

تحلیل عوامل راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد با رویکرد آمیخته

مجتبی ملاحمدی^۱

احمد علی فروغی ابری^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۴

چکیده

پژوهش حاضر تحت عنوان تحلیل عوامل توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد با رویکرد آمیخته به مرحله اجرا درآمد. روش پژوهش از نظر هدف، بنیادی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات در دو سطح کیفی، رویکرد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) و کمی (توصیفی از نوع پیمایشی) بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران شرکت‌های دانش بنیان مستقر در دانشگاه‌های استان تهران و اصفهان در سال ۱۳۹۸ بود. ابزار جمع آوری اطلاعات در بخش کیفی مصاحبه ساختاریافته بود که تحلیل اطلاعات آن به شیوه کُد گذاری (باز، محوری و انتخابی) روی نمونه ای مشتمل بر ۱۵ نفر صورت گرفت و در بخش کمی ابزار اصلی سنجش، پرسشنامه محقق ساخته بود. بر مبنای حداقلی نرم افزار کمترین مربعات جزئی هوشمند حجم نمونه در بخش کمی پژوهش ۵۰ نفر در نظر گرفته شد. نتایج نشان داد که عوامل توسعه ایده پردازی شامل شرایط علی ۶ مؤلفه (بستر سازمانی، عوامل آموزشی، عوامل مالی، الگوهای ارتباطی، کار تیمی اثربخش، تحقیقات بازار)، شرایط زمینه ای با ۳ مقوله اصلی (کارکرد، اقتصاد، قوانین) و شرایط مداخله گر با ۴ مقوله (حمایت، توانمندسازی، نگرش، تحلیل رفتار متقابل) بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد در ۵ مقوله اصلی (اشتغال غنی و تقویت شده، رشد کارآفرینی، مدیریت استعداد، بازاریابی علمی و هم افزایی ملی) تاثیر داشته و نظریه اولیه مدل توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور بر اساس مقوله‌های یاد شده به صورت الگوی مفهومی تدوین و تفسیر گردید.

کلیدواژه‌ها: پیامدها، توسعه کیفی، ایده پردازی، رویکرد آمیخته، مراکز رشد.

۱- دانش آموخته دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

۲ استاد گروه علوم تربیتی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. (نویسنده مسئول) foroughia20@gmail.com

مقدمه

راه اندازی مراکز رشد از جمله مهم ترین سیاست‌های دولت‌ها در حمایت از کارآفرینی است که تحت مدیریت متخصصان حرفه ای در قالب موسسات نوبنیاد فعال در جهت توسعه اقتصادی و تجاری سازی ایده‌ها فعالیت می‌کنند (ظریفی و همکاران، ۱۳۹۶) و به عنوان یکی از حلقه‌های واسط میان دولت، دانشگاه و صنعت در اغلب کشورها نقش کلیدی در زنجیره توسعه علمی و اقتصادی ایفا می‌نماید و یکی از ارکان‌های اساسی نظام جهانی، علم، فناوری، نوآوری، کارآفرینی، اقتصاد و توسعه مبتنی بر دانش محسوب می‌شوند (هیکیلا؛ ۲۰۱۰). مراکز رشد با هدف پرورش و ایجاد کسب و کارهای کوچک تاسیس می‌شوند (شکیل، تاکالا و زو، ۲۰۱۷) و با ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های مورد نیاز و همچنین حمایت‌های مالی، کارآفرینان را با دنیای حرفه ای کسب و کار آشنا ساخته و دانش لازم برای توسعه و تجاری سازی ایده‌هایشان را در اختیار آنها قرار می‌دهند (حبیبی، اصغری و جعفری، ۱۳۹۷). مراکز رشد همچنین با رویکرد ایده پردازی به عنوان زیرساخت مناسب توسعه و تعامل دانشگاه با جامعه و صنعت موجبات ارتقای روحیه فرهنگ کارآفرینی را فراهم نموده و از این طریق در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه عمومی، کسب درآمد دانشگاه‌ها، تولید و توسعه محصولات فناورانه و قابل عرضه در بازار، توسعه منابع انسانی در نظام ملی نوآوری، اجرای سیاست‌های علم و فناوری در دانشگاه‌ها، تحقق تولید ثروت از تولید علم و پاسخگویی بیشتر دانشگاه‌ها به نیاز و انتظارات متنوع محیطی نقش موثری را ایفا می‌نمایند (شاهوردیانی، ۱۳۸۹). این مراکز از طریق ارائه خدماتی نظیر خدمات مدیریتی، دسترسی به سرمایه، ارائه دستورالعمل‌های قانونی تولید، برنامه ریزی کسب و کار، دانش کاربردی و دسترسی به بازارهای جدید، انتقال تکنولوژی، دسترسی به شبکه کسب و کار و مشاوران تکنیکی توانمند در راهنمایی، نحوه برقراری ارتباط با صنعت و مراکز تحقیق و توسعه و دانشگاه‌ها، خلق فرهنگ کارآفرینی در افراد و اثرگذاری بر روی ادراکات کارآفرینان، رشد یافتگانی را به جامعه تحویل می‌دهند که هنگام ترک مرکز بتوانند از نظر مالی دوام پیدا کنند و به صورت معقولی روی پای خودشان بایستند (محسنی و شفیع زاده، ۱۳۹۳).

1- Heikkila

2- Shakeel, Takala & Zhu

در این میان آنچه که اهمیت دارد نقش بی بدیل مراکز رشد در رقابت جهانی و ترغیب شرکت‌های دانش بنیان مستقر، به تولید و انتقال فناوری به صنایع و کسب و کارهای کوچک، گسترش نوآوری و تجاری سازی ایده، فراهم نمودن الزامات حضور و تداوم حیات آنها در صحنه جهانی امروزی است که همواره به عنوان تسریع کننده روند رشد اقتصادی شکاف موجود بین دانشگاه‌ها و صنعت را پوشانده است (سلیمانی، ۱۳۹۱). از این منظر عدم شناخت عناصر مهم فرایند رشد و توسعه از لحاظ اقتصادی باعث آسیب به ماهیت شرکتهای مستقر در مراکز رشد و هدر رفت منابع، کوشش‌ها و زمان می‌شود، از جمله این عناصر فرایندهای نوآوری و ایده پردازی است (میرفخرالدینی، دسترنج و کریمی تکلو، ۱۳۹۴). نوآوری با تولید ایده آغاز می‌شود و پس از آن تحقیق برای تبدیل ایده به اکتشاف، توسعه ایده و راهیابی آن به بازار (میرغفوری، شریف آبادی و زاهدی، ۱۳۹۷). نوآوری تنها علم و دانش نیست، بلکه به عنوان یک ارزش است و عبارت است از ارائه یک ایده جدید به بازار و بکار بردن آن برای تولید ارزانتر و بهتر که می‌تواند مورد مبادله جهت هر چیز اقتصادی یا مزیت رقابتی باشد (ندیمی، فهیم و همایون نژاد، ۱۳۹۰). نوآوری ترکیبی از بینش در ایجاد یک ایده خوب و پافشاری در پیاده سازی آن ایده است اما میان ایده ای که از اندیشه پردازی صرف نشأت می‌گیرد و ایده ای که حاصل اندیشه بسط یافته، پژوهش و تجربه است تفاوت وجود دارد (مرادی آیدیشه، ۱۳۹۱) نوآوری در بستری پیچیده ای از تعاملات و نظامات سازمانی و اجتماعی محقق می‌شود که این امر نشان دهنده ضرورت داشتن نظام ایده پردازی است (مصلحی، مهدوی و راستی برزکی، ۱۳۹۶). ایده طرحی است که به وسیله تلاش ذهنی شکل می‌گیرد (عبدالله زاده، جزینی و شریف زاده، ۱۳۹۳). خلق ایده ی جدید می‌تواند منبع مهمی از نوآوری باشد و زمانی ارزشمند است که منجر به خلق ثروت شود (بغدادی و شوردی، ۱۳۹۱). ایده نشان دهنده فرصت‌های جدید در محصولات، فرایندها، پیامدها و بازارها می‌باشد و توانایی هدایت برای شکوفایی نوآوری را دارد که برای موفقیت و بقای شرکت‌های مستقر در مراکز رشد ضروری است در نتیجه به عملکرد آنها در رقابت جهانی شتاب می‌دهد. وگل (۲۰۱۷) ایده را بازنمایی ذهنی ناقص و ابتدایی از مفهوم کسب و کار مخاطره ای بالقوه آتی تعریف می‌کند، از نظر او ایده‌ها را می‌توان از حیث میزان وسعت، پیچیدگی، کامل بودن، کمیت، کیفیت، جدید بودن و میزان مرتبط بودن آنها مقایسه نمود. قادری پاکدل (۱۳۹۱) نیز تمام ایده‌های استراتژیک و عملیاتی مرتبط با کسب و کار که در یک دوره زمانی

در ذهن یک فرد وجود دارد را ایده‌های کارآفرینانه می‌خواند. ایده‌های کارآفرینانه که معمولاً به توسعه کسب و کارها و در نهایت توسعه مراکز رشد می‌انجامد از ظرفیت بالقوه تجاری شدن، جدید بودن، مفید بودن، کمیاب بودن، ارزشمند بودن و غیر قابل جایگزین برخوردار می‌باشند (کیم و موبورن، ۲۰۰۶) بر این اساس ویژگی‌های برجسته و متمایز ایده‌ها به صورت عمومی و ایده‌های خاص تری مانند ایده‌های کارآفرینانه در مقایسه با سایر موجودیت‌های ذهنی و عملی دغدغه اصلی مراکز رشد می‌باشند (ایسلی، ۲۰۱۱). به همین ترتیب ایده پردازی به معنای خلق و یافتن ایده‌های جدید (سنستورم و بیوک، ۲۰۰۸)، هسته محوری کارآفرینی است و نقش بسزایی در توسعه کیفی کسب و کارهای کارآفرینانه دارد (هیتون و کولکاو، ۲۰۱۲)، به طوریکه در دانش کارآفرینی ایده پردازی در کنار سازه‌هایی از قبیل حدس‌های کارآفرینانه، تخیل کارآفرینانه، اختراع، نوآوری، خلاقیت مورد توجه قرار می‌گیرد (وگل، ۲۰۱۷) و از مواجهه با مسأله، ایده پردازی، اعمال محدودیت‌ها (الزامات و عوامل ارزشی انسانی) شروع و به ایده نهایی (خطی، مستقیمی و شیردل، ۱۳۹۵) ختم می‌شود. کرمی (۱۳۹۴) روش‌های ایده پردازی کارآفرینانه را در دو روش بیان نموده است:

- ۱- شناسایی نیازها و تقاضای بازار و سعی در تامین آنها با ایجاد محصولات و خدمات جدید.
 - ۲- ایجاد ایده، طرح محصول یا خدمات جدید و سپس ایجاد نیاز و تقاضا برای مصرف آن.
- هر دو روش امروزه کمابیش کاربرد دارد ولی کاربرد هر یک به مطالعات بازاریابی یا پژوهش و مفهوم توسعه در بنگاه‌های اقتصادی بستگی دارد. در روش اول ایده متکی به پژوهش‌های بازاریابی است که به وسیله مطالعات مختلف شناسایی و سپس ایده محصول متناسب با آن نیاز ایجاد می‌شود. پایه و اساس روش دوم پژوهش و توسعه است که شخص کارآفرین و یا بخش‌های مربوط در بنگاه‌ها انجام می‌دهند و اغلب در زمان کار و مطالعه در بنگاه‌ها و یا کارآفرینان بر روی طرح‌های مختلف، نتایج و ابداعات جدید را کشف می‌نمایند (کرمی، ۱۳۹۴).

