

## مطالعه کیفی: شناسایی مولفه های دانشگاه کارآفرین

**معصومه صفریان ناوخی:** دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

**عادل زاهد بابلان\***: عضو هیأت علمی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

**مهدی معینی کیا:** عضو هیأت علمی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

**علی رضایی شریف:** عضو هیأت علمی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

**چکیده:** مأموریت دانشگاه‌ها در بستر زمان، همگام با تحولات و دگرگونی های جهانی و در راستای هدف پاسخگویی به نیازهای اقتضایی جوامع، دچار تحول شده و به سوی مشارکت در پارادایم کارآفرینانه در حال حرکت است، الگوی علمی این پژوهش براساس مصاحبه کیفی صورت گرفته با روسای دانشگاه‌ها و نخبگان دانشگاهی و روش نمونه‌گیری به دو صورت هدفمند و گلوله‌ی برفی می‌باشد و در نهایت با مراجعه به خبرگان، ۲۲ مصاحبه کیفی صورت گرفت و با استفاده از تکنیک گرند تئوری به شناسایی مولفه های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه پیام نور پرداخته شد. ضرورت هر یک از مولفه های مدل استخراج شده برای شناسایی مولفه های دانشگاه کارآفرین بررسی گردیده، پژوهش با روش کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و انتخابی تحلیل شد. یافته‌ها بیانگر ۲ کد اصلی استخراج و کدها در ۹ محور گروه‌بندی شده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مقوله های شناسایی شده که بیشترین تاثیر را در ایجاد دانشگاه کارآفرین دارد به ترتیب: عوامل درونی (کیفیت خدمات-منابع مالی-توانمند ی-ساختار سازمانی-فرهنگ سازمانی-سیاستهای آموزشی و پژوهشی- مدیریت و رهبری) عوامل بیرونی(عوامل زمینه ای ملی و منطقه ای- عوامل بین المللی) می باشد.

**واژگان کلیدی:** دانشگاه کارآفرین، عوامل درونی - بیرونی - ملی و منطقه ای.

**\*نویسنده‌ی مسؤؤل:** عضو هیأت علمی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

Email: zahed@uma.ac.ir

## مقدمه

کارآفرین را مهمترین عامل توسعه اقتصادی دانسته اند. شومپتر معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک پذیری، هوش، اندیشه و وسعت دید، فرصتهای طلایی می آفریند. او قادر است که با نوآوریها تحول ایجاد کند و یک شرکت زبان ده را به سود دهی برساند (لین ۲۰۱۲). امروزه بسیاری از شرکت ها به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده اند. بدیهی است دانشگاه ها و نظام آموزشی عالی به منظور همسویی هر چه بیش تر با فرایند توسعه ی اقتصادی بومی، منطقه ای و بین المللی به تغییر نقش سنتی خود که صرفاً تولید دانش می باشد به سوی دانشگاه های کارآفرین که افزون بر تولید دانش و خلق ایده ها، آن ها را به عمل هم تبدیل می کنند، حرکت کنند در واقع ایده ی توسعه ی دانش محور و برنامه های توسعه ای کشورها، ماموریت کارآفرینی را به دانشگاه ها تحمیل کرده است. این روند را در کشورهای توسعه یافته از اواخر دهه ۱۹۸۰ می توان دید (خسروآبادی ۱۳۹۵)

عامل مهم دیگری که در حرکت دانشگاه ها به سمت کارآفرین شدن نقش دارد، ایده تجاری سازی نتایج دانش فنی است که به موتور یا پمپ دانش معروف شده و انگیزه ی زیادی را برای سیاست گذاران اقتصادی کشورها جهت تشویق توسعه ی دانشگاه های کارآفرین به وجود آورد این روند باعث شد تا کشورهای زیادی بر ضرورت تربیت کارآفرینان با القای شاخص کارآفرینی در نظام آموزشی به ویژه در سطوح عالی تاکید کنند البته باید در نظر داشت که کارآفرین شدن دانشگاه ها تقابلی با برنامه ها و مسئولیت های اصلی دانشگاه ها در آموزش و توسعه ی خدمات آموزشی - تحقیقاتی در جامعه ندارد. اما مسأله ی مهم ترس مدیران دانشگاه ها می باشد که مانع از توسعه ی ماموریت کارآفرینی در دانشگاه ها می شود. (خسروآبادی ۱۳۹۵)

پدیده کار آفرینی ابعاد گسترده ای داشته، گرد هم آوردن منابع تکنولوژیکی، فنی و آموزشی و مالی را در بر دارد.

