است. نمونه انتخابی خبرگان در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی و ترکیبی از روش‌های هدفدار و قضاوتی برگزیده شدند. بر این اساس ۲۰ نفر از اساتید، مدیران و کارشناسان دانشگاه‌ها و مدیران بانکی به عنوان اعضای گروه خبرگان، برگزیده شدند. در نتیجه معیارهای انتخاب افراد کاملاً با موضوع پژوهش و مدل مورد بررسی انطباق داشت. این معیارها عبارتند از زمینه تحصیلی مرتبط، برخورداری از تجارب مفید علمی و اجرایی و داشتن سابقه مدیریتی مرتبط.

در رابطه با روش‌های جمع آوری اطلاعات در پژوهش حاضر از روش‌های عمده کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بهره‌گیری شد. در واقع از روش کتابخانه‌ای (گردآوری مقالات، کتب و تحقیقات انجام شده متعدد) جهت تهیه مبانی نظری، پیشینه استفاده گردید و از مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته برای مصاحبه با اعضای گروه خبرگان در خصوص شناسایی تم‌ها، کدهای محوری (مؤلفه) و کدهای انتخابی مدل مورد بررسی استفاده شد.

جهت تحلیل مصاحبه‌های گردآوری شده از نرم افزار NVivo (نسخه ۱۰) استفاده شد. پس از انجام هر مصاحبه، داده‌های گردآوری شده در قالب فایل word وارد نرم افزار NVivo گردید و برای انجام تحلیل کدگذاری شد.

#### یافته‌ها

در این بخش ابتدا شمایی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان آورده شده و سپس سایر مراحل تحقیق توضیحی داده شده است. توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان بدین صورت بود که ۱۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان مرد و ۳ نفر آنان زن بودند. در نتیجه اکثر مصاحبه‌شوندگان را با ۸۵ درصد مردان تشکیل می‌دهند و ۱۵ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. توزیع مدرک تحصیلی پاسخگویان از دیگر متغیرهای جمعیت‌شناختی مورد مطالعه بود. یافته‌های حاصل از این متغیر نشان می‌دهد که ۹ نفر از مصاحبه‌شوندگان دارای مدرک دکتری، ۴ نفر دانشجوی دکتری و ۷ نفر

مرحله سوم: موسسه دانشگاهی نقش پیشرویی را در بهبود محیط نوآوری محلی خود از طریق همکاری با صنعت و دولت ایفا کند(۷).

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند. کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد توجه و مطالعه بوده‌اند. در شرایط کنونی که اقتصاد کشورمان با مسائل و نارسایی‌های مهمی نظیر فرار مغزها، بیکاری یا کم کاری به ویژه فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها و نیروی انسانی متخصص، کاهش سرمایه‌گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی روبروست، پرورش و آموزش کارآفرینان از اهمیت مضاعفی برخوردار است(۸). تأمین مالی برای توسعه ایده‌های نوآورانه همواره یکی از موانع بزرگ بر سر راه صاحبان این ایده و کارآفرینان بوده و جذب سرمایه به ویژه از منابع بیرونی برای وکسب کارهای نوپا، کاری دشوار به حساب می‌آمده است(۹). تأمین مالی یکی از روش‌های نوین برای کارآفرینان به منظور تحقق و پیشبرد ایده‌های آن‌ها به شمار می‌آید و امکان جمع‌آوری منابع مالی از عموم را برای آن‌ها فراهم می‌سازد(۱۰).

فراوانی و لیسنی انگیزه‌های اقتصادی را شکل دهنده کارآفرینی دانشگاهی می‌دانند. به عقیده آنها برخی از دانشگاهها صرفاً به ترویج کارآفرینی آنها از روش‌های سنتی و غیر علمی می‌پردازند تا سرمایه‌گذاری برای تجاری سازی نتایج دانشگاهی. البته مواردی مانند گروه‌های تحقیقاتی و مالی از تحقیقات آزمایشگاهی نیز وجود دارد(۱۱). لاسرتا نیز با مصاحبه از ۱۶۰ کارآفرین دانشگاهی نتیجه می‌گیرد که بسیاری از کارآفرینان دانشگاهی بخاطر هزینه‌های سنگین تمایل به تجاری شدن نتایج تحقیقاتشان نداشتند یا آن را نیمه‌کاره رها کردند(۱۲).