در مدل کوپر (۱۹۸۳) که یکی از مشهورترین مدل‌های تجاری سازی ایده است، ایده پردازی اولین مرحله این مدل است که در توسعه محصولات جدید در سازمان‌های تولیدی کاربرد دارد و مزیت آن نیز افزایش کارایی و تسریع عملکرد است. این الگو از پنج مرحله ایده پردازی، بررسی اولیه

1 -Kim & Mauborgne

2 -Eesley

3 - Sandstorm & Bjork

4 -Hayton & Cholakova,

5 -Cooper

و تفضیلی، توسعه، انجام آزمون و معتبر سازی، تولید صنعتی و ورود به بازار تشکیل شده است. راثول و زیگولید (۱۹۸۵) نیز نموداری بلوکی از توسعه و تجاری سازی ایده در مراکز رشد عنوان نموده اند که ایده، تحقیق و توسعه، تولید نمونه اولیه، تجاری سازی، فروش و بازار از مراحل اصلی این مدل می باشند که ترکیبی از نیازهای بازار و فرصت های فناورانه است (دهدشتی و فرج شوشتری پور، ۱۳۹۷؛ فروتن و نجاتی اسلاملو، ۱۳۹۵). در مدل ارائه شده توسط توهیل و همکاران (۲۰۰۸) ایده پردازی از مراحل اصلی توسعه کیفی مراکز رشد عنوان شده است. این مراحل عبارتند از ایده پردازی، ارزیابی و غربال ایده ها (در این مرحله بهترین ایده ها انتخاب می شوند)، سرمایه گذاری روی ایده منتخب (جذب سرمایه گذاران برای توسعه ایده)، توسعه ایده منتخب (تلاش برای فعالیت جدی روی ایده)، طراحی و ساخت فناوری مبتنی بر ایده، ارائه نمونه آزمایش فناوری به منظور تعیین مشکلات و نقاط قوت محصول، استانداردسازی فناوری با هدف دستیابی به تولید انبوه با هزینه کمتر و کیفیت بهتر، بسته بندی فناوری جهت موفقیت در رقابت، بازاریابی و فروش فناوری، پیگیری فناوری و بازخورد مشتری، پایش درآمدهای حاصل از فناوری، بهبود فناوری، توسعه موفقیت و در نهایت رشد. بدون تردید اتخاذ تدابیر نوآوری و ایده پردازی از سوی سیاست گذاران و برنامه ریزان مراکز رشد از ضرورت های انکار ناپذیر است. در سال های اخیر صاحب نظران کشور ایجاد مراکز رشد را چاره ای برای بهبود ارائه خدمات، توسعه شرکت های دانش بنیان و شکستن فاصله های مکانی و زمانی بین مراکز و مشتریان آن عنوان نموده اند اما به نظر می رسد بخشی از رسالت آنها در تسهیل و تسریع تجاری سازی ایده ها و توسعه ایده پردازی آن طور که شایسته است مورد توجه قرار نگرفته است. از آنجا که مراکز رشد با هدف کمک به توسعه کشور از طریق فرهنگ سازی و ترویج کارآفرینی، تجاری سازی ایده ها و بستر سازی برای ایجاد فرصت های شغلی شکل گرفته اند و این اهداف با پشتیبانی از کارآفرینان و شرکت های مستقر تحقق می یابد، انتظار می رود با سیاست گذاری صحیح منابع لازم برای تقویت مراکز رشد ایجاد گردد، به یقین چرخ های توسعه کیفی مراکز رشد نیازمند توسعه ایده پردازی است. از جمله عوامل ایده پردازی که در پژوهش حاضر در جهت توسعه کیفی مراکز رشد مورد واکاوی قرار گرفت سه عامل: شرایط زمینه ای، شرایط علی و شرایط مداخله گر بودند. عوامل علی به عنوان عامل اصلی ایجاد ایده پردازی، در کنار عوامل زمینه ای که به ویژگی های پدیده ها دلالت دارند و محل وقایع مرتبط با پدیده ای در طول یک بعد که در آن کنش

متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد را نشان می‌دهند این مقوله از چند مقوله فرعی چون همسو سازی منافع، طراحی مجدد فرایندها، مدیریت صحیح درآمد و هزینه‌ها، جلب اعتماد ذینفعان، پویایی حلقه‌های ارتباطی تشکیل شده است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲) و عوامل مداخله‌گر که در راستای تسهیل یا محدودیت راهبردهای تجاری سازی ایده عمل می‌کند و به طور کلی برچگونگی فرایندها و راهبردها تأثیر می‌گذارند و باعث تشدید یا تضعیف پدیده‌ها می‌شوند (نوروزی، دل انگیزان و رضایی، ۱۳۹۵) و شامل مقوله‌هایی از قبیل حمایت افراد، توانمندسازی (زکی، ۱۳۸۵)، نگرش (ماکسول، ۲۰۰۲)، تحلیل رفتار متقابل (علامه و همکاران، ۱۳۹۳) می‌باشد. شرایط زمینه ای توسعه مراکز رشد دانشگاه‌ها در ابعاد کارکردها (طاهر، ۱۳۹۴)، اقتصادی و قوانین (هونن و همکاران، ۲۰۱۱) قابل ملاحظه است. مستند با آنچه در خصوص ایده و ایده پردازی عنوان شد، می‌توان اذعان نمود که هر ایده یک ارزش را خلق می‌کند و آن احساس تعلق است که ایده پرداز آن را بروز داده است. ثبت ایده‌ها نشان می‌دهد که ایده پردازان یا کارآفرینان نسبت به محیط خود بی تفاوت نبوده و انتظار دارند تا به تناسب عکس العمل آنها محیط نیز تغییر کند. به عبارت دیگر با مهیا نمودن شرایط علی، زمینه ای و مداخله گر می‌توان ایده‌ها را به فرصتی جهت کارآفرینی تبدیل نمود که از ویژگی‌های بارز آنها رشد مراکز رشد و توسعه اقتصادی کشور می‌باشد. در همین راستا این مطالعه به دنبال تحلیل عوامل راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد با رویکرد آمیخته است و فرضیه‌های زیر را مورد بررسی قرار می‌دهد.

فرضیه ۱: عوامل علی در راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد تاثیر دارد.

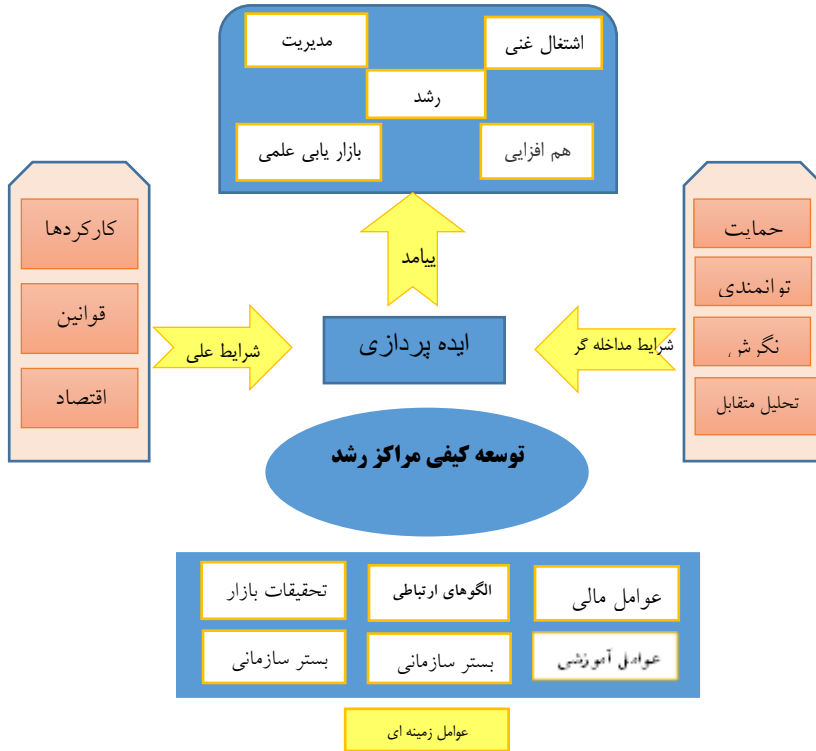
فرضیه ۲: عوامل زمینه ای در راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد تاثیر دارد.

فرضیه ۳: عوامل مداخله‌گر در راهبرد توسعه ایده‌پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد تاثیر دارد.