دانشگاه ها می توانند بخشی از فعالیت خود را به پرورش کار آفرینان تخصیص دهند. هر چند دانشگاه می تواند فقط به تولید و عرضه فن آوری و دانش بسنده کند و آن را در اختیار دانشجویان و جامعه بگذارد، اما این به معنای موفقیت نیست اگر این فن آوری بدست آمده را در جامعه بکار گیرد و آن را در اختیار کار آفرینان بگذارد به معنای دیگر جنبه عملی این فن آوری را نیز خودش تا حدودی عهده دار باشد، به موفقیت علمی و عملی توأم دست یافته است. دانشگاه می تواند افقها و فرصت های بهره وری فن آوری را برای افراد ترسیم نماید و آنها را در جهت استفاده هدایت کند. نگاهی که دانشگاه نسبت به فن آوری دارد نباید صرفاً خود فن آوری باشد بلکه کارآفرینی را در جهت استفاده بهینه و اشتغال زایی برای جوانان در بحث توسعه فن آوری در نظر داشته باشد. به این دلیل مسئولین دانشگاه به تنهایی نمی توانند عهده دار چنین مسئولیت خطیری شوند در بحث کارآفرینی می توانند جنبه ارشادی و اغنایی افراد را ایفا کنند چون در کشور ما هنوز پدیده کارآفرینی به صورت گسترده عملی نشده است، مردم به یک نقش هدایتی نیازمندند که در عرصه عملی فن آوری پیش قدم شوند (تولایی ۲۰۱۳) اواخر دهه ۵۰ میلادی، اولین کشوری که در این زمینه خیلی کلاسیک کارکرد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد و آموزش هایی را دارد، کشور ژاپن بود. مسئله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاهها هم کشیده بین سالهای ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۹ میلادی بیش از ۹۶۶ نوآوری صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و برتر تبدیل کند، توسط کارآفرینان صورت گرفت. آموزش کارآفرینی سایتی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می گذارد. به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها بویژه کشورهای پیشرفته که حتی الامکان موانع و مشکلات برطرف شده اند، دولت ها به شکوف کردن توان بالقوه مردم پرداخته (عزیزی ۱۳۸۲). اگر نگاهی بر سیر تاریخی نظریات توسعه صنعتی داشته باشیم درمی

شود. مساله اصلی در پژوهش حاضر شاسایی مولفه‌های دانشگاه کارآفرین (دانشگاه پیام نور) می باشد؟

### مواد و روش ها

روش پژوهش در این تحقیق کیفی است مرحله اول، توصیف و تحلیل پژوهش‌های مرتبط با الگوی دانشگاه کارآفرین به صورت کتابخانه ای است و مرحله دوم، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته با نخبگان آگاه و روسای دانشگاهها برای یافتن عوامل مرتبط با دانشگاه کارآفرین بوده جامعه آماری تحقیق شامل کلیه صاحبانظران در سه حوزه علمی، اجرایی و پژوهشی (خراسان شمال، اردبیل، تهران) می باشد که بنا بر پیشینه خود تجارب و سوابق مدیریتی و اجرایی ارزشمندی داشتند. در ادامه برای انتخاب نمونه از دو روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی در این مرحله استفاده شده است نمونه گیری تا جایی ادامه یافت که پژوهشگر به این نتیجه رسید که اطلاعات جدید همان تکرار اطلاعات قبلی (اشباع نظری) است و دیگر اطلاعات مفهومی جدیدی به دست نمی آید که نیاز به کد جدید یا گسترش کدها کنونی داشته باشد در انتها تعداد ۲۲ مصاحبه کیفی از گروه نخبگان صورت گرفت. محققان کیفی در عرصه علوم رفتاری بر این باورند که در نظریه هایی که در طول زمان قابل اصلاح و تعدیل اند، به جای واژه اعتبار و روایی باید از واژه های مقبولیت و انتقال-پذیری و تایید پذیری استفاده کرد از این روش هایی برای افزایش مقبولیت تحقیق کیفی پیشنهاد شده است منابع داده متعدد، تحلیلگران متعدد و روش های متعدد. در این پژوهش سعی شده همه موارد رعایت شود نتایج تحقیق نشانه تعمیم پذیری نتایج حاصله شده به سایر گروه های مشابه است تقریباً مطالعات صورت گرفته الگوی کدگذاری پارادیمی را برای تحلیل داده های حاصل از گرند تئوری معرفی می کنند که در قالب فرایند کدگذاری سیستماتیک در سه مرحله باز، محوری و انتخابی منجر به ایجاد این الگو می شود در کدگذاری باز پژوهشگر با ذهنی باز مفاهیم را نام گذاری می کنند در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می شود، فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده از حالت کاملاً باز خارج می شود و شکلی گزیده به خود می گیرد سومین مرحله کدگذاری انتخابی یا گزینشی است در این مرحله،