اترکویتز پنج پیشران اصلی را برای تبدیل شدن دانشگاه‌های نسل دوم به دانشگاه نسل سه یا همان دانشگاه کارآفرین معرفی کرده است. عامل یا پیشران اول انجام پژوهش‌های گروهی و مشترک بین اعضای هیئت‌علمی با افراد و نهادهای دیگر در دانشکده، دانشگاه و جامعه است. عامل دوم حرکت به سمت انجام پژوهش‌های باقابلیت تجاری سازی است. پیشران سوم تدوین سازوکارهای حمایت از مالکیت معنوی برای حصول امکان انتقال نتایج پژوهش‌ها به بیرون دانشگاه معرفی شده است. عامل چهارم ایجاد امکان شکل‌گیری و رشد شرکت‌های تجاری از درون دانشگاه است؛ و بالاخره پیشران پنجم یکپارچه‌سازی عناصر درون و بیرون دانشگاه در ساختارهای جدیدی نظیر مراکز پژوهشی مشترک بین دانشگاه و صنعت معرفی شده است(۱۳).

تحقیقات نشان داده‌اند که یکی از عوامل بسیار مهم و تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی، توجه به حمایت‌های مالی است. این حمایت‌های مالی می‌تواند دولتی و غیردولتی و از طریق بانک‌ها باشد(۱۴). به عبارت دیگر فقدان حمایت‌های مالی لازم، یک مانع اصلی توسعه شرکت‌ها و سازمان‌های کوچک و متوسط است(۱۵).

با توجه به اینکه دانشگاه‌های کشور از کارآفرینی لازم برخوردار نیستند و نظر به اینکه حمایت‌های ملی یک عامل تأثیرگذار بر فرایند کارآفرینی است، لذا انجام تحقیقی در خصوص توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشگاه‌ها با تاکید بر نقش جلب و جذب

دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس بودند. جدول ۱ بیانگر این موضوع است.

جدول ۱. توزیع مدرک تحصیلی پاسخگویان

مدرک مصاحبه شوندهگان	فراوانی	درصد فراوانی
دکتری	۹	۴۵٪
دانشجوی دکتری	۴	۲۰٪
فوق لیسانس	۷	۳۵٪
جمع	۲۰	۱۰۰٪

در این مرحله از بین داده‌های خام مفاهیم اولیه از نرم افزار NVIVO استخراج شد. در ابتدا ۹۹ کد از مصاحبه‌های صورت گرفته استخراج شد. کدهای آزاد، بر اساس تشابه موضوعی و مفهومی در قالب یک کد محوری (مؤلفه) دسته بندی شدند. بر این اساس ۳۰ کد محوری (مؤلفه) استخراج شد. پس از انتخاب کدهای محوری، در این بخش به دسته بندی کدهای مشابه پرداخته شد.

جدول ۲. کدهای انتخابی

کد انتخابی	کد محوری	کدهای باز (شاخص‌ها)
ساختاری	تمرکز	تدوین بودجه واحد خود
		طراحی مناسب نظام جذب کارکنان
		مناسب بودن سطح تحصیلات
		میزان کارکنان آموزش دیده و خیره نظارت دقیق بر رعایت استانداردهای پیش بینی شده