ادبیات و پیشینه پژوهش

در این خصوص که ایده پردازی به عنوان یک راهبرد اثر قابل توجهی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد داشته باشد به شکل پژوهش حاضر مسبوق به سابقه نبوده است و هیچ گونه سابقه تجربی و الگوی نظری مشخصی تا کنون در این زمینه صورت نگرفته است لذا در ذکر ادبیات و پیشینه پژوهش ایده تنها به عنوان یکی از واژگان کلیدی توسعه مراکز رشد و ابزار کارآفرینی واحدها و بنگاه‌ها معرفی شده است. مصلحی، مهدوی و راستی بزرگی (۱۳۸۶) در مطالعه خود جهت نظام ارزیابی توسعه ایده‌های نو به منظور استفاده در دوره‌های رشد مقدماتی شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان از مهم ترین و کلیدی ترین تصمیمات حمایتی در مراکز رشد را پذیرش یا عدم پذیرش ایده‌های نوآوران و ارزیابی دقیق هر ایده به منظور تجاری سازی ایده‌های آنها عنوان نمودند. کولینزا و همکاران (۲۰۰۸) برخورداری از یک ایده‌ی ارزشمند کسب و کار را از مهم ترین عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان در مراکز رشد دانشگاهی معرفی کردند. لتو (۲۰۰۹) ایجاد بانک ایده و محیط مناسب و شرایط قانونی و همچنین رعایت مالکیت فکری را از ضرورت‌های اصلی عملیاتی شدن ایده‌های کسب و کار عنوان نمود و بازخوردهای محیط را از ویژگی‌های اصلی یک ایده عملیاتی مطرح نموده است. حبیبی رضائی و سیاه منصور (۱۳۹۱) در پژوهش خود با اشاره به اینکه گسترش کمی و کیفی شرکت‌های زایشی در بستر دانشگاه‌های نسل سوم اتفاق می‌افتد نتیجه گرفتند که مراکز رشد دانشگاهی در تشویق و ترغیب دانشگاهیان و پژوهشگران دانشگاه جهت وارد کردن ایده‌ها، دستاوردهای ارزشمند پژوهشی و فناوری خود در چرخه تولید دانش و ثروت و در نتیجه راه اندازی شرکت‌های زایشی دانشگاهی موثرند و بر این اساس شاید بتوان علاوه بر شاخص‌های معمول در ارزیابی عملکرد واحدهای دانشگاهی، تعداد شرکت‌های زایشی را بعنوان یکی از شاخص‌های عملکرد در دانشگاه نسل سوم مورد تاکید و استفاده قرار داد. شریفی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود مهم ترین ضرورت‌ها و ملزومات تجاری سازی ایده در بخش کشاورزی را مورد بررسی قرار دادند و نشان دادند که در بخش کشاورزی ایده پردازی محور توسعه می‌تواند باشد و در قالب عوامل ساختاری - تشکیلاتی (پیوند صنعت و دانشگاه، ساختار علمی - نهادی، مدیریت دارایی فکری و تقویت ظرفیت تحقیق و توسعه) و عوامل زمینه ای، عوامل محیطی (اجتماعی، فرهنگی،

اقتصادی، مالی، شبکه‌های نوآوری و سیاسی- اداری). در طراحی مدل ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش بنیان توسط رومزی و همکاران (۱۳۹۸) الگوی به دست آمده از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش در قالب چهار ایده اولیه، پژوهش و توسعه، انتقال نتایج پژوهش‌ها و بهره مندی یافته‌های پژوهشی و شش راهبرد اصلی، شامل مدیریت و سیاستگذاری، فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، بسترها و زیرساخت‌ها، ارتباطات و شبکه‌های علمی، نشر و اشاعه دانش و نوآوری قرار دارد. با ترکیب متغیرها و شش راهبرد اصلی، مدل نهایی فرایند ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش بنیان در رشته‌های علوم انسانی شکل گرفته است. ارتباط این پژوهش با متغیرهای اصلی نمایان است. در بررسی عوامل موثر بر عملیاتی شدن ایده‌های کسب و کار توسط عبدالله زاده، جزینی و شریف زاده (۱۳۹۳) عواملی تحت عنوان حمایت خانوادگی و سرمایه اجتماعی، داشتن مهارت و تجربه، هدفمندی و انگیزه بالا، دسترسی به سرمایه و منابع تولید، بستر نهادی هموار، فرصت جویی بر عملیاتی شدن ایده‌های کسب و کار اثر گذار است. در ارائه مدل تجاری سازی ایده‌های کارآفرینانه در مراکز رشد توسط ظریفی و همکاران (۱۳۹۶) نشان داده شد که ویژگی‌های بنیانگذاران، وجود مشتریان اولیه، تمایل و هیجان نسبت به کارآفرینی و بازار مناسب تحت عنوان شرایط علی با تأثیر بر مقوله اصلی و با بکارگیری راهبردهای توجه به نیاز و بازخورد مشتری، تبلیغات نوآورانه و گرایش به نوآوری در نهایت زمینه ساز موفقیت در فروش محصول تجاری سازی شده می شوند. بر اساس مطالعات یاد شده، شکل مدل مفهومی پژوهش به صورت ذیل است:



شکل (۱) مدل توسعه کیفی مراکز رشد مبتنی بر ۳ پارادایم (علی، زمینه ای، مداخله گر) ایده پردازی

برای تعیین مدل مفهومی توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد با رویکرد آمیخته با بررسی مطالعات پیشین در چهار پارادایم شامل شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر و پیامدها قابل ارائه است.

روش شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات در دو سطح کیفی و کمی به صورت آمیخته به مرحله اجرا درآمد. ابتدا برای طراحی در بخش کیفی از نظریه داده بنیاد مبتنی بر رویکرد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) به روش استقرایی استفاده شد و سپس برای دستیابی به کلیه اطلاعات و وضع موجود متغیرهای پژوهش و برای اعتبار بخشی از روش توصیفی از نوع پیمایشی در بخش کمی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران شرکتهای دانش بنیان مستقر در دانشگاههای استان تهران و اصفهان مشتمل بر ۲۰۰ نفر در سال ۱۳۹۸ بود. ابزار جمع آوری اطلاعات در بخش کیفی مصاحبه ساختاریافته بود که تحلیل اطلاعات آن به شیوه کد گذاری (باز،

محوری و انتخابی) روی نمونه ای مشتمل بر ۱۵ نفر از مدیران مراکز رشد صورت گرفت. در این بخش به بررسی روایی کدها، مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده در مصاحبه‌های عمیق از طریق روایی سازه پرداخته شد و قابلیت اعتبار^۱ و پایایی نیز با دو روش بازبینی به وسیله مشارکت‌کنندگان و مرور به وسیله ی خبرگان غیرشرکت‌کننده در پژوهش انجام گردید.

در بخش کمی ابزار اصلی سنجش، پرسشنامه محقق ساخته بود. بر مبنای حداقلی نرم افزار کمترین مربعات جزئی هوشمند^۲ حجم نمونه در بخش کمی پژوهش ۵۰ نفر از مدیران مراکز رشد در نظر گرفته شد. پایایی پرسشنامه‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای هر کدام از عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر و مولفه‌های مربوط به آنها تایید شد، همچنین برای راهبرد توسعه ایده پردازی ۰/۸۵ / محاسبه گردید. از ۵۰ پرسشنامه توزیع شده ۴۳ پرسشنامه بازگشت داده شد و نرخ پاسخگویی ۸۶ درصد بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کمترین مربعات جزئی هوشمند^۳ نسخه ۶ استفاده شد. مهمترین ویژگی این نرم افزار آنست که در زمان اجرای آزمون روایی سازه و همگرایی درونی پرسشنامه نیز محاسبه می‌شود و نسبت به حجم نمونه حساس نیست و در عین حال برازش مدل ساختاری را محاسبه می‌کند.

یافته‌ها

در جمع آوری اطلاعات حاصل از مصاحبه‌های ساختاریافته در راستای پارادایم توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور به شیوه کُد گذاری، از ۲۰۴ مفهوم، درمرحله کدگذاری محوری ۴۳ مقوله فرعی و در مرحله کدگذاری انتخابی ۱۷ مقوله اصلی طبق جداول شماره (۱)، (۲)، (۳)، (۳) پارادایم در توسعه ایده پردازی شامل: شرایط علی (۱۶ مقوله فرعی / ۶ مقوله اصلی)، شرایط زمینه ای (۷ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی) و شرایط مداخله گر (۱۰ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی) دسته بندی شد و ۱۰ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی در پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد شناسایی شد. این مقوله‌ها در سطح کیفی پژوهش مبتنی بر رویکرد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) به روش استقرایی از مفاهیم زیر با تایید خبرگان حاصل از مصاحبه ساختار یافته مطابق با آنچه که در روش پژوهش تشریح گردید، اعتباریابی و تدوین شد.

1- Credibility

2- Smart PLS

3- Smart Partial Least Squares

جدول ۱- عوامل علی پارادایم توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور

پارادایم	مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
	زیر ساخت‌های دولتی	زیرساختها	مقوله اصلی
	فضای اداری، فنی		
	فضای پژوهشی		
	فضا و مکان فیزیکی		
	ساختار جدا از دانشگاه	امکانات	
	امکانات آزمایشگاهی		
	امکانات سخت افزاری		
	امکانات نرم افزاری	بستر سازمانی	
	افراد خلاق		
	فارغ التحصیلان		
	متقاضی با کیفیت		
	مشاوران عالی		
	نیروی انسانی		
	افراد دارای استعداد		
	افراد صاحب ایده		
افراد دارای تجربه کار			
وجود مغز متفکر			
تعریف دقیق مراکز رشد	هدف گذاری		
دانش فنی			
داشتن مدل تجاری			
داشتن نقشه راه			
برنامه کوتاه مدت	برنامه ریزی		
برنامه استراتژیک			
سرمایه گذاری پژوهشی	منابع مالی		
تسهیلات			
اعتبار تحقیقاتی	عوامل مالی		
کسب درآمد برای دانشجو			
کسب درآمد برای دانشگاه			
کسب درآمد برای دولت			
کسب درآمد برای فارغ التحصیلان			
استفاده از درآمدها	استفاده صحیح از منابع		
استفاده از ارتباطات			
استفاده از پتانسیل فارغ التحصیلان			
استفاده از پتانسیل‌های موجود			
کاربرد تکنولوژی‌های جدید	ایده پردازی	عوامل آموزشی	عوامل مالی

پارادایم	مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
	تفکر واگرا		
	چارچوب دهی تفکرات پراکنده		
	توانایی تبدیل فکر به ایده خلاق		
	استفاده از تفکرات افراد خلاق		
	آموزش کار آفرینی	آموزش‌های مناسب	
	آموزش کارکنان تازه وارد		
	آموزش اصول پایه بازار کار		
	ارائه اطلاعات تخصصی بازار به دانشجویان		
	افزایش مهارت دانشجویان		
الگوهای ارتباطی	ارتباط با بانک‌ها	ارتباطات	
	ارتباط با متخصصان		
	تبادل افکار با محققان		
	ارتباط با دولت		
	تبادل تجربیات	تعاملات	
	تعامل با صنایع		
تعامل با سایر نهادها			
کار تیمی اثر بخش	تقسیم کار بین تیم‌ها	کار تیمی	
	وجود تیم متخصص در مرکز رشد		
	کنارهم قرار گرفتن تیم‌ها	شرکت‌های دانش بنیان	
	استقرار شرکت در مراکز		
	طرح‌های مبتنی بر نوآوری		
	حرفه ای شدن شرکت‌های نوپا		
	مشاوره تخصصی به شرکت‌ها		
شناسایی مشکلات ارگان‌ها	نیاز سنجی		
حضور بخش R&D در مراکز رشد			
همسویی نیازهای موسسان و مراکز			
کانالیزه کردن پژوهش‌ها			
تحقیقات بازار	تولید محصولات قابل عرضه		
	استانداردسازی محصول		
	توجه به بسته بندی محصول		
	توجه به صنایع بومی و محلی	شناخت بازار کار	
	ورود پروژه‌ها از صنایع به دانشگاه		