یابیم که جدیدترین این نظریات تاکید دارند که توسعه صنعت مبتنی بر علم و نوآوری است و بدون قرار گرفتن در صف پیشروان علم و نوآوری، هیچ کشوری در پیمودن سریع مسیر توسعه صنعتی موفق نخواهد بود و این موضوعی است که می تواند از طریق تحقیق نیز بررسی و شواهد لازم ارائه شود (صفری ۱۳۹۳). طبیعی است که بارزترین چیزی که می تواند ما را به این مقصود برساند دانشگاهها و مراکز کارآفرینی و تحقیقاتی است و این مراکز که دانشگاه های کارآفرین هستند این را به عرصه ی ظهور رسانده اند. دانشگاه کار آفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق می شوند. این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می کند. این حمایت شامل حمایت های آموزشی مالی و بازار یابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتاب خانه ها آزمایشگاهها و ... را پیدا می کنند. در چنین دانشگاههایی برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم می شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند. با آنها همکاری می شود تا مشکلات آنها پیش بینی شده و از فرصت های بدست آمده استفاده کنند که خود تجربه ای ارزشمند در حیطه مالی و بازار یابی است (زالی ۱۳۹۲).

یکی از مسائل اساسی برای تدوین الگوی کارآفرینی در دانشگاهها، ارتباط مداوم دانشگاه چابک و به لحاظ مدیریتی کوچک با بازار اقتصادی دانش بنیان و تغییرات مداوم آن، بازار محور، مساله ای است که از سویی نگاه های مدیریتی را برای تامین منابع مالی دانشگاه به خود جلب کرده و از سوی دیگر عدم ثبات پژوهشی و علمی به معنای سابق آن و تقدم بازار اقتصادی بر جهت گیری پژوهشی دانشگاه، روشنفکران را نسبت به رخدادهای آن در ایران نگران کرده است (صمدی میار کلانی ۱۳۹۳). از آنجا که در دانشگاههای ایران به توسعه دانشگاه کارآفرین کمتر پرداخته شده و با توجه به رسالت جدید آموزش عالی در سراسر جهان، و نیز تاکید بر توسعه کارآفرینی دانشگاه در سند ششم توسعه، انتظار می رود تا با شناسایی و تبیین عوامل موثر گام های اثربخشی برداشته

## یافته‌ها

یافته‌های پژوهش با استفاده از تحلیل همزمان و همچنین فرایند کدگذاری، هنگام و پس از مصاحبه صورت گرفت که نتایج آن به تفکیک ارائه می‌شود.

پژوهشگر به تکوین نظریه ای در رابطه میان مقوله های به دست آمده در الگوی کدگذاری محوری می پردازد این مرحله فرایند یکپارچه سازی و بهبود نظریه است در نهایت با استفاده از تحلیل داده پردازی بنیادی داده ها، یافته های خلاصه و طبق بندی و سپس نتیجه گیری شده است.