جدول ۳. کدهای انتخابی

کد انتخابی	کد محوری	کدهای باز (شاخص‌ها)
ساختاری	تمرکز	میزان دستورالعملها و رویه های مکتوب
		طراحی مناسب نظام جذب کارکنان
		داشتن مدیران کارآمد و توانمند خودنظارتی
		ارتباطات غیررسمی مؤثر
ساختاری	استقلال	تصمیم گیری شورایی
		ائتلاف برون سازمانی میزان تقسیم کار
		پروژه محور بودن
		گروه محوری به جای خودمحور بودن
ساختاری	استقلال	میزان مشارکت مدیران عالی در جمع آوری داده ها
		اختیار در تصمیم گیری (تدوین برنامه و چگونگی عملکرد واحدها)
		اختیار در اجرا (استخدام و اخراج، پاداش و تنبیه، خرید و...)
		اختیار در تصمیم گیری (قانون گذاری)
ساختاری	پیچیدگی	میزان تقسیم کار
		تعداد واحدهای سازمان
		تعداد سطح عمودی
		تعداد مکان های جغرافیایی مجزا از سازمان
ساختاری	حرفه ای گرای	متوسط مسافت واحدها از مرکز اصلی
		داشتن مدیران کارآمد و توانمند
		عزل و نصب مسئولین بر اساس ضوابط و شایستگی
		فرصت ارتقاء در موقعیت های سازمانی
ساختاری	حرفه ای گرای	طراحی مناسب نظام جذب کارکنان
		متناسب بودن سطح تحصیلات

فرهنگ نوآوری	فرهنگ
فرهنگ پذیرش ایده های نو <td>نوآوری</td>	نوآوری
فرهنگ درگیر شدن در کار <td>قابلیت شبکه سازی و ارتباطی</td>	قابلیت شبکه سازی و ارتباطی
سیستم پاداش محرک کارآفرینی <td>ساختار</td>	ساختار
جهتگیری روشن به سمت تحول آموزشی <td>سازمانی و حکمرانی</td>	سازمانی و حکمرانی
انتقال به اعضای ستاد <td>دانشگاه</td>	دانشگاه
استقلال از دولت <td></td>	

جدول ۴. کدهای انتخابی

کد انتخابی	کد محوری	کدهای باز (شاخص‌ها)
عوامل رسمی	ابزارهای حمایتی	انواع سنجش های حمایتی هزینه های سرمایه گذاری شده در آنها
		کانال های ارتباطی هزینه های سرمایه گذاری شده در آنها
		انواع برنامه ها برای آموزش
		تقاضا برای رشته ها
عوامل غیر رسمی	نگرش های دانشگاه	توجه ها
		مطلوبیت
		نسبت به کارآفرینی
		نگرش های بیرونی نسبت به کارآفرینی دانشگاه- چگونگی متدولوژی آموزش
توسعه ای	شایستگی های کارآفرینانه	قصد کارآفرینانه دانشجویان
		هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان
		داشتن سابقه کارآفرینانه دانشجویان
		محتوای کاربردی دروس برای کارآفرینی و برگزاری کارگاه
عوامل بیرونی	فرایند یادگیری	ماهیت مشارکتی و تیمی دروس
		سطح عمومی مهارت های کسب و کار دانش آموختگان
		قابلیت جذب دانش آموختگان
		سطح فعالیت های کارآفرینانه دانش آموختگان و دانشجویان
عوامل بیرونی	مبانی نظری	مهارت های نظری دانش آموختگان
		انطباق توانایی های دانش آموختگان با نیازهای بازار کار
		اقتصادی
		اجتماعی
عوامل بیرونی	مبانی نظری	فرهنگی
		علمی
		دانشگاه یادگیرنده
		مدیریت خلاقیت
عوامل بیرونی	مبانی نظری	سازمان کارآفرین
		مدیریت کیفیت جامع
		دانشگاه پاسخگو
		یادگیری از دیگران