در مرحله کدگذاری محوری مفاهیم و مقوله‌هایی که در مرحله کدگذاری باز، آزاد شده‌اند، در ترکیبی جدید به یکدیگر متصل می‌شوند. در این مرحله، مفاهیم کنار یکدیگر گذاشته می‌شوند و براساس اشتراکات، تشابهات یا همپوشی معنایی به صورت مقولات اصلی بدست می‌آیند. به این ترتیب در پارادایم علی ۱۶ مقوله فرعی و ۶ مقوله اصلی شناسایی شد. جدول ۲- شرایط زمینه ای پارادایم توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور

پارادایم	مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
کارکردها	ورود مرکز تحقیق و توسعه صنایع به مراکز رشد	تنوع مراکز	کارکردها
	جایگاه مراکز رشد در برنامه‌های فرهنگی		
	ورود به پارکهای علمی تحقیقاتی		
	عملکرد متناسب با حوزه کاری مرکز	نحوه عملکرد مراکز	
	تخصصی بودن مراکز رشد		
	تحقق اهداف مراکز رشد		
اقتصاد	شناسایی فرصتها	بهره گیری از امکانات	اقتصاد
	استفاده از تمام ظرفیت‌های دانشگاه		
	توانایی مراکز رشد در جذب نخبگان		
	میزان ارزش افزوده	جهت گیری اقتصادی	
	توقع سود از مراکز رشد		
	پرداخت حقوق و مزایا		
قوانین	برابری بروندادها و دروندادها	عمل به اقتصاد مقاومتی	قوانین
	باور به تولید ملی		
	اقتصاد دانش بنیان		
شرایط زمینه ای	توانمندی نیروی انسانی	مشتری مداری	قوانین
	ایجاد بازار کار		
	قدرت و نفوذ برای رشد محصولات		
	آینده نگری مدیران دانشگاه	مدیریت	
	مدیریت متخصصان حرفه ای		
	ثبات مدیریت		

در جدول فوق مقوله‌های اصلی و فرعی شرایط زمینه‌ای از مدل پارادایمی توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور گزارش شده است. این مولفه از ۷ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی تشکیل شد. مقوله‌های اصلی و فرعی که در مرحله دوم و سوم پژوهش از طریق کدگذاری محوری و گزینشی مرتبط با تعریف شرایط مداخله گر بودند از میان کدهای بدست آمده جدا شد. به این ترتیب این کدها در جدول ۳ تحت عنوان شرایط مداخله گر گزارش شده است.

جدول ۳- شرایط مداخله گر پارادایم توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور

پارادایم	مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی	
حمایت	جلب سرمایه گذاری	نحوه تامین مالی	حمایت اصلی	
	تأمین مالی توسط دولت			
	تخصیص بودجه براساس تولید			
	اداره به روش خودگردان	ارائه خدمات به شرکتها		حمایت سازمانهای مرتبط
	رابطه دولت و شرکتها			
	همکاری شهرداریها			
	حمایت قانون کار	حمایت‌های قانونی		حمایت
	عدم اخذ تعرفه‌های گمرکی			
	حذف بروکراسی‌های دست و پاگیر			
	عدم دریافت درصد از شرکت‌های نوپا			
	وضع قوانین حمایتی			
	قوانین آسان برای شرکت‌های دانش بنیان			
	دریافت خدمات و تجهیزات رایگان			
مدیریت پژوهش محور	مدیریت حرفه ای	توانایی مدیران		
مدیریت حرفه ای				
رایزنی‌های مدیران				
تجربه‌های مدیریتی	احساس نیاز به مراکز رشد	تجارب سازمانی مدیران		
تجارب سازمانی مدیران				
حمایت مدیران دانشگاه	نگاه سیاست مدارن	دیدگاه مسئولین	نگرش	
میزان توجه به حوزه‌های بین المللی				
دیدگاه بین المللی				

پارادایم	مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
	نگاه بین المللی به مراکز رشد		
	پیگیری مشکلات		
	شناسایی نقاط ضعف	آسیب شناسی	
	ایجاد انگیزه		
	کسب دستاورد در برابر هزینه		
	موفقیت تیم کاری	ارتباط متقابل با بازار	تحلیل رفتار متقابل
	فرصت ایجاد خلاقیت		
	تطابق زمانی با سرعت بازار		
	سابقه دانشگاه	پیشینه	
	سابقه مرکز رشد		

در جدول فوق مقوله‌های فرعی و اصلی شرایط مداخله‌گر مدل پارادایمی توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور گزارش شد. از میان مفاهیم بدست آمده در کدگذاری باز شرایط مداخله‌گر این مدل با ۱۰ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی به روش دستی و با کمک دومی مرحله کدگذاری محوری و گزینشی بدست آمد.

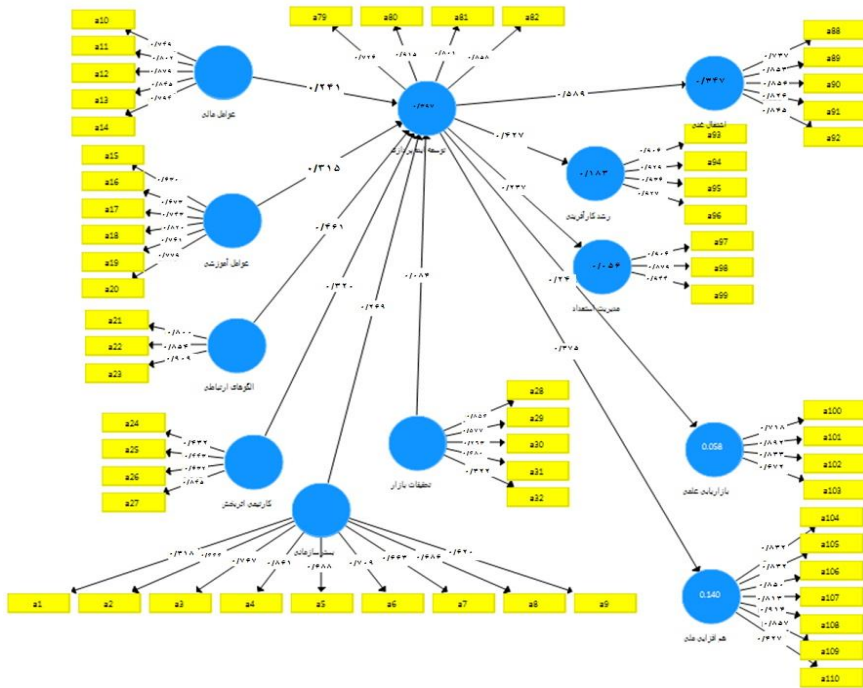
جدول ۴- پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور

پارادا یم	مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
	اشتغال فارغ التحصیلان		
	اشتغال دانشجویان	اشتغال در دانشگاه	
	استقلال مالی		
	کسب شایستگی برای حضور در پارک‌های علمی	تضمین موفقیت	اشتغال غنی (تقویت شده)
	رسیدن شرکت به وضعیت ثبات		
	بهبود کیفیت زندگی		
	تامین آینده شغلی دانشجو	امنیت شغلی	
	کسب اعتبار برای دانشجویان		
	تبدیل دستاوردها به محصولات	توسعه فرهنگ	رشد کار آفرینی
	تبدیل ایده به تجارت	کار آفرینی	

افزایش کارآفرینی	
ثروت آفرینی	کسب در آمد بین المللی
	کاهش هزینه‌های اشتغال زایی
	کسب عایدات از فروش محصول
استعداد یابی	جلوگیری از مهاجرت معکوس
	جلوگیری از فرار مغزها
مدیریت استعداد	تربیت افراد خلاق
	تربیت فناوران متعهد
	توسعه حرفه‌های جدید
	تیم سازی
بازار یابی علمی	ایجاد کسب و کارهای کوچک
	ایجاد فرصت‌های شغلی
	اطمینان دادن به صنعت
	تسهیل تعاملات
شبکه سازی	استفاده از فرصتها در کشورهای در حال توسعه
	استفاده از نتایج تحقیقات دانشگاهی در صنعت
	تجربه در زمینه‌های مدیریتی و فناوری

طبق مدل مفهومی توسعه راهبرد ایده پردازی در مرحله کیفی و با بررسی مطالعات پیشین چهار پارادایم شرایط علمی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها شناسایی شدند. شرایط علمی باعث ایجاد و شکل‌گیری پدیده می‌شود. شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها شناسایی شدند. شرایط علمی باعث فرایندها برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد، شرایط مداخله‌گر، شرایط کلی هستند که بر چگونگی فرایندها و پیامدها تأثیر می‌گذارند و باعث تشدید یا تضعیف پدیده‌ها می‌شوند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲) و پیامدها نتیجه و حاصل تعاملات هستند، از طرفی ایده نشان دهنده‌ی فرصت‌های جدید در محصولات، فرآیندها و بازارها است و ایده پردازی توانایی هدایت برای شکوفایی نوآوری، در نتیجه، به عملکرد شرکت‌های مستقر در مراکز رشد در رقابت جهانی شتاب می‌دهد و برای موفقیت و بقای آنها ضروری است (عربیون و همکاران، ۱۳۹۵). هر کدام از پارادایم‌ها در بخش کمی مطابق با ۳ فرضیه زیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

فرضیه ۱: عوامل علی در راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد تاثیر دارد.