جدول ۱. مفاهیم استخراجی اولیه تبدیل دانش به ثروت، کدگذاری ثانویه و شکل دهی کدهای مفهومی و مقولات

مفاهیم	مفاهیم ثانویه	مفاهیم استخراجی اولیه دانشگاه کارآفرین
عوامل درونی	کیفیت خدمات	ماموریت و اهداف روشن حمایت کننده چشم انداز و رسالت وجود راهبرد پژوهشی مشخص تدوین قوانین پژوهش محور، هم ترازوی چشم انداز ماموریت و تصمیم گیری درک نیازهای بازار و جامعه تاسیس استارت آپ ها
	منابع مالی	بودجه اختصاصی داده شده به پژوهش درآمد حاصل از شهریه درآمد حاصل از خدمات دانشجویی حمایت های مالی دانشگاه از پژوهشگران، میزان بودجه اختصاصی دولت به دانشگاه
	توانمندی کارآفرینی	توانمندی اعضای هیئت علمی مهارت های ارتباطی و نوشتاری وجود رشته های تحصیلی بین رشته ای تعداد طرح های تحقیقاتی تجاری سازی شده در دانشگاه مراکز تحقیقاتی و پارک های علمی مرتبط با دانشگاه
	ساختار کارآفرین	تعداد سطوح عمودی، طراحی مناسب نظام جذب اعضای هیئت علمی میزان تقسیم کار (بخش بندی سازمان) بازسازی ساختار سنتی دانشگاه کاهش رسمیت ساختار کاهش سطوح سازمانی
	فرهنگ کارآفرینی	تغییر و تحول ارزشهای سازمانی وجود رفتار کارآفرینی در دانشجویان و اساتید وجود فرهنگ همکاری صنعتی اجتماعی، بین المللی، تحقیقاتی
عوامل بیرونی	مدیریت و رهبری	مدیریت حرفه ای در سطوح عالی دانشگاه، انعطاف پذیری و سرعت در تصمیمات دانشگاه، تخصیص بودجه و حمایت از طرح های پژوهشی رویکرد مدیریتی حامی کارآفرینی، مدیریت دارایی های فکری
	عوامل زمینه ای (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی)	تعداد طرح های پژوهشی در همکاری با گروه های خارج از دانشگاه تعداد پروژه های مشترک با صنعت و یا بخش خصوصی کاهش فاصله دانشی میان دانشگاه و صنعت قابلیت ارتباط با کارآفرینان محلی و منطقه ای و ملی
	عوامل بین المللی	جهت گیری استراتژیک پژوهش، تحقیق و توسعه توسعه دانشگاه در تراز بین المللی