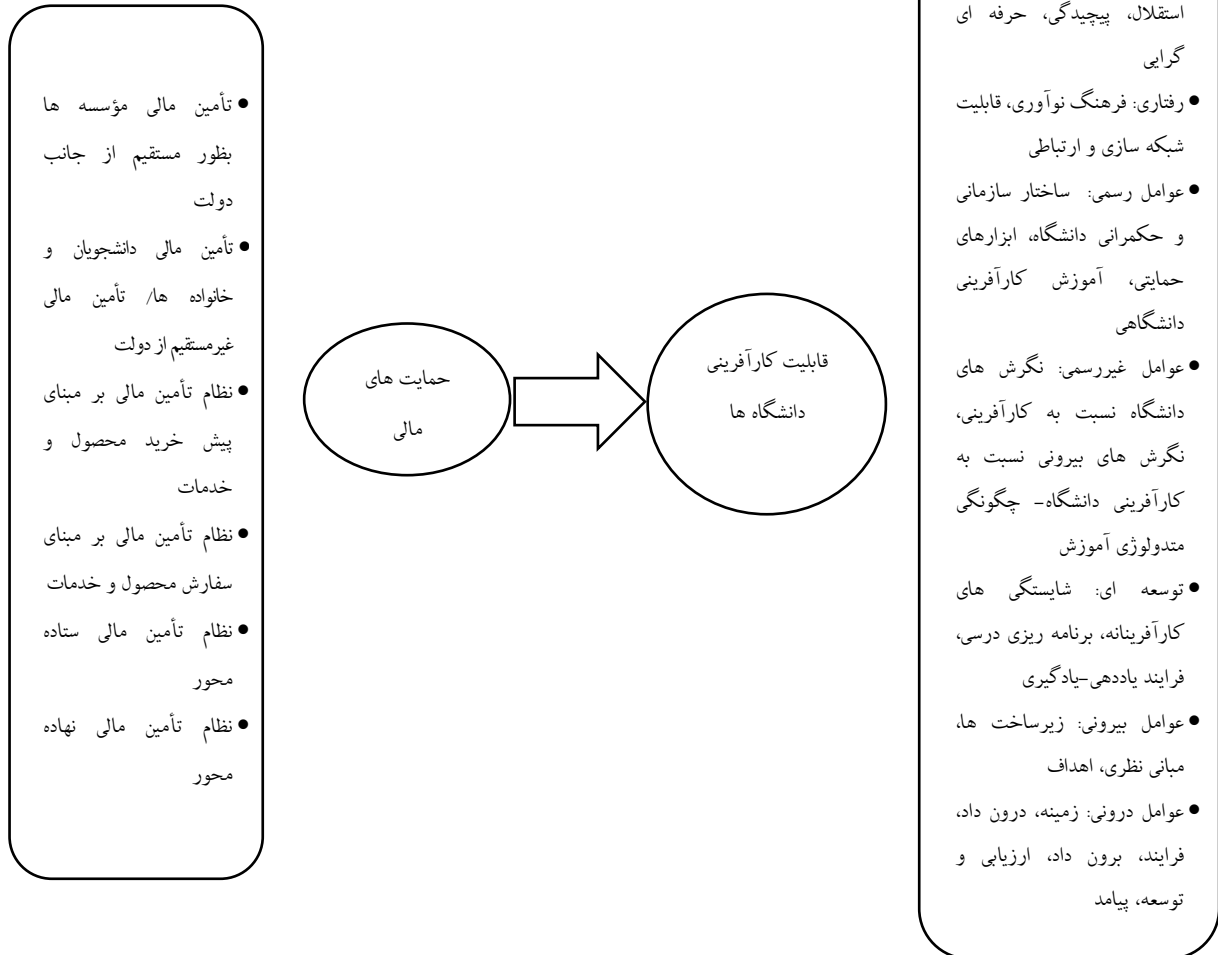
جدول ۶. کدهای انتخابی

کد انتخابی	کد محوری	کدهای باز (شاخص ها)
	تأمین مالی	سند هزینه
	دانشجویان و خانواده ها/	کمک هزینه تحصیلی (گرات ها)
	تأمین مالی غیرمستقیم از دولت	منافع (تخفیفات مالیاتی)
	نظام تأمین مالی بر مبنای پیش خرید محصولات و خدمات	تأمین منابع مالی توسط بازار به وسیله پیش خرید محصولات و خدمات آموزش عالی
	نظام تأمین مالی بر مبنای سفارش محصول و خدمات	تأمین درون دادهای آموزش عالی توسط بازار (به منظور دستیابی به محصولات و خدمات مورد نیاز خود)
	نظام تأمین مالی بر مبنای سفارش محصول و خدمات	تأمین منابع مالی آموزش عالی توسط دولت بر مبنای برون دادها و عملکرد
	نظام تأمین مالی نهادی محور	تأمین منابع مالی آموزش عالی توسط دولت بر مبنای درون دادها