شکل (۱) مدل معادله ساختاری اثر عوامل علی بر راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها
جدول ۵- برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کیفیت مدل معادله ساختاری

مقدار	شاخص
۰/۲۳	میانگین
	مربعات

شاخص‌های ارزیابی کیفیت مدل معادلات ساختاری بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌های برازش دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۶- برآورد اثر عوامل علی بر راهبرد توسعه ایده پردازی

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	برآورد	آماره t	سطح معناداری
الگوهای ارتباطی		۰/۵۸	۳/۳۱	۰/۰۰
بسترسازمانی		۰/۱۹	۰/۸۳	۰/۴۰
عوامل آموزشی	توسعه ایده پردازی	۰/۴۱	۲/۱۶	۰/۰۳
عوامل مالی		۰/۲۱	۱/۰۲	۰/۳۰
کارتیمی اثربخش		۰/۳۹	۲/۲۱	۰/۰۲
تحقیقات بازار		۰/۱۵	۱/۲۱	۰/۳۲

همانطور که از جدول فوق مشخص است، بین اشتغال غنی، رشد کارآفرینی و هم افزایی ملی با توسعه ایده پردازی ارتباط وجود دارد و سایر متغیرها بی معنا است.

جدول ۷- میزان ضریب تعیین اثر عوامل علی بر راهبرد توسعه ایده پردازی

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۳۹	۰/۳۰

توسعه ایده پردازی

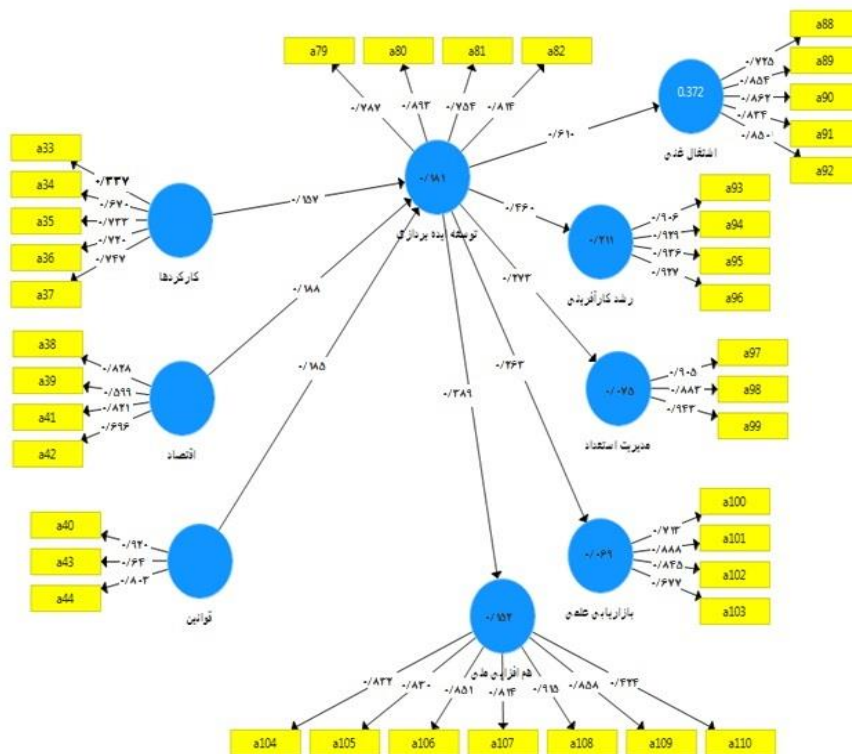
جدول ۸- برآورد اثر عوامل علی بر راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامد

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	شاخص‌های مدل	
			برآورد	آماره t
الگوهای ارتباطی			-۰/۲۳	۱/۶۰
بسترسازمانی			۰/۳۷	۱/۰۰
تحقیقات بازار	توسعه ایده پردازی	اشتغال غنی	۰/۴۷	۳/۳۱
عوامل آموزشی			۰/۱۸	۰/۸۳
عوامل مالی			-۰/۰۷	۲/۱۶
کارتیمی اثربخش			-۰/۱۵	۱/۰۲
الگوهای ارتباطی			-۰/۱۰	۲/۲۱
بسترسازمانی			۰/۱۶	۱/۶۰
تحقیقات بازار	توسعه ایده پردازی	بازاریابی علمی	۰/۲۱	۱/۸۷
عوامل آموزشی			۰/۰۸	۱/۳۴
عوامل مالی			-۰/۰۳	۱/۵۱

					کارتیمی اثربخش
					الگوهای ارتباطی
					بسترسازمانی
					تحقیقات بازار
					عوامل آموزشی
					عوامل مالی
					کارتیمی اثربخش
					الگوهای ارتباطی
					بسترسازمانی
					تحقیقات بازار
					عوامل آموزشی
					عوامل مالی
					کارتیمی اثربخش
					الگوهای ارتباطی
					بسترسازمانی
					تحقیقات بازار
					عوامل آموزشی
					عوامل مالی
					کارتیمی اثربخش

همانطور که از جدول فوق برمی آید در بین عوامل علی با در نظر گرفتن نقش میانجی گری توسعه ایده پردازی مشخص است که بین تحقیقات بازار و عوامل مالی و اشتغال غنی ارتباط وجود دارد. الگوهای ارتباطی می تواند با بازاریابی علمی نیز تاثیر داشته باشد. همچنین براساس سایر ارتباطات عوامل علی مشخص است که توسعه ایده پردازی بر روی پیامدها اشتغال غنی، رشد کارآفرینی و هم افزایی ملی اثر معناداری دارد.

فرضیه ۲: عوامل زمینه ای در راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی مراکز رشد تاثیر دارد.



شکل (۲) مدل معادله ساختاری اثر عوامل زمینه ای بر راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها
جدول ۹- برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کیفیت مدل معادله ساختاری

مقدار	شاخص
۰/۲۵	ریشه استاندارد مجذور میانگین ^۱
۲۱/۱۵	مجذور کای ^۲
۰/۲۷	نرم برازش ^۳

1 -SRMR

2 -Chi-Square

3 -NFI- شاخص برازش هنجار شده

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌های برازش دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۱۰- برآورد اثر عوامل زمینه‌ای بر راهبرد توسعه ایده پردازی

سطح معناداری	t آماره	انحراف معیار	میانگین	
۰/۳۳	۰/۹۶	۰/۱۹	۰/۱۷	اقتصاد -> توسعه ایده پردازی
۰/۰۰	۲/۸۳	۰/۲۱	۰/۵۹	توسعه ایده پردازی -> اشتغال غنی
۰/۳۶	۰/۹۰	۰/۲۹	۰/۲۳	توسعه ایده پردازی -> بازاریابی علمی
۰/۰۳	۲/۱۵	۰/۲۱	۰/۴۵	توسعه ایده پردازی -> رشد کارآفرینی
۰/۲۹	۱/۰۴	۰/۲۶	۰/۲۵	توسعه ایده پردازی -> مدیریت استعداد
۰/۰۳	۲/۱۲	۰/۱۸	۰/۴۱	توسعه ایده پردازی -> هم‌افزایی ملی
۰/۴۷	۰/۷۱	۰/۲۵	۰/۱۷	قوانین -> توسعه ایده پردازی
۰/۴۰	۰/۸۳	۰/۱۸	۰/۲۲	کارکردها -> توسعه ایده پردازی

جدول ۱۱- میزان ضریب تعیین اثر عوامل زمینه‌ای بر راهبرد توسعه ایده پردازی

ضریب تعیین شده	ضریب تعیین	توسعه ایده پردازی
۰/۱۱	۰/۱۸	

همانطور که ملاحظه می‌شود مقدار ضریب تعیین عددی پایین بدست آمده و این عدد حدود ۰,۲ است. برآورد متغیرهای مستقل از طریق راهبرد توسعه ایده پردازی کاملاً بی‌معنی بدست آمده است ولی رابطه غیرمستقیم بین راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها وجود دارد.

جدول ۱۲- برآورد اثر عوامل زمینه‌ای بر راهبرد توسعه ایده پردازی

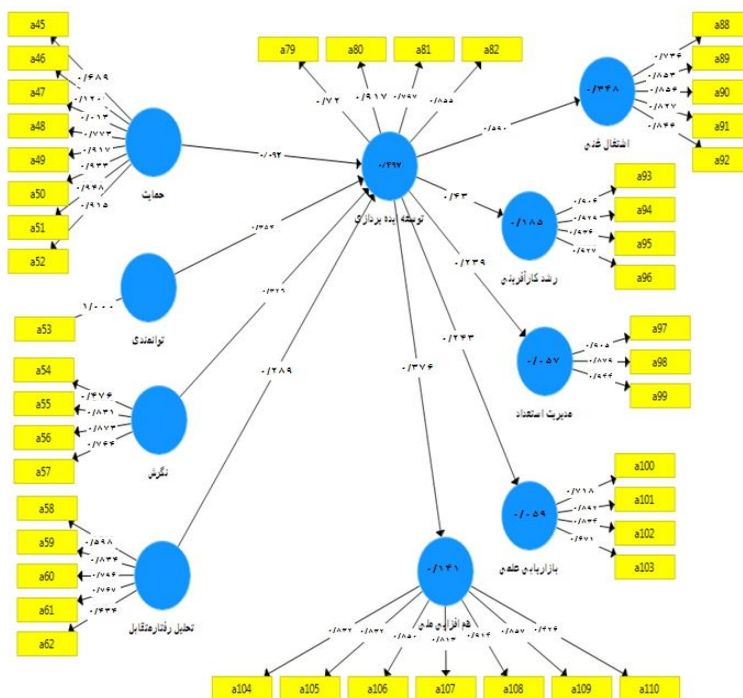
متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	شاخص‌های مدل	
			میانگین	انحراف معیار
اقتصاد	توسعه ایده پردازی	اشتغال غنی	۰/۰۹	۰/۱۲
قوانین			۰/۱۳	۰/۱۵
کارکردها			۰/۱۳	۰/۱۱
اقتصاد	توسعه ایده پردازی	بازاریابی علمی	۰/۰۳	۰/۰۹
قوانین			۰/۰۷	۰/۰۸
کارکردها			۰/۰۶	۰/۰۸

اقتصاد	توسعه ایده پردازی	رشد کارآفرینی	۰/۰۸	۰/۱۰	۰/۸۳	۰/۴۰
قوانین			۰/۱۰	۰/۱۱	۰/۷۱	۰/۴۷
کارکردها			۰/۱۰	۰/۰۹	۰/۷۶	۰/۴۴
اقتصاد	توسعه ایده پردازی	مدیریت استعداد	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۵۷	۰/۵۶
قوانین			۰/۰۷	۰/۰۸	۰/۶۰	۰/۵۴
کارکردها			۰/۰۶	۰/۰۸	۰/۵۳	۰/۵۹
اقتصاد	توسعه ایده پردازی	هم افزایی ملی	۰/۰۷	۰/۰۹	۰/۷۸	۰/۴۳
قوانین			۰/۰۸	۰/۰۹	۰/۷۳	۰/۴۶
کارکردها			۰/۱۰	۰/۰۸	۰/۷۱	۰/۴۷

همانطور که از جدول فوق برمی آید بین عوامل زمینه ای از طریق راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها هیچگونه ارتباط معناداری وجود ندارد.