جدول ۲. مفاهیم استخراجی نهایی دانشگاه کار آفرین، مقوله های اصلی و فرعی

عوامل (مقوله اصلی)	مقوله فرعی	مفاهیم
عوامل درونی	کیفیت خدمات	ماموریت و اهداف روشن حمایت کننده کار آفرینی - ماموریت و اهداف روشن حمایت کننده - چشم انداز و رسالت - اهداف و استراتژی - فرهنگ سازمانی - ویژگی های فردی - وجود راهبر د پژوهشی مشخص - تدوین قوانین پژوهش محور - هم ترازی چشم انداز، ماموریت و تصمیم گیری - درک نیازهای بازار و جامعه - اهداف مربوط به تاسیس استالرات آپ ها
	منابع مالی	بودجه اختصاص داده شده دانشگاه به پژوهش - درآمد حاصل از شهریه - درآمد حاصل از کمک های دولتی - درآمد سرمایه گذاری و موقوفات - فروش خدمات آموزشی و پژوهشی - هدایا و کمک های مردمی - درآمد حاصل از خدمات دانشجویی - جذب منابع مالی - حمایت های مالی دانشگاه از پژوهشگران - خود مختاری مالی و استقلال مالی دانشگاه - قدرت و نفوذ نهاد تصمیم گیری دانشگاه در تخصیص منابع درآمدی و مالی جدید به دانشگاه
	توانمندی	توانمندی اعضاء هیئت علمی - توانمندی اعضاء هیئت علمی مهارت های ارتباط کلامی و نوشتاری - توجه به اخلاق علم مانند مالکیت فکری - برنامه ریزی و تنظیم اهداف - تجزیه و تحلیل مسائل / حل مساله - رقابتی بودن محیط دانشگاه - وجود رشته های تحصیلی بین رشته ای در دانشگاه - تعداد طرح های تحقیقاتی تجاری سازی شده در دانشگاه - تعداد مراکز تحقیقاتی و پارک های علمی مرتبط با دانشگاه
	ساختار سازمانی	ساختار سازمانی منعطف - تعداد سطوح عمودی، - طراحی مناسب نظام جذب اعضاء هیأت علمی - میزان تقسیم کار (بخش بندی -ازمان) - پروژه محور بودن - بازسازی ساختار سنتی دانشگاه - کاهش رسمیت های بیش از حد اداری - کاهش سطوح سازمانی تا حد ممکن
	فرهنگ سازمانی	فرهنگ سازمانی کار آفرینانه - تغییر و تحول ارزشهای سازمانی - نوآوری، خلاقیت و مخاطره پذیری - مشارکت، استقلال طلبی و قبول مسئولیت - درک تغییر و کشف فرصت تحریک و پرورش انگیزه ها وجود رفتار کار آفرینی در دانشجویان و اساتید - ساختار سازمانی منعکس کننده فرهنگ کار آفرینی - وجود فرهنگ همکاری صنعتی، اجتماعی، بین المللی، تحقیقاتی
	سیاستهای آموزشی و پژوهشی	کیفیت دانش آموختگان - ارائه آموزش پژوهش محور - ارتباط برنامه های آموزشی با اقتصاد ملی - ارتباط برنامه های آموزشی با نیازهای بازار و صنعت - وجود تشویق و پاداش در انجام تحقیقات کاربردی و بنیادی
	مدیریت و رهبری	رهبری اجرایی قوی و با نفوذ - نفوذ آرمانی - ترغیب ذهنی - انگیزش الهامبخش - ملاحظات فردی - رهبری تحولی - توانایی مدیریت دارایی های فکری - انعطاف پذیری و سرعت در تصمیمات دانشگاه - تخصیص بودجه و حمایت از طرح های پژوهشی - رویکرد مدیریتی حامی کار آفرینی
عوامل بیرونی	عوامل زمینه ای ملی و منطقه ای	حجم پروژه های مشترک بین دانشگاه و صنعت و بخش خصوصی ارتباط با ارباب رجوع - محیط اجتماعی - فرهنگی - محیط اداری - حجم پروژه های مشترک بین دانشگاه و صنعت و بخش خصوصی تعداد کارشناسان متخصص همکار با دانشگاه، - حجم سرمایه گذاری مشترک، - تعداد طرح های پژوهشی در همکاری با گروههای خارج از دانشگاه - حجم سرمایه گذاری مشترک بین دانشگاه و صنعت و بخش خصوصی - تعداد طرح های پژوهشی در همکاری با گروههای خارج از دانشگاه - تعداد پروژه های مشترک با صنعت و یا بخش خصوصی - کاهش فاصله دانشی میان دانشگاه و صنعت - قابلیت ارتباط با کار آفرینان محلی و منطقه ای و ملی
	عوامل بین المللی	تأثیر پذیری از محیط بین المللی - جهت گیری استراتژیک - گرایش به منابع - گرایش به رشد - ساختار مدیریت - گرایش به بازار بین الملل - گرایش به یادگیری بین المللی - تأثیر پذیری از محیط بین المللی - ارتباط با محیط بین المللی در آموزش، پژوهش تحقیق و توسعه - توسعه دانشگاه در تراز بین المللی

بحث و نتیجه گیری

ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی در قالب عوامل درونی دانشگاه به دست آمد. یافته ها با نتایج پژوهش آرانها و گارسیا (۲۰۱۴)، حسنی (۱۳۹۵) همسو است. مدیریت مشارکتی شامل ایجاد ساختار مدیریتی است که تمام بخشهای دانشگاه را به رفتارهای مبتکرانه و کارآفرینانه

هدف از این پژوهش شناسایی مولفه های دانشگاه کارآفرین می باشد در همین راستا مولفه ها با دو مقوله اصلی عوامل داخلی و خارجی و ۹ مقوله فرعی شناسایی شدند مقوله های کیفیت خدمات، منابع مالی، توانمندی،

در نهایت، توانایی های دانش آموختگان با نیازهای بازار کار انطباق داده شود و مهارت هایی که کاربرد چندانی در بازار کار کشور ندارند، حذف شوند و مهارت های مرتبط از طریق دوره های کاربردی به صورت کارگاهی آموزش داده شود.