نتایج حاصله از جداول ۲ تا ۶ نشان می‌دهد که کدهای محوری و کدهای باز استخراج شده از مصاحبه ها در نهایت در قالب ۸ کد انتخابی دسته بندی شدند. بر این اساس در نهایت ۸ کد انتخابی، ۳۰ کد محوری و ۹۹ کد باز نهایی شدند. این عوامل استخراج شده در قالب پرسشنامه کمی تدوین و پس از بررسی پایایی آن در بین اعضای نمونه مورد بررسی توزیع گردید. مدل نهایی پژوهش که سوالات پژوهش بر اساس آن پاسخ داده شده و در شکل ۱ به نمایش درآمده است. این مدل شامل قابلیت‌های کارآفرینی دانشگاه و جلب و جذب حمایت‌های مالی به همراه ابعاد و مؤلفه‌های آن‌ها است.

جدول ۵. کدهای انتخابی

کد انتخابی	کد محوری	کدهای باز (شاخص ها)
	اهداف	شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت ها شناسایی فرصت ها و استفاده بهینه از آنها فراهم کردن زمینه بروز پرورش ایده ها و خلاقیت ها
عوامل بیرونی		ایجاد، تحکیم، تعمیم و توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه ها
		کسب جایگاه ویژه در ارائه خدمات علمی و تخصص مورد نیاز جامعه
	زمینه	چشم انداز برنامه استراتژیک ساختار ساختار عوامل انسانی منابع مالی
	درون داد	برنامه های عملیاتی امکانات روش ها رهبری نظام اداری محیط محصولات رضایت فرهنگ کارآفرینی
عوامل درونی	فرایند	ارزیابی درونی ارزیابی بیرونی بازنگری و اصلاح مرجعیت منزلت الگوسازی
	برون داد	بودجه های مقوله ای و قطعی بودجه های مذاکره ای تأمین مالی بر مبنای فرمول تأمین مالی بر مبنای عملکرد (عملکرد محور)
	ارزیابی و توسعه	
	پیامد	
منابع مالی	تأمین مالی مؤسسه ها بطور مستقیم از جانب دولت	



شکل ۱. مدل کیفی به همراه ضرایب استانداردشده

## نتیجه گیری

این پژوهش با هدف ارائه الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر جلب و جذب حمایت های مالی، انجام شد. در واقع در این پژوهش با توجه به اهمیت قابلیت های کارآفرینی و همچنین حمایت های مالی مؤثر در این فرایند در دانشگاه های کشور؛ محقق سعی نموده است که مدل افزایش قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها را با رویکرد حمایت های مالی را طراحی نماید.

محقق با دنبال نمودن رهنمودهای پژوهشی مستند در پیشینه، گردآوری و مطالعه تعداد متعددی از نظریات و مدل های کارآفرینی سازمانی و حمایت های مالی و نیز با جمع آوری نظرات و دیدگاه های مختلف خبرگان و متخصصین موضوع با استفاده از تحلیل محتوا، سعی در شناسایی کدهای آزاد، کدهای محوری و کدهای انتخابی مورد نیاز مدل نمود.