فرضیه ۳: عوامل مداخله گر در راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدهای توسعه کیفی

مراکز رشد تاثیر دارد.



شکل (۳) مدل معادله ساختاری اثر عوامل مداخله گر بر راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها

جدول ۱۳- برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

شاخص	مقدار
ریشه استاندارد مجذور میانگین ^۱	۰/۲۳
مجذور کای ^۲	۷۲۹۰/۹۸
نرم برازش ^۳	۰/۱۲

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌های برازش دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۱۴- برآورد اثر عوامل مداخله گر بر راهبرد توسعه ایده پردازی

برآورد	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری
۰/۲۷	۰/۱۵	۱/۸۷	۰/۰۶
۰/۳۳	۰/۱۴	۲/۴۹	۰/۰۱
۰/۵۹	۰/۱۷	۳/۳۹	۰/۰۰
۰/۲۲	۰/۲۷	۰/۸۹	۰/۳۷
۰/۴۳	۰/۱۹	۲/۲۶	۰/۰۲
۰/۲۴	۰/۲۲	۱/۰۸	۰/۲۷
۰/۴۱	۰/۱۵	۲/۳۸	۰/۰۱
۰/۱۰	۰/۱۸	۰/۴۸	۰/۶۲
۰/۳۲	۰/۱۴	۲/۲۴	۰/۰۲

جدول ۱۵- میزان ضریب تعیین اثر عوامل مداخله گر بر راهبرد توسعه ایده پردازی

ضریب تعیین	ضریب تعیین
توسعه ایده پردازی	۰/۴۹
توسعه ایده پردازی	۰/۴۴

1 SRMR

2 -Chi-Square

3 شاخص برازش هنجار شده -NFI

مقدار ضریب تعیین قابل ملاحظه و نزدیک عدد ۰/۵ می‌باشد و این رابطه که به صورت متغیرهای مستقل تعریف شده توسط عوامل مداخله ای است از طریق نقش میانجی‌گری توسعه ایده‌پردازی تعریف می‌شود از طریق متغیرهای نگرش و توانمندی معنادار می‌باشد.

جدول ۱۶- برآورد اثر عوامل مداخله گر بر راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها

مقدار احتمال	شاخص‌های مدل			متغیر وابسته	متغیر میانجی	متغیر مستقل
	آماره t	انحراف معیار	برآورد			
۰/۰۴	۲/۰۰	۰/۰۸	۰/۱۷	اشتغال غنی	توسعه ایده پردازی	تحلیل رفتارمتقابل
۰/۰۱	۲/۳۵	۰/۰۸	۰/۱۹			توانمندی
۰/۶۳	۰/۴۸	۰/۱۱	۰/۰۷			حمایت
۰/۰۸	۱/۷۴	۰/۱۱	۰/۱۹			نگرش
۰/۴۱	۰/۸۲	۰/۰۸	۰/۰۷	بازاریابی علمی	توسعه ایده پردازی	تحلیل رفتارمتقابل
۰/۴۱	۰/۸۱	۰/۱۰	۰/۰۷			توانمندی
۰/۷۵	۰/۳۰	۰/۰۷	۰/۰۳			حمایت
۰/۴۳	۰/۷۸	۰/۱۰	۰/۰۷			نگرش
۰/۱۲	۱/۵۴	۰/۰۸	۰/۱۲	رشد کارآفرینی	توسعه ایده پردازی	تحلیل رفتارمتقابل
۰/۰۶	۱/۸۵	۰/۰۸	۰/۱۳			توانمندی
۰/۶۳	۰/۴۸	۰/۰۸	۰/۰۵			حمایت
۰/۱۴	۱/۴۷	۰/۰۹	۰/۱۴			نگرش
۰/۳۵	۰/۹۲	۰/۰۷	۰/۰۷	مدیریت استعداد	توسعه ایده پردازی	تحلیل رفتارمتقابل
۰/۲۸	۱/۰۷	۰/۰۷	۰/۰۷			توانمندی
۰/۷۲	۰/۳۴	۰/۰۶	۰/۰۳			حمایت
۰/۳۷	۰/۸۸	۰/۰۸	۰/۰۸			نگرش
۰/۱۳	۱/۴۹	۰/۰۷	۰/۱۲	هم افزایی ملی	توسعه ایده پردازی	تحلیل رفتارمتقابل
۰/۱۰	۱/۶۱	۰/۰۸	۰/۱۳			توانمندی
۰/۶۵	۰/۴۵	۰/۰۷	۰/۰۴			حمایت
۰/۱۴	۱/۴۴	۰/۰۸	۰/۱۳			نگرش

همانطور که از جدول فوق برمی آید توانمندی و تحلیل رفتار متقابل از طریق راهبرد توسعه ایده پردازی می‌تواند بر پیامدهای تعریف شده توسط مدل اثرگذار باشد.

بحث و نتیجه گیری

از نظر مک آرتور (۱۹۸۱) طرحی که به وسیله تلاش ذهنی شکل می‌گیرد، ایده نام دارد. ایده یک کالای قیمتی است و افرادی که آن را تولید می‌کنند به دنبال منابع مهمی از نوآوری در درون سازمان خود می‌باشند (عبدالله زاده، جزینی و شریف زاده، ۱۳۹۳). ایده نشان دهنده فرصت‌های جدید در محصولات، فرایندها، بازار و توانایی هدایت برای شکوفایی نوآوری است. در نتیجه به عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌ها در رقابت جهانی شتاب می‌دهد (دیچمن و اند، ۲۰۰۹). در مدل گلداسمیت (۲۰۰۳) ایده گام مفهومی و اولیه در مراحل ایجاد شرکت‌های دانش بنیان و زایشی است. همچنان که در مدل تجاری سازی کوپر (۱۹۸۳) نیز به اهمیت ایده، بررسی و غربال ایده، بررسی تفضیلی ایده به منظور ایجاد کسب و کار، توسعه ایده، تست و اعتبار سنجی آن، ورود به بازار تا مرحله تجاری سازی تاکید شده است. در مباحث مربوط به تجاری سازی فناوری نیز ایده به عنوان نخستین گام از مراحل نوآوری و توسعه بیان شده است (سلامتی و همکاران، ۱۳۹۵). لذا علاوه بر محیط و فرایند مناسب برای سرعت بخشیدن به رشد و توسعه مراکز رشد، ایده به عنوان یکی از اصلی ترین فرایندهای توسعه با تشخیص فرصت توسط کارآفرین شروع می‌شود، سپس کارآفرین به ایده پردازی حول محور فرصت پرداخته و بهره برداری آغاز می‌گردد (یوسفی، نادری و رضایی، ۱۳۹۵). در واقع ایده پردازی اولین گام در فرایند نوآوری و جوهره اصلی کارآفرینی است (سندستورم و جورک، ۲۰۰۸) و شامل روندی است که در آن مواجهه با مساله، ایده پردازی، اعمال محدودیت‌ها (ضرورت‌ها و اعمال ارزشی انسانی) و ایده نهایی شکل می‌گیرد (خطیبی، مستقیمی و شیردل، ۱۳۹۵). زمانی که به ایده پردازی بها داده شود، واحدهای پژوهش و توسعه پویاتر شده و منجر به خلق ارزش و نوآوری می‌گردد (رومزی و همکاران، ۱۳۹۸). همچنان که پارک‌ها و مراکز رشد دانشگاهی در حمایت از ایده و نوآوری علاوه بر فراهم نمودن الزامات کارآفرینانه چون فضای فیزیکی، مدیریت حرفه ای، سیاست ورود و خروج، پشتیبانی کسب و کار و خدمات حرفه ای، شبکه سازی، دسترسی به سرمایه و منابع دانشگاهی با حمایت از سرمایه انسانی به عنوان عنصر حیاتی ایده پردازی جهت توسعه و موفقیت شرکت‌های جدید دانش محور تلاش می‌نمایند (آرامش و کشاورز، ۱۳۹۷) در پژوهش حاضر با توجه

به اهمیت ایده پردازی به عنوان نخستین گام در فرایند نوآوری عوامل علی، زمینه ای و مداخله گر در ایده پردازی بر توسعه کیفی مراکز رشد مورد بررسی قرار گرفت و نتایج در رابطه با هر کدام از عوامل بر پیامدهای توسعه نشان داد که برآزش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌های برآزش دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند و ایده پردازی به عنوان یکی از راهبردهای توسعه کیفی مراکز رشد مورد تایید واقع شد. همراستا با نتایج پژوهش حاضر، نظریه ایده پردازی که در آن ایده‌ها، نشان دهنده ی فرصت‌های جدید در محصولات، فرآیندها و بازارها هستند و توانایی هدایت برای شکوفایی نوآوری را دارند و در نتیجه به عملکرد جوامع مدنی و سازمان‌ها در رقابت جهانی شتاب می‌دهد و برای موفقیت و بقای ملل مختلف ضروری می‌باشند، قابل عنوان است (عبدالله زاده، حسینی و حریف زاده، ۲۰۱۴).