## References

- Aranha, E A, Garcia, N P (2014), Dimensions of a metamodel of an entrepreneurial university, *African Journal of Business Management*, Vol.8, No.10, Pp.336-349.
- Audretsch, D (2000), Is University Entrepreneurship? Working Paper, Mimeo, Indiana University.
- Azizi, M (2003), A Study and Comparison of the Fields of Incubation and Development in the Students of Shahid Beheshti, Tehran, Shahid Beheshti, 20. [In Persian]
- Behzadi, N, Razavi, S M, Hosseini, S R (1393), Designing a Concept Model for Entrepreneurial University with an Enterprise Entrepreneurship Approach, *Entrepreneurship Development*, Vol.7, No.4, Pp.697-713. [In Persian]
- Etzkowitz, H (2001), The second academic revolution and the rise of entrepreneurial science, *Technology and Society Magazine*, Vol.20, No.2, Pp.19-29.
- Etzkowitz, H, Ranga, M, Dzisah, J (2012), Whither the university? The novum trivium and the transition from industrial to knowledge society, *Social Science Information*, Vol.51, No.2, Pp.143-164.
- Hosni, Z (1395), A presentation of the university entrepreneurship model for the technical and vocational university (case study of girls' technical faculties), the first National Congress of Women in Iran, Tehran, the International Center for Dentistry Development, [In Persian]
- Khosrowabadi, S (1395), Presentation of the model for explaining the organization's two-way system in the formation of the entrepreneurial university, Faculty of Humanities, PhD dissertation, Educational Management. [In Persian]

تشویق و ترغیب میکنند، و دستیابی به اهداف گروهی را نسبت به کسب موفقیت‌های شخصی در اولویت قرار می‌دهد. رئیس دانشگاه با اعتقاد و نگرش مثبت به کارآفرینی و نوآوری و تشویق و ترغیب استادان برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و همچنین مدیران ارشد با حمایت آشکار و همه جانبه از کارآفرینی دانشگاه نقش تعیین کننده در توسعه دانشگاه کارآفرین دارند. بسیاری از اساسنامه های مأموریت دانشگاهی و راهبردهای منتشرشده در سراسر جهان واژه کارآفرین یا کارآفرینی را در خود گنجانده‌اند. از جمله عوامل بیرونی مولفه هایی که در این پژوهش شناسایی شدند عوامل لی، و بین المللی می باشد که با پژوهش فیلیپات و صمد همسو می باشد (فیلیپات ۲۰۱۱، صمد ۱۳۹۳). یکی از ویژگیهای دانشگاه کارآفرین ایجاد شرکت‌های نوپاست. در این زمینه، با توجه به یافته های تحقیق، لزوم افزایش کسب و کارهای زایشی بسیار زیاد است و باید مسئولان با حمایت‌های همه جانبه در این زمینه، مقدمات آن را فراهم کنند. اعضای هیئت علمی و دانشجویان باید به تأسیس کسب و کارهای زایشی گرایش داشته باشند و در معیار ارتقای آنها لحاظ شود. نوآوری های ایجادشده درون دانشگاه به صورت شرکت‌های زایشی توسعه پیدا کنند و به سمت تجاری شدن روند. وجود پارک‌های علم و فناوری از دیگر ویژگی های دانشگاه کارآفرین است که در این زمینه باید رضایت کسب و کارهای پارک را از این نهاد افزایش داد تا رشد سطح فناوری های پارک از طریق کمک های مالی و فنی افزایش یابد. در پذیرش شرکت ها نیز معیارهای نوآوری و قابلیت تجاری شدن لحاظ شوند. سطح تعاملات شرکت های مستقر در پارک با دانشجویان و استادان افزایش یابد. سطح عمومی مهارت های کسبوکار دانش آموختگان ارزیابی شود و در صورت نبودن مهارت و دانش، دوره های خاصی قبل از فارغ التحصیلی به دانشجویان ارائه شود. قابلیت جذب دانش آموختگان افزایش یابد و سطح فعالیت های کارآفرینانه دانش آموختگان به عنوان امتیازی برای ادامه تحصیل در مقطع دکتری در نظر گرفته شود.