در رابطه با سوال «الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی چگونه است؟» می توان بر اساس یافته های پژوهش بیان داشت ابعاد توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی شامل بعد ساختاری (شامل مؤلفه های تمرکز، استقلال، پیچیدگی و حرفه ای گرای؛ بعد رفتاری (شامل مؤلفه های فرهنگ نوآوری و قابلیت شبکه سازی و ارتباطی)؛ بعد عوامل رسمی (شامل مؤلفه های ساختار سازمانی و حکمرانی دانشگاه، ابزارهای حمایتی و آموزش کارآفرینی دانشگاهی)؛ بعد عوامل غیررسمی (شامل مؤلفه های نگرش های دانشگاه نسبت به کارآفرینی و نگرش های بیرونی نسبت به کارآفرینی دانشگاه-چگونگی متدولوژی)؛ بعد عوامل توسعه ای (شامل مؤلفه های شایستگی های کارآفرینانه، برنامه ریزی درسی و فرایند یاددهی-یادگیری)؛ بعد عوامل بیرونی (شامل مؤلفه های زیرساخت ها، مبانی نظری و اهداف)؛ بعد عوامل درونی (شامل مؤلفه های زمینه، درون داد، ارزیابی و توسعه و پیامد)؛ بعد حمایت های مالی (شامل مؤلفه های تأمین مالی مؤسسه ها بطور مستقیم از جانب دولت، تأمین مالی دانشجویان و خانواده ها/ تأمین مالی غیرمستقیم از دولت، نظام تأمین مالی بر مبنای پیش خرید محصول و خدمات، نظام تأمین مالی بر مبنای سفارش محصول و خدمات، نظام تأمین مالی ستاده محور و نظام تأمین مالی نهاده محور) است.

در رابطه با سوال «ابعاد توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها کدامند؟» می توان بر اساس یافته ها بیان کرد: در مدل قابلیت های کارآفرینی دانشگاه و جلب و جذب حمایت های مالی، ابعاد قابلیت های کارآفرینی عبارتند از: ساختاری، رفتاری، عوامل رسمی، عوامل غیررسمی، عوامل توسعه ای، عوامل بیرونی و عوامل درونی. بر اساس نتایج حاصله بُعد درون و بُعد رفتاری دارای بیشترین میزان اهمیت می باشند. لذا در ادامه پیشنهاداتی جهت بهبود این دو بُعد ارائه شده است:

الف) بُعد درونی: ۱. تدوین چشم انداز کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در دانشگاه ها ۲. ارزیابی به موقع و منظم برنامه ها و عملیات توسط مدیران ۳. وجود رهبری حمایت گرانه در دانشگاه ها ۴. استفاده از نظرات و پیشنهادات کارکنان و اعطای قدرت تصمیم گیری به آنها ۵. ایجاد مدیریت مشارکتی در سازمان و عدم دخالت مدیران در تمامی کارهای کارکنان  
ب) بُعد رفتاری: ۱. ایجاد فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه ها و حمایت از آن ۲. برگزاری جشنواره ها و کنفرانس ها جهت ارائه ایده های نو ۳. طراحی سیستم پاداش متناسب با عملکرد کارکنان ۴. در نظر گرفتن پاداش و ترفیع برای ایده های نو ۵. کاهش قوانین و مقرررات نظارتی در دانشگاه ۶. افزایش روحیه کار تیمی در

## دانشگاه.

در تبیین یافته های پژوهش می توان به پژوهش گوئرو و اوربانو (۲۰۱۰) با عنوان «توسعه دانشگاه کارآفرین» در اسپانیا اشاره کرد. در این پژوهش مؤلفین به بررسی روابط متقابل عوامل درونی (از قبیل منابع انسانی، مالی، فیزیکی و تجاری، و قابلیت های از قبیل وضعیت، شبکه ها و موضعی کردن) و عوامل محیطی (از قبیل عوامل رسمی مانند سازمان و ساختار حکمرانی کارآفرینانه، ابزارهای حمایتی کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی، عوامل غیر رسمی مانند نگرش های جمعی دانشگاه به کارآفرینی، روش شناسی های آموزش کارآفرینی و الگوهای نقش سیستم های پاداش) پرداختند که وضعیت توسعه دانشگاه های کارآفرین را نسبت آموزش، پژوهش و مأموریت های کارآفرینانه تعیین میکنند و باید به آنها دست یافت. محققین نشان دادند که همه دانشگاه های مورد مطالعه بر انجام آموزش، پژوهش و مأموریت های کارآفرینانه به طور همزمان تمرکز و توجه میکنند. بیشترین ارزش را فعالیت های مربوط به انتقال دانش، ارتقای فرهنگ کارآفرینی، و مشارکت در توسعه منطقه ای در اختیار داشتند. در این پژوهش عوامل محیطی نسبت به عوامل درونی، سهم بیشتری از مأموریت های دانشگاه های کارآفرین را در اختیار داشتند. تحلیل مسیر ساختاری داده ها نشان داد که میان عوامل درونی و محیطی ارتباط متقابل معنی دار و مثبتی وجود دارد.