یافته‌ها در تایید فرضیه اول با در نظر گرفتن نقش میانجی گری توسعه ایده پردازی در عوامل علی نشان داد که بین بستر سازمانی، عوامل مالی، تحقیقات بازار و اشتغال غنی در پیامدها ارتباط وجود دارد. از طرفی الگوهای ارتباطی و بازاریابی علمی می‌توانند موجبات توسعه کیفی مراکز رشد را فراهم نمایند. همچنین بر اساس سایر ارتباطات عوامل علی مشخص شد که توسعه ایده پردازی بر روی پیامدهای اشتغال غنی، رشد کارآفرینی و هم افزایی ملی اثر معناداری دارد. مراکز رشد با توسعه ایده پردازی می‌توانند از عوامل علی هر پدیده نهایت استفاده را برده و راه کار آفرینی و خلاقیت دانشجویان در زمینه‌های کاربردی علم و کمک به صنعت را هموار سازند. از جمله اینکه مدیران مراکز رشد باید با کارکنان تشکیل جلسه داده تا هریک بتوانند آزادانه ایده‌های خود را بیان کرده، تحلیل کنند و بتوانند از نظرات خود دفاع کنند و به نتیجه برسند (بحث در فضایی که مستعد خلاقیت و نوآوری باشد می‌تواند زمینه ساز بسیاری از رفتارهای نوآورانه باشد). نتایج این فرضیه با پژوهش رومزی و همکاران (۱۳۸۹) مبنی بر اثر فعالیت‌های آموزشی و ارتباطات و شبکه‌های علمی در قالب راهبردهای اصلی در تدوین مدل نهایی فرایند ایجاد و توسعه شرکتهای دانش بنیان همخوان می‌باشد. ظریفی و همکاران (۱۳۹۶) نیز ویژگی‌های بنیانگذاران، وجود مشتریان اولیه، تمایل و هیجان نسبت به کارآفرینی و بازار مناسب را تحت عنوان شرایط علی به عنوان مقوله اصلی با بکارگیری راهبردهای توجه به نیاز و بازخورد مشتری، تبلیغات نوآورانه و گرایش به نوآوری زمینه ساز تجاری سازی ایده عنوان نمودند. همچنین یافته‌ها در بررسی عوامل زمینه‌ای با اثراهربرد توسعه ایده پردازی بر پیامدها نشان داد که شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری توسط داده‌های پژوهش

تایید شده است، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل در فرضیه دوم برقرار و شاخص‌های برازش، دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند. اما از آنجا که مقدار ضریب تعیین، عددی پایین بدست آمده است و این عدد حدود ۰/۲ است، لذا برآورد متغیرهای مستقل (اقتصاد، قوانین و کارکرد) از طریق راهبرد توسعه ایده پردازی کاملاً بی معنی بدست آمده است هرچند رابطه غیرمستقیم بین راهبرد توسعه ایده پردازی و پیامدها وجود دارد. در توجیه این یافته می‌توان گفت عوامل زمینه‌ای تأثیری در توسعه ایده پردازی ندارند و ایده پردازی به بهبود عوامل زمینه‌ای کمک نمی‌کند. همچنان که می‌توانند به عنوان یک مانع در اجرای ایده‌ها شرایط علی را تغییر یا تخفیف دهند. لذا پیشنهاد می‌گردد مراکز رشد با حمایتگری، وضع قوانین حمایتی لازم جهت توسعه کیفی مراکز رشد و تیم سازی زمینه‌های رشد و پایداری شرکت‌های نوآور و ایده پرداز را فراهم نمایند. در بررسی فرضیه سوم پژوهش مبنی بر «عوامل مداخله‌گر با اثر راهبرد توسعه ایده پردازی بر پیامدها تأثیر دارد»، شاخص‌های ارزیابی مدل معادله ساختاری بیانگر این بود که مدل مفروض توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار است. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که از بین مولفه‌های (تحلیل رفتار متقابل، توانمندی، حمایت و نگرش)، توانمندی و تحلیل رفتار متقابل از طریق راهبرد توسعه ایده پردازی می‌تواند بر پیامدهای تعریف شده توسط مدل (اشتغال غنی، بازاریابی علمی، رشد کارآفرینی، مدیریت استعداد و هم افزایی) اثرگذار باشد. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد جهت تسریع در ایده پردازی و ارائه ایده توسط کارآفرینان در جهت تغییر نگرش، رفتار و توانمندی آنها اقدام به برگزاری دوره‌های آموزشی، استفاده از مربی، مشاوره و راهنمایان کسب و کار، دسترسی به اطلاعات متنوع، ایجاد انگیزه بیرونی، ایجاد محیط‌های باز ایده، آزمایشگاه ایده و رقابت‌های مرتبط در این زمینه نمود.

در نهایت با توجه به این نکته که افزایش آگاهی‌های کارآفرینان در پی ارائه ایده‌هایشان و پاسخگویی به آنها باعث تغییر نگرش آنها، نهادینه سازی و ایجاد بسترهای فرهنگی تسهیل کننده نوآوری و ایده پردازی می‌گردد، تقویت تعهد و توفیق طلبی در مدیران ارشد و ایجاد انگیزه پیشرفت در آنها، ایجاد نظام پیشنهادات در مراکز واحدهای فناوری و برگزاری جلسات مکرر برای عرضه ایده‌های جدید و به بحث گذاشتن ارزش ایده‌ها، ایجاد نظامی جهت بحث و تبادل نظر به منظور فراهم آوردن فضای نوآورانه، استفاده از نرم افزارهای محرک خلاقیت و ایجاد یک بانک مجازی ایده در واحدهای مراکز رشد دانشگاهی در سراسر کشور برای استفاده از ابزارهای توسعه و تولید ایده، ارائه

آموزش‌های رسمی و غیر رسمی در حوزه تقویت ایده پردازی، خلاقیت و حتی در حوزه کلی کارآفرینی (آموزش رسمی در کلاس، دانشگاه، برنامه درسی، مشاوره و بازدید) پیشنهاد می‌گردد. از طرفی دیگر بر اساس خلاء احساس شده در مراکز رشد دانشگاهی مبتنی بر مستندات پژوهش حاضر لزوم استفاده صحیح از منابع، ایده پردازی و آموزش‌های مناسب که از مولفه‌های عوامل آموزشی در بستر عوامل علی بود، کاملا مشهود است و در همین راستا پیشنهاد می‌گردد: آموزش به مثابه یکی از عوامل تعیین کننده در کمک به افراد برای فهم و درک و برانگیختن نظریه‌های کارآفرینانه و ایده پردازی که در پی آن دگرگون سازی کلیت نظام آموزشی اعم از آموزشگران، فراگیران، هدف‌ها، محتواها، شیوه‌های ارزیابی، سازمان دهی فناوری و تلفیق کارآفرینی در تار و پود نظام آموزشی را در بر دارد، در دستور کار قرار گیرد. در واقع آموزش ترکیبی از یادگیری تجربی، آشنایی با ساختار مهارت و تغییر در نگرش است (بگر؛ ۲۰۱۱) بر این اساس طراحی الگوهای آموزشی مبتنی بر ایده پردازی توسعه کیفی مراکز رشد را تسهیل می‌نماید، عوامل مالی و کار تیمی در عوامل علی. از طرفی از طرفی مراکز رشد با ایجاد بستر ایده پردازی چون ایجاد موسسات نوپا در این راه می‌توانند کمک کننده باشند، یعنی برای تحقق پیامدهای توسعه با ایجاد بستر ایده پردازی و توسعه موسسات نوپا عوامل زمینه‌ای که شامل اقتصاد، کارکرد وقوانین هستند شکوفا شوند و منجر به پیامدها گردند. به این ترتیب مراکز رشد می‌توانند با همیاری موسسات نوپا و کمک به توسعه ایده پردازی منجر به ظهور پیامدهای این پدیده گردند. در پایان پیشنهادات زیر در پژوهش‌ها آتی پیشنهاد می‌گردد.

- ۱- امکانات سخت افزاری و نرم افزاری لازم بالخص بودجه و فضا برای جذب کارآفرینان جهت ارائه ایده‌های نوین فراهم گردد.
- ۲- بومی سازی الگوها و مدل‌های مراکز رشد دانشگاهی کشورهای موفق جهت ارتقاء و توسعه کمی و کیفی مراکز رشد.
- ۳- تدوین و اعتباریابی ابزار مدل توسعه کیفی مراکز رشد در تمامی دانشگاه‌های کشور
- ۴- تدوین الگوی عملیاتی برای توسعه کیفی مراکز رشد دانشگاه‌های کشور.

کتابنامه

- آرامش، حامد، کشاورز، سهیلا. (۱۳۹۷). عوامل کلیدی موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه سیستان و بلوچستان، پژوهش‌های مدیریت عمومی، شماره ۴۲، صص ۱۷۸-۱۵۹.
- بغدادی، مصطفی، شاوردی، مرضیه. (۱۳۹۱). تجاری سازی موفق فناوری با رویکرد تیمی. فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال نهم، شماره ۳۳، صص ۳۷-۴۵.
- حبیبی رضائی م، سیاه منصور ی. ۱۳۹۱. تحقق دانشگاه‌های نسل سوم از رهگذر توسعه مراکز رشد دانشگاهی، نشریه نشاء علم، سال سوم، شماره ۱، صص ۴۹-۴۳.
- حبیبی روزبه، اصغری زهرا، جعفری کامران. (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه مراکز رشد واحدهای فناور دانشگاه (مورد مطالعه: مرکز رشد واحدهای فناور دانشگاه گیلان)، فصلنامه رشد و فناوری، سال ۱۴، شماره ۵۶، صص ۸-۱.
- خطیبی، محدثه سادات، مستقیم، سوده، شیردل، عاطفه. (۱۳۹۵). بررسی روند ایده پردازی در فرایند معماری، کنفرانس بین المللی مهندسی معماری و شهرسازی. ایران، تهران، صص ۱۰-۱.
- دهدشتی شاهرخ، زهره، فرج شوشتری پور، حمیدرضا. (۱۳۹۷). طراحی مدل تجاری سازی کالاهای دانش بنیان در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحقیقات بازاریابی نوین. سال هشتم، شماره ۲، ۲۹، صص ۳۸-۲۳.
- رضایی بیژن، عباسپور عباس، نیک نامی مصطفی، رحیمیان حمید، دلاور علی. (۱۳۹۲). واکاوی راهکارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه ای، علوم تربیتی: ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره سوم، شماره ۲، ۲۱۷-۱۸۵.
- رومزی، هدا، حسین پور، محد، بهمنی، لیلا، نصیری، ماریا. (۱۳۹۸). طراحی مدل ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش بنیان در رشته‌های علوم انسانی، کتابداری و اطلاع رسانی، ۲۲، ۴، ۱۵۱-۱۲۱.
- زکی، محمدعلی. (۱۳۸۵). بررسی و سنجش حمایت سازمانی، مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، ۳، ۱۸، صص ۱۲۳-۱۰۳.
- سلامتی، طاهره، واعظی، احسان، معمارپور، مهدی، رجب زاده، علی. (۱۳۹۵). طراحی مدل تجاری سازی و ارائه الگوریتم پیشنهادی تجاری سازی دانش برای آموزش عالی، مطالعات دانش شناسی، سال دوم، ۹، ۱۰۵-۷۷.
- سلیمانی، مجید. (۱۳۹۷). بررسی پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری ایران با نگاهی بر رویکرد جهانی. فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال هشتم، شماره ۳۲، صص ۱۰-۱.

شاهوردیانی، شادی. (۱۳۸۹). بررسی تاثیر عوامل محیطی بر ایجاد و توسعه مراکز رشد دانشگاه‌ها: رهیافتی نو بر دانشگاه کارآفرین و ارتباط بین صنعت و دانشگاه. نشریه صنعت و دانشگاه، سال سوم، شماره‌های ۷ و ۸، صص ۴۵-۵۶.