- Method, Vol.7, No.2, pp.369-388. [In Persian]
- Salehi Omran, I, Farastkhah, M, Mousavi, S H, et al (1396), Presentation of the Development Model of Entrepreneurial University in Iran, *Iranian Journal Of Engineering Education Quarterly*, No.76, Pp. 28. [In Persian]
- Tofighi, J, Norshahi, N (2012), Providing Strategies for the Development of University and Industry Cooperation in Iran, *Iran Engineering Education Quarterly*, Vol.14, No.56, Pp. 75-95. [In Persian]
- Tallea, S (2013), Entrepreneurship University in the New Economy, Master's Degree in Entrepreneurship Management at Tehran University. [In Persian]
- Line, D (2012), Entrepreneur Business Opportunity, Jul 11, [www.articlesbase.com](http://www.articlesbase.com)
- Kordanich, A, Ahmadi, P, Ghorbani, Z, et al (1391), Investigating the Characteristics of Entrepreneurial University in Tarbiat Modares University, Vol.5, No.3, Pp. 47-64. [In Persian]
- Mousavi, S H, Jamali, M (1392), The Role of Entrepreneurship Education in Entrepreneurial Attitudes and Students' Self-efficacy Belief, *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, No. 69, pp. 63-80. [In Persian]
- Philpott, K, Dooley, L, O'Reilly, C, et al (2011), The entrepreneurial university: Examining the underlying academic tensions, *Journal of Technovation*, Vol.31, Pp.161-170.
- Shafi Abadi, A (1390), Entrepreneur University and Industrial Development, *Quarterly Journal Of Counseling And Psychotherapy*, Vol.2, No.5, Pp.137 - 147. [In Persian]
- Samadi Mirarklaee, H, Aghajani, H, Samadi Mirarkalaei, H (1393), Evaluation of Indicators of Entrepreneurial University in Mazandaran University Based on Fuzzy

## Qualitative Study: Identification of entrepreneurial University Components

**Masoumeh Safarian Nawkhi:** Ph.D. Student, Department of Educational Sciences, Faculty of Education and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran.

**Adel Zahed Babelan\*:** Faculty Member, Department of Educational Sciences, Faculty of Education and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran.

**Mehdi Moeini Kia:** Faculty Member, Department of Educational Sciences, Faculty of Education and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran.

**Ali Rezaei Sharif:** Faculty Member, Department of Educational Sciences, Faculty of Education and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran.

**Abstract:** The mission of universities in the context of time, in keeping with global developments and changes, has evolved to meet the needs of societies, and is moving towards participation in the entrepreneurial paradigm. In other words, in a world where globalization plays an important role in the process of social and economic changes, so the role of universities has changed with respect to new responsibilities for a changing society, such as the national economy, social development, the reduction of public finances and the educational market. Hence, the scientific model of this research was based on a qualitative interview with university's heads and elites and a two-way sampling method for snowball. Finally, 22 qualitative interviews were conducted by referring to experts. Using Grendard's theory, the entrepreneurial university' components were identified at Payame Noor University. Afterwards, the necessity of each components of the extracted model was investigated by coding in three stages: Open, Axial and selective analysis. The findings represented two main extraction codes and then that codes were grouped in 9 axes. Finally, the results of the research illustrated that the identified categories those had the greatest impact on the creation of the entrepreneurship university were internal factors (service quality, financial resources, ability, organizational structure, organizational culture, educational and research policies, management and leadership) and external factors (national and regional background factors, international factors), too.

**Keywords:** Entrepreneurship University, internal, external, national and regional factors.

**\*Corresponding author:** Faculty Member, Faculty of Education and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran.

**Email:** zahed@uma.ac.ir