بر اساس نتایج مدل نهایی تحقیق، بُعد درونی و بُعد رفتاری به ترتیب دارای بیشترین میزان اهمیت در ساخت الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی بودند. لذا در ادامه پیشنهاداتی کاربردی جهت بهبود این دو بُعد ارائه شد:

الف) بُعد درونی: ۱. تدوین چشم انداز کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در دانشگاه ها ۲. داشتن برنامه های استراتژیک و مشخص نمودن اهداف و وظایف هر یک از بخش های دانشگاه ها در پیشبرد اهداف برنامه استراتژیک ۳. ارزیابی به موقع و منظم برنامه ها و عملیات توسط مدیران ۴. وجود رهبری حمایت گرانه در دانشگاه ها ۵. استفاده از نظرات و پیشنهادات کارکنان و اعطای قدرت تصمیم گیری به آنها ۶. ایجاد مدیریت مشارکتی در سازمان و عدم دخالت مدیران در تمامی کارهای کارکنان  
ب) بُعد رفتاری: ۱. ایجاد فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه ها و حمایت از آن ۲. حمایت از ایده ها و نوآوری های کارکنان و دانشجویان ۳. برگزاری جشنواره ها و کنفرانس ها جهت ارائه ایده های نو ۴. طراحی سیستم پاداش متناسب با عملکرد کارکنان ۵. کاهش قوانین و مقرررات نظارتی در دانشگاه ۶. افزایش روحیه کار تیمی در دانشگاه.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر و ضرورت تکمیل این پژوهش با انجام سایر پژوهش های مرتبط توسط سایر محققین پیشنهاد می گردد، در ارتباط با موضوعات ذیل تحقیق نمایند: ۱. طراحی و تبیین الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی به تفکیک دانشگاه های آزاد و دولتی کشور و مقایسه نتایج ۲. مطالعه تطبیقی الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با تاکید بر نقش جلب و جذب حمایت های مالی در داخل و خارج از کشور ۳. استفاده از سایر روش های تحقیق همچون روش APH و اولویت بندی عوامل مؤثر بر مدل قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با رویکرد حمایت های ملی ۴. طراحی الگوی توسعه قابلیت های کارآفرینی دانشگاه ها با رویکردهای مختلفی نظیر نقش حمایتگر مدیران، رفتار سیاسی مدیران، مدیریت مشارکتی و...

پژوهشگر برای انجام این تحقیق با محدودیت ها و موانع بسیاری مواجه گردید و برای رفع آن و دستیابی به نتایج واقع گرایانه، وقت و هزینه های متفاوتی را صرف نمود، که از مهمترین این محدودیت های محقق و تحقیق به موارد ذیل اشاره