شریفی، مهرانوش، رضوانفر، احمد، حسینی، م، موحد محمدی، حمید. (۱۳۹۱). شناسایی ضرورت‌ها و ملزومات تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی در بخش کشاورزی، مجموعه مقالات چهارمین کنگره ترویج و آموزش کشاورزی، کرج، ۱۵-۱.

طاهر، بیتا. (۱۳۹۴). بررسی عوامل موثر بر بهره‌وری نیروی انسانی، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۹۰، صص ۷۱-۵۸.

ظریفی، سید فواد، موسی خانی، مرتضی، آذر، عادل، الوانی، سید مهدی. (۱۳۹۶). ارائه مدل تجاری سازی ایده‌های کارآفرینانه در مراکز رشد (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین)، پژوهش‌های مدیریتی عمومی، سال دهم، شماره ۳۸، صص ۸۸-۶۳.

عبدالله زاده، غلامحسین، جزینی، افشین، شریف زاده، محمد. (۱۳۹۳). عوامل موثر بر عملیاتی شدن ایده‌های کسب و کار. مورد: کارآموزان پایگاه‌های آموزش روستایی استان اصفهان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستای، سال سوم، ۳، ۹، ۱۲۹-۱۱۱.

عربیون، ابوالقاسم، عبدالله زاده، غلامحسین، میگون پوری، محمدرضا، امیری، بهرام رضا. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل اثرگذار بر ایجاد بانک‌های مجازی ایده (مطالعه موردی در شرکت مخابرات خراسان رضوی)، توسعه کارآفرینی. سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۱۸۴-۱۷۶.

علامه، سید فرید؛ آقایی، اصغر؛ آتش پور، سید حمید؛ مشتاقی، مرضیه. (۱۳۹۳). تاثیر آموزش گروهی تحلیل رفتار متقابل بر شادکامی مردان متأهل مراجعه کننده به مراکز مشاوره و فرهنگسراها، پژوهش‌های علوم شناختی و رفتاری، سال ۴ شماره ۶ (۱)، صص ۳۸-۲۵.

فروتن، واله، نجاتی اسلاملو، علی. (۱۳۹۵). بررسی مدل‌های تجاری سازی در فرایند مدیریت نوآوری. کنفرانس بین‌المللی نخبگان مدیریت، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۶-۱.

قادری پاکدل، پیروز. (۱۳۹۱). بررسی روشهای کاربردی نمودن ایده‌های شغلی جدید، موانع و فرصت‌ها. جشنواره ملی ایده‌های کارآفرینی و فرصت‌های جدید کسب و کار، ارومیه.

کریمی، جعفر. (۱۳۹۴). اهمیت ایده‌های کسب و کار در کارآفرینی کشاورزی. دومین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران. تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و

فنون بنیادین، [https://www.civilica.com/Paper-EMCONF02-

محسنی، هدی سادات، شفیق زاده، حمید. (۱۳۹۳). ظهور پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری؛ وجه تمایز دانشگاه سنتی و مدرن. نشریه صنعت و دانشگاه، سال هفتم، ۲۶ف۲۵، صص ۲۴-۱۵.

مرادی آیدیشه، شعبان، وثوقی نیری، عبدالله، امیر محسنی، شاپور، قزوینی، احمد. (۱۳۹۱). تبیین و ارائه الگوی جامع فرهنگ نوآوری. فصلنامه علمی - ترویجی مطالعات منابع انسانی، سال اول، شماره ۳، صص ۲۶-۱.

مصلحی، قاسم، مهدوی، حمید، راستی بزرگی، مرتضی. (۱۳۹۶). نظام ارزیابی توسعه ایده‌های نو به منظور استفاده در دوره‌های رشد مقدماتی شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، صص ۲۵-۳۲.

میرغفوری، سید حبیب الله، شریف آبادی، علی، زاهدی، امیر احسان. (۱۳۹۶). طراحی مدل یکپارچه توسعه سطح نوآوری و تجاری سازی شرکت‌های دانش بنیان ایران. فصلنامه علمی پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. دوره هفتم، شماره ۴، صص ۱۴۲-۱۰۷.

میرفخرالدینی، سید حیدر، دسترنج، میثم، کریمی تکلو، سلیم. (۱۳۹۴). طراحی مدل مفهومی برای توسعه نوآوری باز در پارک‌های علم و فناوری با استفاده از تحلیل عاملی، پژوهش‌های مدیریت عمومی. سال هشتم، شماره ۲۷، صص ۷۱-۹۸.

ندیمی، حسن، فهیم، جواد، همایون نژاد، مهرداد. (۱۳۹۰). ایده پردازی و نظام نوآوری، گام اول برای رسیدن به توسعه پایدار. دومین همایش ملی مدیریت پژوهش و فناوری، تهران، پژوهشکده سیاستگذاری علم، فناوری و صنعت، -https://www.civilica.com/Paper-NCRT02-NCRT02_032.html

نوروزی، توران، دل انگیزان، سهراب، رضایی، بیژن. (۱۳۹۵). طراحی مدل تجاری سازی یافته‌های پژوهشی دانشگاهی، توسعه کارآفرینی، سال ۹، شماره ۳، صص ۵۷۲-۵۵۳.

یوسفی، زهرا، نادری، نادر، رضایی، بیژن. (۱۳۹۵). عوامل موثر بر ادامه فعالیت و رشد شرکت‌های نوظهور کشاورزی، نشریه علمی پژوهشی مدیریت نوآوری، ۵، ۴، ۱۸-۱.

Aernoudt, R. (2004). Incubators: tool for entrepreneurship? Small business

Ahonen, T., Reukenan, M., Kunttu, S., Hanski, J., & Välisalo, T. (2011, May). Customer needs and knowledge in product-service systems development. In Comadem 2011 24th International Congress on Condition Monitoring and Diagnostics Engineering Management-Advances in Industrial Asset Integrity Management. Stavanger (Vol. 30).

Bager, T. (2011). Entrepreneurship Education And New Venture Creation: a Comprehensive Approach. In: Hindle, K. & Klyver, K. (Eds.) Handbook of Research on New Venture Creation. Cheltenham, England Edward Elgar.

Collins L, Hannon P. D, Smith A. (2008). Enacting Entrepreneurial Intention: The

Cooper, R.G. (1983). A process model for industrial new product development. IEEE Transactions on Engineering Management,30, 2-11.

Deichmann, D. End, J. (2009). Boomerang Effect of Network Idea, Copenhagen: Copenhagen Business School,3.

economics, 23(2), 127-135.

Eesley, C. D.(2011). Bringing entrepreneurial ideas to life.in Technology Management Conference (ITMC), IEEE International.gaps between student needa and Higher Education Capability. Education Training,

Goldsmith, H. R. (2003). Model of Commercialization, Arkansas Small Business and Technology Development Center, available from: <http://asbdc.uarl.edu/technology/Commercialization/themodel.asp>.

Hayton, J.C, Cholakova,M.(2012). The Role of Affect in the Creation and Intentional Pursuit of Entrepreneurial Ideas. Entrepreneurship Theory and Practice, 36,1, 41-68.

Heikkila, A. (2010).Challenges in Management in multi- ompany Industrial Parks.Safety science, 48-62.

Kim, W.C, Mauborgne,R.(2000) Knowing a winning business idea when you see one. Harvard business review, 78,5, 129-138.

Lee, S. S., & Osteryoung, J. S. (2004). A comparison of critical success factors for effective operations of university business incubators in the United States and Korea. Journal of small business management, 42(4), 418-426.

Lehto, M. (2009). The Innovation Process-Aiming towards innovativeness in a construction company. Lappeenranta University of technology. Faculty of technology management department of industrial management. 47.

Maxwell, J. C. (2002). *Leadership 101: What every leader needs to know*. Thomas Nelson.

McArthur, T. 1981. *Longman Lexicon of Contemporary English*. Longman. London.

McCarthy, I. P., Silvestre, B. S.

Molaei, R.(2014) The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6,2, 140-162.

Phan, P. H., Siegel, D. S, & Wright, M. (2005). Science parks and incubators: observations, synthesis and future research. *Journal of business venturing*, 20(2), 165-182.

Sandstorm, C. Bjork, J (2008). *Idea Management System for a Changing Innovation Landscape*, Center for business Innovation working paper series.no.9. Se-41296. Goteborg, Sweden. www.cbi.chalmers.se, PP.3-18.

Shakeel, S. R., Takala, J., & Zhu, L. D. (2017). Commercialization of renewable energy technologies: A ladder building approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 78, 855-867.

Touhill, C. Joseph Touhill, Gregory J, Thomas A, Riordan, O.(2008). *Commercialization of Innovative Technologies*. John Wiley & Sons.

Vogel, P..(2017).From Venture Idea to Venture Opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41,6,. 943-971.

Analyzing the Factors of Ideation Development Strategy on the Consequences of Qualitative Development of Growth Centers Using Mixed Approach

Mojtaba Molaahmadi, Ahmadali Foroghi abri

Abstract

The present study was conducted aimed to analyze the effect of ideation development factors on the consequences of qualitative development of growth centers using mixed approach. The research method was fundamental in terms of purpose and also in terms of how to collect information at two levels of quality, the Strauss and Corbin (1998), and quantitative (descriptive survey type) approach. The statistical population of the study included all managers of knowledge-based companies located in the universities of Tehran and Isfahan provinces on 2019. The data collection tool was structured in the qualitative part of the interview, analyzed by coding (open, axial and selective) on a sample of 15 people, and in the quantitative part of the main assessment tool, a researcher-made questionnaire was developed. Based on the software minimum, the smallest partial intelligent squares of the sample size in the quantitative part of the research were considered to be 50 people. The results showed that the factors of ideation development include causal conditions with 6 components (organizational context, educational factors, financial factors, communication patterns, effective teamwork, market research), contextual conditions with 3 main categories (function, economy, rules), and conditions. The interventionist with 4 categories (support, empowerment, attitude, and analysis of interaction behavior) had a significant effect on the quality development outcomes of growth centers in 5 main categories (rich and enhanced employment, entrepreneurial growth, talent management, scientific marketing, and national synergy) and the initial theory of the qualitative development model of growth centers of the country's universities was compiled and interpreted as a conceptual model based on the mentioned categories.

Keywords: Outcomes, Qualitative development, Ideation, Mixed approach, Growth centers.