8. Rahimi Kalishadi, Mohammad and Gholamreza Goodarzi, 2017, The role of banks and credit institutions in supporting productive activities and job creation (with emphasis on reforming the banking model), Third Islamic Financial Conference, Tehran, Islamic Financial Association of Iran.
  9. Cosh A, Cumming D, Hughes A. (2009). Outside entrepreneurial capital. *The Economic Journal*, 119(540), 1494-1533
  10. Steinberg S, DeMaria R. (2012). *The Crowd funding Bible: How to raise money for any startup, video game or project*, edited by J. Kimmich, 1– 80. Cincinnati, OH: ReadMe Publishing.
  11. Franzoni C, Lissoni F. 2006, Academic entrepreneurship, patents, and spin –offs: critical issues and lesson for Europe, Presented European Commission as part of the KEINS project USA Georgia State University & Italy.
  12. Lacetera, N., 2008, Academic Entrepreneurship. MIT doctoral dissertation USA, Massachusetts Institute of Technology.
  13. Etzkowitz H. (2017). Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge firmament. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 122–129.
  14. Metawea C. (2020), toward a theory sustainable entrepreneurship. *Journal of business venturing*.
  15. Jochaud N. (2013), Barriers to entrepreneurship and business creation. EEC/Act04/02, European Entrepreneurship Cooperation.
- Guerrero M, Urbano D. (2012). The development of an entrepreneurial university. *The Journal of Technology Transfer* volume 37, pages43–74

نمود. محدودیت زمانی برای گردآوری اطلاعات حاصله از مصاحبه و وقت گرفتن از اعضای گروه خبرگان همچنین گردآوری داده‌های پیمایشی و تکمیل پرسشنامه‌ها در انجام عملیات میدانی، با توجه به ماهیت نمونه مورد مطالعه تحقیق، از جمله مشکلات و موانع این تحقیق بود. عدم توانایی در کنترل و بررسی نقش سایر عوامل تأثیرگذار بر قابلیت‌های کارآفرینی دانشگاه‌ها مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر می‌باشد. بدون شک سایر عوامل و متغیرها در ساخت این مدل دخیل می‌باشند که محقق با توجه به محدودیت‌های زمانی و قلمرو تحقیق، قادر به بررسی و کنترل سایر عوامل مؤثر در مدل مذکور نبوده است. همچنین از جمله محدودیت‌های خارج از اختیارات پژوهشگر می‌توان به موارد مقابل اشاره کرد: ۱. عدم همکاری برخی از نمونه آماری در جهت اجرای پرسشنامه ۲. عدم کنترل و آگاهی از وضعیت روحی و انگیزه آزمودنی در پاسخ به سؤال‌های پرسشنامه ۳. عدم کنترل بر جلوگیری از اعمال نظر شخصی شرکت‌کننده‌ها در پاسخ به سؤال‌های پرسشنامه.

### References

1. Guerrero M, Urbana D. (2012). “The Development of an Entrepreneurial University”, the *Journal of Technology Transfer*, 37(1).
2. Darwish, Hassan; Alwani, Mehdi; Salehi Sadeghiani, Jamshid; Abbaszadeh, Hassan; (2011), *Journal of Management Studies, Improvement and Transformation*, No. 66.
3. Poor Atashi, Mahtab, Parhizgar, Morteza (2017) Designing a Conceptual Model of Entrepreneurial Competencies of Entrepreneurial University Graduates (Forecasts, Qualifications, and Outcome), *Technology Development Quarterly*, Year 13, No. 51.
4. Cantaragiu, R., Paunescu, C., & Hadad, S. (2014). The social impact of university entrepreneurship in Romania: Is the institutional discourse replicated or adapted? *Management & Marketing*, 9(4), 403
5. Hosseini, Seyed Rasoul, Tabaian, Seyed Kamal, Goodarzi, Reyhaneh (2015) A Framework for the Development of University Entrepreneurship, *Journal of Entrepreneurship Development*, Volume 11, Number 4. From pp. 679-661
6. Nasr Esfahani, Ali, Ghaffari, Mohammad (2012) Presenting a Process Model for University Entrepreneurship, National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses, Mazandaran University.
7. Saadi, Heshmatollah, Kowsari, Niloufar, Karimi, Saeed (2017) Component Evaluation of Entrepreneurial University: A Case Study of Western Universities, *Iranian Journal of Higher Education*. Volume 9, Number (4)